



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

# MESTRADO EM TURISMO

Ramo – Gestão Estratégica de Eventos

## **Relatório de Estágio**

### **Planeamento e Impactos de Eventos: O caso do Carnaval de Torres Vedras**

**Sara Raquel da Silva Ferreira**

**Estoril, outubro de 2018**





# MESTRADO EM TURISMO

Ramo – Gestão Estratégica de Eventos

## **Relatório de Estágio**

### **Planeamento e Impactos de Eventos:**

### **O caso do Carnaval de Torres Vedras**

**Sara Raquel da Silva Ferreira**

Orientador: Professor Doutor Francisco António dos Santos da Silva

Coorientador: Professora Doutora Ana Gonçalves

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do Grau de Mestre, tendo como Júri das Provas:

Professora Doutora Elsa Maria da Conceição Correia Gavinho (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril) na qualidade de Presidente do Júri

Professora Doutora Mafalda Luísa de Almeida Serra Patuleia (Diretora do Departamento de Turismo da Universidade Lusófona) na qualidade de arguente

Professor Doutor Francisco António dos Santos da Silva (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril) na qualidade de Orientador

**Estoril, outubro de 2018**



Dedico esta dissertação aos meus pais.

## **AGRADECIMENTOS**

A elaboração do presente relatório contou com o apoio e o incentivo de algumas pessoas e entidades às quais quero expressar o meu agradecimento.

Em primeiro lugar, quero agradecer ao meu orientador, o Professor Doutor Francisco António Silva, e à minha coorientadora, a Professora Doutora Ana Gonçalves, pelo excelente trabalho que realizaram na condição de orientadores, pela constante disponibilidade e por toda a paciência demonstrada para com os meus erros e contratemplos.

Em segundo lugar, quero agradecer à entidade de estágio, que tão bem me acolheu, durante todo o meu percurso na *Promotorres*. Um agradecimento muito especial à Dra. Joana Carapeta pela orientação prestada, por toda a paciência, atenção, estímulo, ajuda e, sobretudo, pelos conhecimentos transmitidos e pela amizade e confiança demonstradas. O facto de me terem proporcionado a realização de um estágio nesta empresa enriqueceu e aprofundou os meus conhecimentos académicos, permitiu-me vivenciar um evento no terreno e permitiu-me obter uma experiência valiosa, quer a nível pessoal, quer a nível profissional.

Quero também agradecer ao Dr. Carlos Bernardes, ao Dr. César, ao Engenheiro Miranda dos Santos e à Sra. Élia Roque, a quem tive o privilégio de entrevistar e recolher os seus testemunhos sobre o evento do Carnaval.

Quero deixar uma palavra de gratidão a todas as entidades públicas e privadas, que me facultaram informações e a todas as pessoas que, gentilmente, responderam ao inquérito.

Agradeço à minha família, em especial à minha mãe pela paciência demonstrada nos momentos de exaltação e por todo o apoio dado ao longo do trabalho, ao meu pai pelo apoio incondicional, pelas palavras reconfortantes e de incentivo e à minha irmã, por todo o apoio e ajuda prestados nesta dura fase.

Por último, agradeço ainda aos meus amigos e namorado que sempre me apoiaram e reconfortaram com as suas palavras amigas, em especial ao Rui e ao Pedro, que foram um fator de motivação e ajuda. Um agradecimento também, muito especial, ao Ricardo Renca por todo o apoio e sugestões pertinentes a este trabalho.

A todos, muito obrigada!

# Planeamento e Impactos de Eventos: O caso do Carnaval de Torres Vedras

## ÍNDICE GERAL

Agradecimentos .....	VI
Índice geral .....	VII
Índice de figuras .....	X
Índice de quadros .....	XII
Resumo .....	XIII
Abstract.....	XIV
Lista de siglas, acrónimos e abreviaturas.....	XV
<b>1. Introdução .....</b>	<b>1</b>
1.1. Enquadramento geral .....	1
1.2. Objetivos.....	2
1.3. Problemática da investigação .....	2
1.4. Abordagem metodológica.....	4
1.5. Estrutura do relatório de estágio .....	5
<b>2. Os Eventos como Produtos Turísticos e Estratégias de Valorização dos Destinos .....</b>	<b>7</b>
2.1. Eventos e turismo .....	7
2.2. A importância dos eventos para os destinos .....	14
2.3. Eventos culturais de animação turística.....	17
2.4. A importância dos eventos de animação turística e cultural no desenvolvimento local.....	21
2.5. Turismo cultural e património imaterial .....	23
<b>3. Caracterização do Território de Torres Vedras e da Promotorres .....</b>	<b>28</b>
3.1. Enquadramento geográfico do concelho de Torres Vedras .....	28
3.2. Património e recursos turísticos do concelho de Torres Vedras .....	31
3.3. Caracterização do turismo no concelho de Torres Vedras.....	42
3.4. Caracterização da oferta de eventos no concelho de Torres Vedras.....	46
3.5. Caracterização da Promotorres E.M. ....	52
3.5.1. Contexto institucional da Promotorres E.M.....	52
3.5.2. Contexto funcional da Promotorres E.M. ....	53
3.6. Eventos dinamizados pela Promotorres .....	53

3.7. Estágio na <i>Promotorres</i> .....	54
<b>4. O Carnaval de Torres Vedras.....</b>	<b>57</b>
4.1. História e tradições do Carnaval de Torres Vedras .....	57
4.1.1. O Carnaval de Torres Vedras 2018 .....	65
4.2. A importância do Carnaval para a cultura local.....	66
4.3. Impacto do Carnaval na região .....	69
<b>5. Metodologia .....</b>	<b>73</b>
5.1. Modelo conceptual.....	73
5.2. Recolha e análise da informação .....	74
5.2.1. Entrevistas .....	74
5.2.2. Observação direta .....	76
5.2.3. Inquéritos por questionário.....	77
<b>6. Apresentação e Análise de Resultados .....</b>	<b>79</b>
6.1. Apresentação dos resultados .....	79
6.1.1. Entrevistas .....	79
6.1.2. Inquéritos por questionário.....	83
6.2. Análise dos resultados .....	89
6.2.1. Entrevistas .....	89
6.2.2. Inquéritos por questionário.....	93
6.2.3. Observação direta .....	94
<b>7. Conclusão.....</b>	<b>96</b>
7.1. Análise conclusiva .....	96
7.2. Limitações do estudo e proposta de desenvolvimento.....	99
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>101</b>
<b>Apêndices .....</b>	<b>110</b>
Apêndice A – Recursos Turísticos Existentes em Torres Vedras.....	111
Apêndice B – Classificação dos Recursos Turísticos.....	113
Apêndice C – Festas e Eventos Dinamizados pela CMTV .....	114
Apêndice D – N.º de Indivíduos Envolvidos na Organização do Carnaval.....	115
Apêndice E - Diário de Bordo .....	116
Apêndice F – Guião da Entrevista ao Sr. Presidente da <i>Promotorres</i> .....	123
Apêndice G – Guião da Entrevista ao Chanceler da Real Confraria .....	124
Apêndice H – Guião da Entrevista ao Elemento de um dos Grupos de Carnaval .....	125

Apêndice I – Guião da Entrevista ao Sr. Presidente da Câmara.....	126
Apêndice J – Grelha com as Questões das Entrevistas.....	127
Apêndice K – Inquérito por Questionário.....	128
Apêndice L – Figuras e Quadros do Inquérito por Questionário.....	133
<b>Anexos .....</b>	<b>141</b>
Anexo I - Mapas do Concelho de Torres Vedras e Mapa Turístico .....	142
Anexo II - Quadro da População Residente em Torres Vedras .....	145
Anexo III - População Residente Ativa Empregada Segundo o Setor de Atividade .....	146
Anexo IV – Recursos de Torres Vedras .....	147
Anexo V - Fotografias do Carnaval de Torres Vedras, 2018 .....	149
Anexo VI - Fotografias do Carnaval de Torres Vedras desde os anos 20 .....	153
Anexo VII - Testamento do Rei do Carnaval Dom Bonito Branquinho.....	157
Anexo VIII - Tema do Carnaval de Torres Vedras .....	160
Anexo IX - Mapa do Recinto do Corso de Carnaval de Torres Vedras .....	161
Anexo X - Programa do Carnaval de Torres Vedras, 2018 .....	162
Anexo XI - Real Confraria do Carnaval de Torres Vedras.....	164
Anexo XII - O Samba da Matrafona.....	165

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 – Idade dos Inquiridos.....	83
Figura 2 – Habilitações dos Inquiridos.....	84
Figura 3 – Número de vezes que participou no CTV .....	84
Figura 4 – Pessoas com quem foi ao CTV .....	85
Figura 5 – Dias em que participou no CTV.....	85
Figura 6 – Importância do Carnaval no desenvolvimento das tradições e cultura de Torres Vedras .....	86
Figura 7 – Género dos inquiridos .....	133
Figura 8 – Nacionalidade dos inquiridos.....	133
Figura 9 – Residência dos inquiridos .....	134
Figura 10-Concordância com a escolha do tema.....	135
Figura 11- Importância do Carnaval na promoção da imagem .....	135
Figura 12 – Satisfação com o CTV .....	137
Figura 13 – Satisfação com o desenvolvimento que o Carnaval traz ao Concelho.....	137
Figura 14 – Resposta ao questionário.....	140
Figura 15- Posição, freguesias e limites do concelho de Torres Vedras .....	142
Figura 16- Mapa do concelho de Torres Vedras .....	142
Figura 17- Densidade populacional por freguesia.....	143
Figura 18- Mapa Turístico da Cidade de Torres Vedras .....	144
Figura 19- População Residente em Torres Vedras .....	145
Figura 20- População Ativa Empregada Segundo o Setor de Atividade.....	146
Figura 21- Rota Histórica das Linhas de Torres.....	147
Figura 22- Termas dos Cucos.....	147
Figura 23- Termas do Vimeiro .....	147
Figura 24 - Alguns dos percursos pedestres e rotas do concelho .....	148
Figura 25 - Carro dos reis do Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	149
Figura 26 - Carro alegórico do Polvo Marcelo, Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	149
Figura 27 - Tramp(a) para o planeta, Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	149
Figura 28 - Corso das Crianças no Carnaval de Torres Vedras, 2018.....	150
Figura 29 - Zés Pereiras e bombos do Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	150
Figura 30 - Matrafonas do Carnaval de Torres Vedras, 2018.....	150
Figura 31 - Carro das Lúmbias, no Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	151
Figura 32 - Monumento “A Ira do Neptuno”, do Carnaval de Torres Vedras, 2018.....	151
Figura 33 - Corso do Carnaval de Torres Vedras, 2018.....	151
Figura 34 - Cabeçudos do Carnaval de Torres Vedras, 2018.....	152
Figura 35 - To’Candar no Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	152

Figura 36 - Palco dos Dj's, no Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	152
Figura 37 - Carnaval de Torres Vedras na década de 20 do século XX, no largo da estação do Caminho-de-ferro. ....	153
Figura 38 - A primeira Rainha (Jaime Alves) do Carnaval de Torres Vedras, coroada em 1924. ....	153
Figura 39 - Carro alegórico denominado O Ovo, no Carnaval de 1933. ....	154
Figura 40 - Carro real designado de <i>O Elefante de São Gião</i> , no Carnaval de 1933. ....	154
Figura 41 - Carro Real na década de 60. ....	154
Figura 42 - Grupo Carnavalesco Ministros e Matrafonas no Carnaval de Torres Vedras, 2015. ....	155
Figura 43 - Grupo Carnavalesco As Lúmbias no Carnaval de Torres Vedras, 2015. ....	155
Figura 44 - Grupo Carnavalesco «As Marias Cachuchas» no Carnaval de Torres Vedras, 2015. ....	155
Figura 45 - Cabeçudos do Carnaval de Torres Vedras, 2015. ....	156
Figura 46 - Cabeçudos e bombos do Carnaval de Torres Vedras, 2018. ....	156
Figura 47 - Morte e enterro do Rei de Carnaval. ....	156
Figura 48 – Testamento do Rei de Carnaval Dom Bonito Branquinho. ....	159
Figura 49- Tema de Carnaval de 2018 (CTV, 2016). ....	160
Figura 50 - Mapa do Recinto do Corso de Carnaval de Torres Vedras. ....	161
Figura 51 – Real Confraria do Carnaval de Torres Vedras ....	164

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1- Categorias e Tipologia dos Eventos Especiais.....	13
Quadro 2 - Impacto dos eventos.....	15
Quadro 3 - Eventos dinamizados pela <i>Promotorres</i> .....	54
Quadro 4 - Prémios conquistados pelos Grupos Carnavalescos.....	70
Quadro 5 - Bilhetes vendidos entre 2009 e 2018.....	71
Quadro 6 - Balanço da Receita/Despesa efetuada no CTV entre 2010 e 2018 .....	72
Quadro 7- Entrevistados .....	75
Quadro 8- Síntese das entrevistas.....	79
Quadro 12   Q12 – Em relação ao desenvolvimento socioeconómico, o CTV contribui para os seguintes aspetos .....	87
Quadro 13   Q13 – Avalie o contributo do CTV em relação aos seguintes aspetos .....	87
Quadro 14   Q14 e 15 – Variáveis de satisfação.....	88
Quadro 15- Recursos Turísticos de Torres Vedras.....	111
Quadro 16 - Classificação dos Recursos Turísticos de Torres Vedras .....	113
Quadro 17 - Festas e eventos dinamizados pela Câmara Municipal de Torres Vedras.....	114
Quadro 18 - N.º de indivíduos envolvidos na organização do Carnaval TV, 2018.....	115
Quadro 19 - Grelha com as Questões das Entrevistas .....	127
Quadro 20 - Nacionalidade dos Inquiridos.....	133
Quadro 21 - Residência dos Inquiridos .....	134
Quadro 22 - Impacto do Carnaval de Torres Vedras.....	136
Quadro 23 - Contributo Negativo do Carnaval de Torres Vedras.....	136
Quadro 24 - Sugestões para Melhorar o Carnaval de Torres Vedras .....	137
Quadro 25 - Comentários Sobre o Carnaval.....	139

## RESUMO

O turismo é um setor de atividade cada vez mais importante na sociedade atual, uma vez que contribui para o desenvolvimento socioeconómico e cultural das regiões e localidades que nele apostam. Neste contexto, os eventos desempenham um papel crucial porque são diversificados, dinâmicos, atraem vários públicos e podem ser realizados em quase todas as localidades ou regiões.

Como fator essencial do crescimento deste fenómeno, que é global, surgem os eventos de animação turística e cultural que, associados à herança cultural e patrimonial existente nos destinos turísticos, fomentam a economia e a competitividade, preservam e difundem o património cultural e tradicional e atraem investimento, contribuindo, assim, para a promoção e sustentabilidade de um destino e para a preservação da sua identidade cultural.

O presente relatório debruça-se sobre o Carnaval de Torres Vedras, como estudo de caso, uma vez que é um evento cultural de grande abrangência e imagem de marca do concelho de Torres Vedras, que tem impactos bastante significativos, a nível económico, social e cultural.

Este relatório tem como principal objetivo analisar e avaliar as diferentes fases de planeamento e gestão do evento Carnaval de Torres Vedras e analisar os seus impactos. Recorreu-se à pesquisa bibliográfica e documental, à observação direta no terreno, à aplicação de entrevistas aos responsáveis pela organização do evento e à aplicação de um inquérito por questionário submetido à população em geral como métodos de investigação.

Palavras-chave: Turismo, Turismo de eventos, Eventos Culturais, Carnaval de Torres Vedras

## **ABSTRACT**

Nowadays tourism is an increasingly important sector in society since it contributes to the socioeconomic and cultural development of a region. In this context, events play a crucial role because they are diversified and dynamic, they attract a wide range of audiences and they may take place almost everywhere.

As an essential factor of the growth of this global phenomenon, tourism and cultural entertainment events have risen, associated with the cultural and patrimony heritage of tourism destinations that promote the economy and competitiveness, besides preserving and disseminating the cultural and traditional heritage, attracting investment and further contributions to the promotion and sustainability of a destination, as well as helping the preservation of its cultural identity.

This report focuses on the Carnival of Torres Vedras as a case study, which is a far-reaching cultural event and the brand image of the municipality of Torres Vedras, having significant impact at the economic, social and cultural levels.

This report has as main objective to analyze and evaluate the different phases of the planning and management of the Carnival of Torres Vedras and also to analyze their impacts. Bibliographic research, participant observation of the work done, conducting interviews with event organizers and a survey to the population have been used as research methods.

Keywords: Tourism, Events Tourism, Cultural Events, Carnival of Torres Vedras

## **LISTA DE SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS**

CMTV	Câmara Municipal de Torres Vedras
GITUR	Grupo de Investigação em Turismo Politécnico de Leiria
INE	Instituto Nacional de Estatística
IPL	Instituto Politécnico de Leiria
MAV	Município de Arruda dos Vinhos
MTV	Município de Torres Vedras
OMT	Organização Mundial de Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PETS	Plano Estratégico Sustentável para o Concelho de Torres Vedras
PTSC	Posto Turístico de Santa Cruz
PTTV	Posto de Turismo de Torres Vedras
TV	Torres Vedras
TVW	Torres Vedras Web
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura



# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1. ENQUADRAMENTO GERAL

O turismo assume cada vez mais uma maior importância no mundo atual, contribuindo para um maior desenvolvimento económico, social e cultural das regiões e localidades que apostam nesta atividade. Como fator preponderante no crescimento deste fenómeno global, surgem os denominados “eventos de animação turística e cultural”. Estes são promovidos através da potenciação e dinamização das qualidades culturais e patrimoniais de uma determinada localidade ou região para atrair visitantes e promover, desta forma, esse destino. Essa imagem apelativa da região, projetada através do desenvolvimento deste tipo de eventos, traduz-se num crescimento regional, num melhor aproveitamento dos recursos e auxilia o crescimento da economia local, razões pelas quais os eventos de animação turística e cultural são considerados importantes ferramentas de marketing.

Conceptualmente, podemos então inferir que o Turismo vive de, entre outras, de atividades e eventos culturais e que estes são preponderantes no crescimento local. Contudo, importa perceber efetivamente em que se traduz esse crescimento. Assim sendo, reveste-se de enorme relevância o estudo de um evento concreto, os moldes em que se realiza e uma análise do contexto económico e social da região. Este estudo permitiria quantificar e qualificar os benefícios dos eventos numa região, e tornar mais perceptível a relação que se estabelece entre a economia local e o turismo. Para a elaboração de um estudo desta natureza analisar-se-á um dos eventos com maior impacto a nível cultural no mundo: O Carnaval.

Segundo Gonçalves e Umbelino (2017), os eventos podem desempenhar uma importância muito relevante tanto para o turismo, como para as comunidades locais, podendo assumir-se como ferramentas estratégicas para a valorização dos destinos e para a construção, ou solidificação, da imagem de marca dos mesmos. Nesse sentido, alguns municípios promovem a sua economia e cultura através de eventos de grande notoriedade, como se afirma ser o caso do município de Torres Vedras, que organiza um dos maiores Carnavais de Portugal.

Tal como refere Xavier (2016: 1), “o Carnaval está interligado ao turismo, através da cultura”, uma vez que esta faz com que as atrações dos destinos sejam recreativas e culturais. Para além de beneficiarem da experiência, os turistas contribuem para a economia local, envolvem-se na cultura Torriense e permitem preservar e fortalecer a identidade da região de Torres Vedras. O turismo cultural é uma mais-valia e um dos mercados mais importantes para o Município de Torres Vedras que, graças ao Carnaval, se tornou num ponto turístico de referência. O Carnaval

de Torres Vedras é um dos eventos com maior envergadura no nosso País. Devido à sua grande notoriedade e visibilidade transformou-se num “fenómeno” de massas, que atrai gente dos vários cantos do mundo e tem impacto mediático, tanto a nível nacional como internacional (Dias *et al.*, 2017).

Esta é a razão pela qual se reveste de enorme importância o estudo deste evento.

Para a consecução desse estudo, para além dos métodos tradicionais de recolha de dados, optou-se ainda por uma participação ativa no planeamento e supervisão do evento, através da realização de um estágio na *Promotorres E.M.*, entidade que é responsável pelo mesmo. Ao longo do estágio, pretendeu-se avaliar as várias fases do evento e ao mesmo tempo aferir qual o seu impacto no município, ou seja, avaliar em que medida o Carnaval influencia, seja positiva ou negativamente, o município de Torres Vedras e a sua população, especialmente os principais setores da atividade económica e a cultura.

## **1.2. OBJETIVOS**

Para a realização deste relatório foi considerado o seguinte objetivo geral: Analisar e avaliar as diferentes fases de planeamento e gestão do evento Carnaval de Torres Vedras e analisar os seus impactos.

Como objetivos específicos foram definidos os seguintes:

- a) Enquadrar historicamente o Carnaval e verificar a sua importância para a cultura;
- b) Analisar as diferentes fases do evento do Carnaval de Torres Vedras;
- c) Aferir qual o impacto do evento a nível económico e social;
- d) Compreender qual a perceção da comunidade relativamente ao impacto do Carnaval de Torres Vedras;
- e) Desenvolver propostas de melhoria do evento.

## **1.3. PROBLEMÁTICA DA INVESTIGAÇÃO**

O tema escolhido para o estudo surgiu após várias pesquisas exploratórias. Através delas foi possível verificar que existiam alguns trabalhos sobre a animação turística em diferentes

contextos, mas muito poucos que conjugassem os eventos de animação turística com eventos de animação cultural.

Segundo Figueiredo (2013), a cultura e a animação turística estão normalmente interligados e complementam-se. O turismo e a cultura estabelecem uma relação de interesses mútuos e valorização de valores sustentáveis de cada povo.

A animação, no seu sentido geral, tem vários segmentos, como a animação turística, a animação cultural, a animação desportiva, entre outros, que são a procura das pessoas por entretenimento e evasão.

Para Xavier (2016), Torres Vedras tornou-se num ponto turístico de referência devido ao Carnaval, por ser um evento cultural e festivo que envolve vários aspetos da cultura regional. O que caracteriza este evento são elementos culturais específicos, como os “Reis do Carnaval”, os “Zés Pereiras”, os “Cabeçudos”, os carros alegóricos, as sátiras e a crítica social. É graças a esses elementos, tão particulares, que o Carnaval de Torres Vedras se assume como o “Carnaval mais português de Portugal” e também o mais mediático do país.

O Carnaval de Torres Vedras enquadra-se no conceito de animação turística por ser um evento que estimula a interação social e a comemoração. É um dos principais cartazes turísticos da Região que atrai e anima milhares de visitantes. Transformou-se num evento cultural que todos os anos apresenta novidades de modo a tornar-se o mais original possível. Engloba grupos e associações carnavalescas que, com o apoio da Câmara Municipal, divulgam e preservam as tradições, mantendo esta festividade viva ao longo dos tempos (Marques, 2005).

Em complemento aos conhecimentos teóricos referenciados no presente trabalho, o estágio, com duração de 3 meses, na empresa *Promotorres E.M.* surgiu como uma ferramenta puramente empírica cujo objetivo seria precisamente determinar de que forma é que o Carnaval de Torres Vedras, um evento turístico, se encaixa como um evento que promove a cultura e a identidade da população Torriense. Aliado a este facto está também o elevado interesse e motivação na elaboração do trabalho e frequência do estágio, que permitiu perceber como se organiza, planeia e gere um grande evento de animação turística e cultural e, ao mesmo tempo, poder observar a dinâmica de funcionamento de uma empresa municipal que presta um serviço de interesse público, no que concerne aos vários tipos de eventos que desenvolve.

#### 1.4. ABORDAGEM METODOLÓGICA

A metodologia tem um papel crucial no desenvolvimento de qualquer projeto de investigação, uma vez que proporciona as ferramentas, as técnicas e os métodos necessários ao estudo. De acordo com Serrano (2008: 48), a metodologia “constitui o nervo central de um projeto, o eixo, a coluna vertebral”, por isso deve ser cuidadosamente escolhida.

Para Sarmiento (2013: 7), “o método científico é um conjunto de procedimentos e normas que permitem produzir conhecimento”. Na presente investigação foi empregue o método dedutivo, que consiste em partir do particular para o geral. Materializando este conceito, e com base no método escolhido, foi construído o modelo conceptual desta investigação, que se divide por fases.

A primeira fase da investigação consistiu na análise documental, para melhor entender a importância e o impacto do Carnaval enquanto evento, assegurando a revisão da literatura sobre os temas mais relevantes para a investigação e recolha documental de todo o material disponível, com o intuito de obter documentação em formato digital e/ou em papel, junto da instituição em que se inseriu o estágio. Com essa recolha, pretendeu-se tratar e filtrar a informação que permitiu caracterizar a instituição, quer a nível institucional, quer a nível funcional, conhecer os eventos/projetos promovidos/dinamizados pela *Promotorres E.M.* e o programa em que se inseriu o estágio com vista a uma maior compreensão do objeto de estudo.

A segunda fase consistiu na aplicação de uma investigação empírica, com objetivo de recolha de dados através da entrevista, da observação direta e do inquérito por questionário. Estas ferramentas vieram consubstanciar a revisão de literatura efetuada. Este passo está na base da investigação empírica, ou trabalho de campo, pois resulta das recolhas efetuadas no mesmo e da análise e interpretação desses dados, tendo por base a bibliografia e os fundamentos teóricos.

Os dados obtidos através dos instrumentos de avaliação foram depois apresentados na terceira fase da investigação, que consistiu na análise dos mesmos, transformando-os em informação com vista a atingir os objetivos delineados.

Como todos os métodos de investigação têm vantagens e limitações, é importante combinar vários métodos num processo único de investigação, usando cada um deles para complementar e validar os outros (Serrano, 2008; Sarmiento, 2013). Assim sendo, neste trabalho de investigação optou-se por ter como base uma metodologia qualitativa e quantitativa (mista), pois combina técnicas de recolha de dados como entrevistas, inquéritos e observação direta. Tendo por base os objetivos delineados para este estudo, considerou-se pertinente recolher informação através destas metodologias, porque permitem ao investigador uma pesquisa mais abrangente, mais versátil e uma maior intervenção. A aplicação de vários métodos torna os dados recolhidos mais credíveis

e fiáveis. A escolha destes instrumentos prende-se ainda com a dimensão da população, a facilidade de preenchimento, a liberdade de respostas e a economia de tempo.

Após o estágio analisaram-se os resultados obtidos e fez-se a avaliação do estudo de caso, onde foram apresentadas propostas de melhoria, considerando os resultados obtidos a partir da investigação empírica.

## **1.5. ESTRUTURA DO RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

O presente relatório está estruturado em sete capítulos. No primeiro, que se refere à introdução, é apresentado o trabalho, a temática abordada, os objetivos, a problemática da investigação, a abordagem metodológica e a estrutura do relatório de estágio.

O segundo capítulo introduz os Eventos como Produtos Turísticos e Estratégias de Valorização dos Destinos. É feita uma contextualização teórica dos eventos e do turismo, onde são abordados conceitos como o turismo, a cultura e o património imaterial, é detalhada a importância dos eventos para os destinos, assim como a importância dos eventos como estratégias de marketing para os destinos, é introduzido o conceito de eventos culturais de animação turística e é determinada a sua importância no desenvolvimento local.

O terceiro capítulo apresenta a caracterização do território de Torres Vedras e da *Promotorres E.M.*, local onde se realizou o estágio, assim como os eventos dinamizados por esta organização e relata o trabalho realizado ao longo do estágio.

O quarto capítulo analisa o Carnaval de Torres Vedras, através de uma abordagem histórica, social e cultural, de modo a perceber-se a sua importância para a cultura local e o seu impacto na economia.

No quinto capítulo é apresentada a metodologia seguida neste estudo, nomeadamente, o modelo conceptual e os métodos de recolha e análise da informação: entrevistas, observação direta e inquéritos por questionário.

No sexto capítulo são apresentados e analisados os resultados obtidos através das entrevistas semiestruturadas realizadas às entidades responsáveis pela organização do evento e dos inquéritos por questionário aplicados à população em geral, que participou no evento em estudo.

No sétimo capítulo, o da conclusão, é feita uma análise fundamentada dos resultados obtidos nesta investigação, com base nos conceitos teóricos referidos no enquadramento, por forma a elaborar

um quadro conceptual adequado à problemática em questão, no qual são respondidos e validados os objetivos do presente relatório.

## **2. OS EVENTOS COMO PRODUTOS TURÍSTICOS E ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO DOS DESTINOS**

### **2.1. EVENTOS E TURISMO**

O turismo tem-se afirmado como uma atividade socioeconómica relevante a nível mundial, na medida em que tenta satisfazer as necessidades dos turistas, das comunidades locais, do estado, dos operadores, das agências de viagens e de todos aqueles que, direta ou indiretamente dele usufruem (Marujo & Carvalho, 2010). O turismo gera emprego e foi o grande responsável pelo desenvolvimento do transporte aéreo (Matias & Sardinha, 2008).

De acordo com Marujo e Carvalho (2010: 148), atualmente, o turismo “é um dos fenómenos mais importantes do ponto de vista político, económico, ambiental e sociocultural”, na medida em que tem um papel ativo nas sociedades em que se desenvolve. “É um importante pilar para a economia e desenvolvimento de muitas regiões, dado que arrasta consigo um conjunto de atividades bastante relevantes” (Marujo & Carvalho, 2010: 148).

O conceito de turismo apresenta interpretações e definições diversas, sendo difícil alcançar um conceito que seja universalmente aceite. Do ponto de vista conceptual, Mathieson e Wall (1982) definem o turismo como “o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades” (in Cunha & Abrantes, 2013: 16). Já a Organização Mundial de Turismo (OMT) (OMT, n.d.) apresentou uma primeira definição mais técnica, em que caracteriza o turismo como um fenómeno que vai para além do mero lazer, incluindo também outras atividades de cariz mais económico e formal, concentrando-se essencialmente na deslocação de um indivíduo ou grupos de um local para o outro. Para a OMT, o turismo consiste no “conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócio e outros” (OMT, n.d. citado por Cunha & Abrantes, 2013: 17). Outro aspeto relevante a mencionar prende-se com o facto de que este conceito apenas olha para o turismo como as atividades desenvolvidas pelos visitantes, não incluindo todas as atividades que são produzidas pelas diversas instituições locais para eles.

Em 2008 a OMT apresentou uma definição mais completa, considerando que o turismo compreende “as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu ambiente natural, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócios ou outras” (Umbelino, 2017: 4). Apesar de ser muito idêntica à primeira

definição avançada pela OMT, esta tenta caracterizar as atividades turísticas como um fenómeno que depende não só da vontade dos visitantes em desenvolvê-las, mas depende também dos organismos locais e da dinâmica do local, que deve organizar e colocar à disposição dos seus visitantes todo esse conjunto de atividades, quer se revistam de um cariz mais turísticos, de lazer, ou mais formal, virado para atividades setoriais. De facto, abordar a temática do turismo centrando o objeto de estudo apenas no turista tornar-se-ia demasiado superficial e não permitira inferir sobre o impacto do turismo numa região, pelo que Ribeiro *et al.* (2005) referem que, para que o turismo se constitua um instrumento de desenvolvimento de determinadas regiões ou localidades, deve aproveitar o potencial do destino através de produtos alternativos e a celebração de eventos culturais. Segundo estes autores, esta é uma excelente estratégia, uma vez que aumenta a atratividade do lugar e capta mais turistas.

São vários os motivos que levam as pessoas a viajar, mas nas últimas décadas o turismo tornou-se mais exigente e mais sofisticado. Tudo porque os turistas procuram algo mais do que sol, mar e praia. Esta mudança tem levado os destinos turísticos a implementar novas estratégias, com o objetivo de aumentar a sua competitividade e o seu crescimento a longo prazo. É neste contexto que os eventos desempenham um papel importante, graças à sua diversidade, ao facto de poderem atrair vários públicos e porque podem ser realizados em quase todas as regiões e localidades. Esta estratégia deve ser complementada com a herança cultural e patrimonial existente nos destinos turísticos, de forma a aumentar a economia e competitividade dos mesmos (Abreu, 2013).

De acordo com Getz (1997), um evento é um acontecimento especial que se realiza uma única vez e por um período de tempo limitado. Tem um tema base, uma comissão que o organiza e um programa predefinido e estruturado.

Para Goldblatt (1990, citado por Cunha & Abrantes, 2013: 276), um evento é “um acontecimento especial que integra um cerimonial e um ritual que tem como objetivo a satisfação de necessidades específicas de um determinado grupo ou organização”. Esta definição aborda essencialmente o turismo de uma forma mais formal, inferindo que sempre que se pretenda criar um evento, este deve ser rigorosamente planeado e deve ter um objetivo, apontando neste caso para a prossecução dos interesses da comunidade. Já Getz (1991, citado por Cunha & Abrantes, 2013: 276), aborda o conceito de uma forma mais espontânea, referindo apenas que um evento é “uma oportunidade para uma experiência de lazer, social ou cultural que ocorre fora do universo normal de escolhas rotineiras ou de uma experiência quotidiana”.

Allen *et al* (2003) retoma a linha de pensamento de Goldblatt e aborda o conceito, introduzindo-lhe elementos que, hoje em dia, são essenciais para o planeamento e para atingir os objetivos que são propostos quando determinado evento é organizado, interligando a gestão de eventos ao

marketing e à publicidade. Para o autor, os eventos são rituais ou celebrações específicas que são planeadas e criadas com o propósito de marcar ocasiões especiais ou atingir objetivos de cunho social, cultural ou corporativo. A longo prazo podem promover o destino turístico, refere o autor, o que acontece pela sua exposição nos media. Deste modo, o destino apresenta as suas qualidades, criando assim novas oportunidades de negócio e de investimento.

Getz (2010, citado por Cunha e Abrantes, 2013: 281) afirma ainda que um evento turístico é “o planeamento sistemático e de *marketing* dos eventos planeados, enquanto atrações turísticas, com vista ao seu desenvolvimento em termos de imagem, posicionamento e reforço de mercado”.

Apesar de o conceito de evento não ser consensual, já que varia de autor para autor, existem características comuns nas várias definições. Watt (1998) defende que a definição de eventos turísticos pode ser flexível de modo a adaptar-se a diferentes contextos. Contudo, é necessário ter em conta o tipo de evento e o plano de trabalho que ele exige. Richards e Palmer (2010) apontam as características comuns às várias definições: questões temporais, locais, públicas e *stakeholders*. Para os autores, os eventos realizam-se num determinado local e num tempo específico, tal como sugere Getz. O público faz parte dos eventos e é fundamental para que ele aconteça, uma vez que pode assistir ou participar no mesmo. Os *stakeholders* abrangem todos os indivíduos envolvidos no evento, desde organizações privadas, comunidade, patrocinadores, equipa de trabalho, meios de comunicação, participantes e espetadores (Allen *et al.*, 2002).

Independentemente da corrente teórica seguida pelos diversos autores mencionados, pode-se concluir que, hoje em dia, a abordagem ao conceito de evento deve ser considerada de uma forma multidimensional, pois são vários os fatores que o definem e que são tidos em conta quando determinada entidade organiza um evento. Afinal de contas, os eventos são acontecimentos dinâmicos e que devem contribuir para a prossecução dos interesses do indivíduo e para o crescimento da região onde este ocorra, quer sejam estes planeados ou não.

Todos os eventos possuem um denominador comum, pelo que “... são definidos de acordo com a sua natureza, tipologia e classificação” (Marujo, 2015: 17), têm uma dimensão finita, são transitórios, servem para atrair pessoas em determinados momentos e são multiplicadores de negócios, já que atraem fluxos de visitantes e muitos deles, de turistas.

Os primeiros registos relacionados com a organização de eventos remontam à antiguidade clássica, com a realização dos Jogos Olímpicos no Santuário de Olímpia, em honra de Zeus, na Grécia Antiga (Allen *et al.*, 2003; Marques, 2005; Poit, 2006). É de realçar a importância deste momento histórico, uma vez que ainda atualmente, este evento é responsável pela deslocação de milhares de turistas, assim como pela dinamização das economias locais e até nacionais, graças à receita gerada pelas diversas atividades de *marketing* adjacentes a este evento.

Getz (2005) refere que, para além dos Jogos Olímpicos, as civilizações da Antiguidade também celebravam os deuses e organizavam eventos culturais e religiosos para seu entretenimento. É aí que o Carnaval e os rituais das peregrinações encontram os seus fundamentos, pois já na época, as celebrações associadas ao Carnaval serviam para entreter os cidadãos e também para perturbar a ordem social estabelecida.

Ao longo dos séculos da história da humanidade, surgiram ainda outras manifestações de eventos turísticos, como a criação de feiras e festividades comerciais, típicas da Idade Média (Simões, 2012). Em Portugal, são vários os exemplos de eventos de cariz medieval, que foram redesenhados e reaproveitados para dinamizar uma região e atrair turistas. A Feira Medieval de Santa Maria da Feira surge como exemplo marcante em termos de organização e gestão de eventos, tendo sido distinguida, entre outros, com o prémio de “Melhor Evento Cultural” em 2009, 2012 e 2018 (Matias, 2001). Destacam-se ainda a Feira Medieval de Coimbra, a Feira Medieval de Silves e o Mercado Medieval de Óbidos que se tornaram muito populares devido às recriações históricas (Simões, 2012).

Nos períodos do Renascimento e da Idade Moderna dá-se um impulso no desenvolvimento dos eventos, “muito por iniciativa do poder real e da nobreza, na essência grandes e faustosas festas, organizadas nos grandes palácios e seus jardins” (Simões, 2012:13). O *Grand Tour*<sup>1</sup>, isto é, viagens realizadas pelos filhos dos nobres, que se deslocavam para estudar ou adquirir experiência profissional, veio enriquecer e estimular a organização de eventos sociais, em torno de uma elite.

Com a Revolução Industrial desenvolveram-se diversos setores económicos, desde transportes a comunicações, o que teve enorme impacto no turismo e facilitaram a deslocação das pessoas para assistirem a feiras e participarem num número crescente de eventos técnicos e científicos. Desde então, os eventos ganharam um papel preponderante na sociedade, na economia e na competitividade dos países, regiões e cidades. Isso mesmo refere Raj *et al.* (2009: 1) ao afirmar que “os eventos têm uma função importante dentro da sociedade, proporcionando aos participantes a oportunidade de afirmar suas identidades e compartilhar rituais e celebrações com outras pessoas”.

A organização de uma viagem de comboio, entre as cidades de Leicester e Loughborough, para 570 pessoas que iam participar no congresso antialcoólico, pela Thomas Cook, em 1841, foi uma marca importante no âmbito do que posteriormente passou a ser considerado turismo de eventos. Posteriormente, esta agência voltou a dar um importante contributo para o desenvolvimento do turismo de eventos, ao organizar uma viagem com 165 mil pessoas, a fim de assistirem à primeira

---

<sup>1</sup> *Grand Tour* é a forma de turismo praticada pela aristocracia, em particular a inglesa, que teve início no século XVIII (Pérez, 2009).

exposição a nível mundial, que ocorreu no pavilhão de exposições e feiras em Inglaterra, o Palácio de Cristal, em Hyde Park – Londres, em 1851 (Bahl, 2003).

O aparecimento do automóvel e do avião, no decorrer do séc. XX, proporcionaram viagens mais rápidas, mais económicas e com maior segurança e conforto, o que permitiu desenvolver o turismo e consequentemente o turismo de eventos. Surgem assim espaços destinados à dinamização de eventos e estes transformam-se numa fonte económica e social que geram emprego e movimentam a economia (Matias, 2001; Gonçalves, 2013).

Nas últimas décadas, a atividade turística teve um forte crescimento e o turismo de eventos passou a receber particular atenção por parte da comunidade científica, afirmando-se como um segmento de maior importância para muitos destinos (Getz, 1997; Jago & Shaw, 1998; Shone & Parry, 2004). Contudo, o conceito de turismo de eventos, só passou a ser considerado a partir dos anos de 1980, quando a organização de eventos passou a ser considerada como uma oportunidade de negócio para muitos destinos (Getz, 1997; Jago & Shaw, 1998).

A nível mundial muitos eventos têm sido organizados, alguns baseados na tradição popular, outros de carácter artístico-cultural ou desportivo, como são exemplos: os Jogos Olímpicos; as Expos; o Campeonato Mundial de Fórmula 1 e de Moto GP; os Campeonatos Europeus e Mundiais de Futebol; o Carnaval do Rio de Janeiro, entre muitos outros.

Em Portugal, surge um novo tipo de evento em 1954, com a organização da *Grande Noite do Fado*. A partir daí muitos outros foram celebrados, como é o caso do *Festival da Canção* em 1964; o *Festival Vilar de Mouros* em 1971 com música ao vivo; o *Festival Paredes de Coura* em 1993; o *Super Bock Super Rock* em 1995; o *Festival do Sudoeste* em 1997; a Expo 98 (Exposição Internacional de Lisboa de 1998) um dos eventos mais marcantes, considerado como a melhor exposição internacional; o *Rock in Rio – Lisboa* em 2004, que se mantém até hoje. Para além destes, muitos outros eventos se realizam no país, como é o caso do Carnaval de Torres Vedras, do Carnaval de Loulé e do Carnaval do Funchal; a Festa da Flor na Madeira e o Final de Ano no Funchal.

Qualquer um dos eventos citados foram e são importantes para as cidades onde decorreram e decorrem, porque mobilizaram milhares de participantes e espetadores, tanto presencialmente como através da televisão e, por isso mesmo, tiveram/têm um enorme impacto nos destinos, tanto a nível económico, como a nível social e ambiental. A nível nacional, por exemplo, são inegáveis os benefícios que a Expo 98 trouxe para a cidade de Lisboa, desde a reconversão urbanística de uma zona que se encontrava degradada, construção de infraestruturas, de equipamentos e áreas públicas de qualidade e ambientalmente sustentáveis, como o reforço dos fluxos de turistas

internacionais e a promoção da imagem da cidade. Contudo, também se revelou um fardo pesado para os contribuintes portugueses, que tiveram de pagar os impostos inerentes aos gastos.

Existe uma diferenciação na definição conceptual entre eventos e turismo de eventos, sendo a primeira mais abrangente. Contudo, nas últimas décadas a ligação dos eventos ao turismo tem sido crescente. Segundo Getz (2005), o turismo de eventos surgiu para fazer a ligação entre o turismo e os eventos, tornando-se num setor competitivo. O objetivo é criar uma boa imagem do destino e captar visitantes nacionais e internacionais. Assim sendo, o turismo de eventos “pode ser definido como o ‘planeamento sistemático, desenvolvimento e marketing de festivais e de eventos especiais como atrações turísticas, criação de imagem, catalisadores para o crescimento económico e de infraestruturas’” (Getz & Wicks, 1993, citado por Marujo, 2015: 64). O turismo de eventos é um “*nicho*” do setor do turismo que move organizações de eventos, patrocinadores e variados recursos, desde financeiros, humanos, naturais e até políticos (Getz, 2009).

De acordo com Jago e Shaw (1998), os eventos turísticos atraem visitantes, promovem o desenvolvimento do turismo, elevam a notoriedade do destino turístico, oferecem uma experiência de lazer social e cultural, fogem à rotina, criam, melhoram ou elevam o posicionamento de um destino, são imagem de marca destes e atraem a atenção dos média.

Mas um evento turístico não se baseia apenas em melhorar o bem-estar dos indivíduos que nele participam. Como é possível constatar, a própria definição de turismo implica a movimentação de indivíduos de um local para o outro. Observando a aplicação conjunta destes dois conceitos distintos, então é possível concluir que um evento turístico consiste em atrair visitantes, projetar um destino e desenvolver o turismo (Jago & Shaw, 1998). Neste sentido, um evento turístico pode ser qualquer atividade turística planeada e organizada para atrair, fixar e satisfazer turistas e visitantes, enquanto projeta a imagem do destino, tendo como objetivo o desenvolvimento turístico. Assim sendo, “implica uma conceção e obedece a um planeamento, a uma organização e uma gestão” (Cunha& Abrantes, 2013: 276).

Segundo o autor, os eventos podem ser classificados de acordo com a sua tipologia, categoria e características. Assim sendo, são vários os critérios utilizados na classificação dos eventos: a dimensão do evento, o seu âmbito, a periodicidade da sua realização e a natureza do promotor do evento.

O critério da dimensão tem a ver com a projeção geográfica do evento, relativamente à sua notoriedade e visibilidade. Neste sentido, o evento pode ser classificado de grande, médio ou pequeno evento. O grande evento é projetado em termos internacionais, o de dimensão média é projetado em termos nacionais ou regionais e o pequeno evento é projetado em termos locais. O grande evento pode trazer importantes benefícios para o destino e para a comunidade local, graças

ao grande fluxo de visitantes que atrai, à presença dos meios de comunicação e ao prestígio e notoriedade que cria a nível internacional (Ritchie, 1984). Este abrange as diversas terminologias utilizadas por vários autores: “Eventos Hallmark”, “Mega Eventos” ou “Eventos Especiais”, embora estes sejam entendidos como acontecimentos de curta duração e de frequência reduzida, que ocorrem para satisfazer as necessidades dos visitantes ou turistas (Jago & Shaw, 1998). São rituais ou cerimónias únicas realizadas para satisfazer as necessidades dos turistas e da população local, diz Goldblatt (2002).

Quanto ao seu âmbito, os eventos podem ser classificados como internacionais, nacionais ou como regionais e locais. Tudo depende da origem dos participantes e consumidores. Relativamente ao critério de periodicidade, os eventos são classificados como periódicos ou esporádicos.

Quanto ao critério da natureza do promotor, os eventos podem ser oficiais se forem promovidos e organizados por organismos oficiais, ou privados se forem organizados e promovidos por entidades privadas.

Os conceitos citados anteriormente, agrupam os eventos em quatro categorias designadas de eventos especiais. Por sua vez, cada categoria inclui várias tipologias conforme apresenta o quadro 1 (Shone & Parry, 2004; Marujo, 2015).

Quadro 1- Categorias e Tipologia dos Eventos Especiais

Fonte: Getz (2005); Cunha e Abrantes (2013); Marujo (2015)

<b>Categorias dos Eventos</b>	<b>Tipologia dos Eventos</b>
Eventos de Lazer	Lazer, desporto, recreio
Eventos Culturais	Cerimónias, festivais, património cultural, comemorações, arte, folclore, eventos religiosos
Eventos Organizacionais	Comerciais, políticos, vendas, caridade
Eventos Pessoais	Festas de casamento, Festas de aniversário, Festas de batizado, etc.

Allen *et al.* (2003) relata que o conceito ‘eventos especiais’ é utilizado para descrever rituais ou celebrações específicas que são planeadas e criadas com a finalidade de marcar ocasiões especiais. Já Shone e Parry (2004) e Getz (2005) consideram os eventos únicos e irrepetíveis, como eventos especiais, porque ocorrem uma única vez ou com pouca frequência e constituem uma experiência social ou cultural que foge às atividades normais do dia-a-dia. Shone e Parry acrescentam ainda, que estes eventos especiais têm como finalidade comemorar, esclarecer, desafiar e entreter um grupo de pessoas. Assim sendo, os eventos especiais apresentam as seguintes características (Cunha & Abrantes, 2013: 277): “Acontecimento, ocorrência, facto ou algo excecional; Não se insere na rotina das organizações ou pessoas; Causa impacto; Proporciona experiências únicas,

tanto aos organizadores como aos consumidores; Pressupõe um conceito, um plano, uma organização e uma gestão, ou seja, uma intervenção humana”.

Os eventos especiais também podem ser agrupados em quatro grupos de categorias identificados da seguinte forma (Cunha & Abrantes, 2013: 279):

1. “Celebrações culturais, políticos e estatais e artes e entretenimento;
2. Negócios e comércio e educacionais e científicos;
3. Competições desportivas e eventos recreativos;
4. Eventos privados”.

O primeiro grupo de categorias engloba os eventos sociais e culturais, enquanto o segundo aborda os eventos de natureza organizacional. O terceiro grupo inclui os eventos desportivos e de lazer e o quinto grupo de categorias abrange os eventos sociais de dimensão familiar.

Partindo da categorização dos eventos, é possível observar que os quatro tipos de eventos especiais abrangem todos os tipos de atividade humana (Ritchie, 1984; Hall, 1992; Marujo, 2015). Analisando os quatro tipos de eventos especiais, Shone e Parry (2004) concluiu que todos eles têm características em comum, sendo estas a singularidade, a interação pessoal; o ambiente; a intangibilidade; o carácter perecível; o ritual ou cerimónia; a escala temporal fixa; e o trabalho intensivo.

## **2.2. A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA OS DESTINOS**

Criar novas atrações turísticas é uma necessidade dos países, das organizações turísticas e das empresas, visando o desenvolvimento económico e social do seu território. Nesta perspetiva, os eventos turísticos contribuem para a promoção e sustentabilidade de um destino. Como nova atração turística criam novos fluxos turísticos, proporcionam a vivência de novas experiências, incitam à estada no destino e aumentam a satisfação dos visitantes. Neste sentido, os eventos culturais revelam-se um produto turístico bastante dinâmico, quer a nível da procura, quer a nível da oferta. Captam turistas/visitantes nacionais e estrangeiros, beneficiam o setor da restauração e da hotelaria, preservam e difundem o património artístico, cultural e tradicional e atraem investimento.

Acontece que nem todo o tipo de eventos tem o mesmo impacto nos destinos, quer em termos de intensidade, quer do tipo e importância dos impactos positivos e negativos. Tudo depende das características do evento, da sua natureza, dos seus objetivos, da forma como são planeados, das características do local e comunidades envolvidas, capacidade organizativa dos promotores; dos

objetivos estabelecidos; das infraestruturas, equipamentos e facilidades existentes; das acessibilidades; da natureza e dimensão do evento; entre outros (Syme *et al*, 1989). No quadro 2 são apresentados os principais impactos dos eventos, nos destinos turísticos.

Quadro 2 - Impacto dos eventos

Fonte: Adaptado de Getz, 1997, Ritchie 1984, Hall 1992 e Bowdin *et al.*, 2006

	<b>Impactos positivos</b>	<b>Impactos negativos</b>
<b>Social e cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partilha de experiências;</li> <li>• Revitalização de tradições;</li> <li>• Fortalecimento dos valores regionais;</li> <li>• Aumento da participação da comunidade;</li> <li>• Estabelecimento de intercâmbios culturais</li> <li>• Expansão de perspetivas culturais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem negativa da comunidade;</li> <li>• Perda de comodidade;</li> <li>• Alterações na estrutura da comunidade;</li> <li>• Aumento da insegurança;</li> <li>• Potencial aumento de crime.</li> </ul>
<b>Psicológicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do orgulho local e do espírito de comunidade;</li> <li>• Reconhecimento e interesse por outras culturas e modos de vida;</li> <li>• Reforço do otimismo e autoestima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendência para atitudes defensivas entre os visitantes e a comunidade local;</li> <li>• Excessiva tolerância e flexibilidade das normas comunitárias durante o evento;</li> <li>• Choques culturais;</li> <li>• Alteração dos estilos de vida.</li> </ul>
<b>Físico e ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estímulo para a preservação do património cultural e ambiental;</li> <li>• Melhoria dos transportes e comunicações;</li> <li>• Renovação e requalificação urbana;</li> <li>• Aumento da consciência ambiental;</li> <li>• Aquisição, construção e melhoria de infraestruturas e equipamentos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da poluição atmosférica, sonora, arquitetónica e visual;</li> <li>• Problemas ecológicos e ambientais;</li> <li>• Congestionamento de tráfego;</li> <li>• Destruição do património;</li> <li>• Sobrepovoamento;</li> <li>• Excesso de visitantes.</li> </ul>
<b>Político/ Administrativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestígio internacional do destino;</li> <li>• Coesão social;</li> <li>• Desenvolvimento de habilidades administrativas;</li> <li>• Projeção pública e mediática dos principais intervenientes no projeto;</li> <li>• Promoção e investimento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exploração económica da comunidade local para satisfazer ambições da elite política e dirigente;</li> <li>• Utilização do evento para legitimar decisões impopulares e controversas;</li> <li>• Falta de prestação de contas;</li> </ul>
<b>Turístico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoção do destino e aumento das visitas;</li> <li>• Aumento da tomada de consciência da perceção da região enquanto destino turístico;</li> <li>• Criação de novo alojamento e atrações turísticas;</li> <li>• Redução da sazonalidade;</li> <li>• Melhorias nas acessibilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistência da comunidade para o turismo;</li> <li>• Perda de autenticidade;</li> <li>• Deterioração da qualidade dos serviços;</li> <li>• Falhanço na atração dos turistas;</li> <li>• Formação de má reputação.</li> </ul>
<b>Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento das receitas turísticas;</li> <li>• Melhoria da qualidade de vida;</li> <li>• Criação de novos empregos;</li> <li>• Elemento potenciador de novos investimentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento dos preços durante o evento;</li> <li>• Falhanço na atração das receitas estimadas;</li> <li>• Especulação imobiliária;</li> <li>• Inadequação de custos estimados para o evento.</li> </ul>

Segundo Getz (2010, citado por Cunha e Abrantes, 2013: 283), os eventos turísticos têm cinco objetivos principais:

- “Ajudar a criar uma imagem do destino;
- Constituir-se uma nova atração turística;
- Ser um elemento catalisador de desenvolvimento;
- Fomentar a visita ao destino;
- Reforçar a animação do destino”.

Assim sendo, os eventos geram interesse na comunicação social, provocando uma cobertura mediática do posicionamento do destino e da respetiva marca. Projetam os valores e atributos na marca no destino, divulgando os serviços existentes e reforçando os laços da comunidade acolhedora. Os eventos turísticos podem assim “constituir-se numa nova atração turística criada com o propósito de responder a diversas motivações dos consumidores, sejam estas de ordem do lazer, sociais ou culturais” (Cunha & Abrantes, 2013: 283). Pela sua natureza impõem uma estratégia, um correto planeamento dos recursos e meios e garantem a sua execução. Quando organizados e promovidos por entidades locais contribuem para a aquisição de competências organizacionais e promocionais do destino.

Também Ferreira (2004: 17) refere que os grandes eventos culturais são planeados para implementar programas locais, com o objetivo de atingir múltiplos objetivos: “dinamização de setores das economias locais, atração de turistas, captação de investimentos externos, celebração ou reforço das identidades coletivas, reabilitação e revitalização urbana, promoção e marketing das cidades”. Estes eventos abrem oportunidades para o desenvolvimento da economia local, a nível da oferta cultural e lúdica, a nível do comércio e dos serviços. Criam emprego, geram riqueza, melhoram as condições de vida das populações autóctones, fixam profissionais altamente qualificados, criam oportunidades para a inovação empresarial e reforçam a competitividade urbana (Bianchini & Parkinson, 1993; Roche, 2000; Marujo, 2015).

Allen *et al.* (2003) e Raj *et al.* (2009) reforçam a importância dos eventos ao afirmarem que estes podem atrair visitantes e ter impactos económicos bastante significativos no destino, uma vez que contribuem para o desenvolvimento do comércio local e das comunidades. A longo prazo podem trazer benefícios como a promoção do destino, aumentar o número de visitantes, aumentar a duração da estadia e aumentar as despesas diárias dos mesmos. Raj *et al.* (2009: 3) acrescentam ainda que “os eventos podem ajudar a desenvolver a imagem e o perfil de um destino, atraindo visitantes fora do período de férias”. Tal facto permite atenuar a sazonalidade do negócio e do destino, desenvolve a hotelaria, criando oportunidades de investimento, e funciona como instrumento de promoção para a imagem de uma localidade ou região, enquanto destino turístico a ser consumido.

Neste sentido, os eventos exigem toda a atenção dos prestadores de serviços, quer a nível da segurança, dos transportes, da mobilidade, da informação, da saúde e de outros. O seu efeito catalisador repercute-se a nível das estruturas e equipamentos turísticos, como alojamento e restauração, contribuindo assim para o aumento das taxas de ocupação e da receita média *per capita* (Cunha & Abrantes, 2013).

A complementar as ideias citadas, Getz (2005) refere que os benefícios dos eventos culturais, em particular, passam por: atrair publicidade e visitantes para o destino; incentivar a repetição das visitas ao local; encorajar os visitantes a trazer amigos e familiares; promover a cultura, desporto, património e lazer; combater a sazonalidade com a realização de eventos nas épocas baixas e criar uma imagem favorável dos destinos.

Em suma, os eventos turísticos oferecem atividades e serviços nas áreas do lazer que, direta ou indiretamente, com eles se relacionam, reforçam os elementos da animação e ajudam a fixar os visitantes no destino (Cunha & Abrantes, 2013; Gonçalves & Umbelino, 2017). “O seu aproveitamento depende muito da adequação dos projetos às características específicas de cada tipo de evento e às dinâmicas que se geram no contexto do processo de organização” (Ferreira, 2004: 4).

A difusão de eventos culturais foi favorecida pelo crescimento da oferta e pelas tendências da procura de atividades culturais, por isso são vistos como fatores de renovação e revitalização dos lugares, quer a nível económico, quer paisagístico, quer histórico e de preservação do património cultural, uma vez que influenciam positivamente a imagem do destino.

Bowdin *et al.* (2006) referem que os benefícios e os impactos dos eventos são cada vez mais reconhecidos e que, por isso mesmo, os governos assumem um papel crescente na criação, financiamento, gestão e legislação dos eventos. No entanto, apesar dos impactos dos eventos tenderem a ser positivos, alguns deles geram impactos negativos, e em vários casos, os investimentos que exigem poderiam ser melhor aplicados em outras causas. Temos como exemplo a Exposição Universal de Sevilha realizada em 1992, onde a referida cidade sofreu alterações, quer a nível territorial quer a nível da sua dinâmica. Segundo Clark (2006), o evento em si foi considerado um sucesso, já que a cidade de Sevilha recebeu cerca de 40 milhões de visitantes. No entanto, o evento também acabou por ser visto como um caso de insucesso, uma vez que na opinião de alguns autores faltavam conteúdos à Expo de Sevilha e não havia planos para dar novos usos aos edifícios construídos (Smith & Jenner, 1998; Clark, 2006).

### **2.3. EVENTOS CULTURAIS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA**

A diversidade da oferta turística é um fator importante para a atratividade de um destino turístico. Neste sentido, os eventos culturais e a animação turística são cruciais na escolha de um destino, pois podem influenciar potenciais visitantes e turistas, através do entretenimento, do recreio ou da educação. Assim, a atração é um fator que incita a deslocação de pessoas para fora da sua residência habitual e ao mesmo tempo garante a presença de uma atividade turística.

Segundo Cunha e Abrantes (2013: 245), a animação turística abrange “as ‘atividades que visam contribuir para melhorar ou aumentar as condições de atração, constituir um meio para a ocupação dos tempos livres dos visitantes ou para satisfação das necessidades e experiências decorrentes da sua permanência no local visitado’”. Para tal, deve ser atrativa, adequada, oportuna, diversificada, controlada, segura e rentável (Almeida & Araújo, 2012). Já Puertas (2004: 30) refere que a animação turística é vista como “um conjunto de ações realizadas por um ou vários indivíduos sobre um grupo de pessoas com dois objetivos: primeiro, desenvolver a comunicação, fomentar a vida social e a cultura no seio de um estabelecimento turístico, criando um ambiente idóneo e duradouro; segundo, dinamizar e promover a economia de uma empresa”. Almeida e Araújo (2012: 49) vêm reforçar esta ideia da envolvente social dizendo que a animação turística é “numa lógica de turismo sustentável, uma atividade cultural, social e económica que envolve comunidades e turistas em atividades multifacetadas e complementares que se consubstanciam em espaços de crescimento e emancipação individual e coletiva de todos os envolvidos”. Os autores acrescentam ainda que, atualmente, a animação é um fator determinante de melhoria de vida e um estímulo mental e emocional que permite ao indivíduo expressar-se melhor no meio em que se insere.

Apesar de distintos, os eventos culturais de animação turística contribuem para atrair turistas e visitantes a um determinado destino, bem como para o desenvolvimento dos mesmos. Um bom exemplo são os festivais de música e os carnavais que atraem cada vez mais visitantes e turistas nacionais e estrangeiros. São produtos turísticos dinâmicos, tanto do ponto de vista da procura como da oferta, porque movimentam os diversos setores da economia. Atraem milhares de visitantes, representam um grande estímulo para a economia, arrecadam receitas, criam emprego (direto e indireto) e criam novas oportunidades para a população local.

Os eventos culturais proporcionam uma experiência única aos participantes e representam momentos de felicidade e descontração, tanto na população local, como nos visitantes. Trata-se de um momento único capaz de satisfazer necessidades específicas e que pode ser celebrado através de uma cerimónia ou de um ritual (Fernandes, 2014).

Tanto os eventos culturais como a animação turística podem promover a fidelização ao destino, graças à satisfação e superação das expectativas por parte dos turistas, uma vez que promovem o desejo de repetição a um determinado destino. Além disso, contribuem para a diminuição da sazonalidade e beneficiam os serviços turísticos.

Segundo Evans (2015) é fundamental que haja uma estratégia para o turismo direcionada para os eventos e animação turística, seja ela privada ou pública, pois a interligação entre os vários eventos e a animação turística pode trazer grandes benefícios ao destino turístico pela dinâmica

que confere à comunidade, graças à dinamização dos diversos setores turísticos, tornando assim os destinos mais atrativos e competitivos relativamente a outros, o que contribui para o desenvolvimento local.

É importante que os eventos de animação turística estejam vinculados à identidade cultural do destino uma vez que podem gerar contributos a nível sociocultural, mantendo as tradições locais, estimulando a cultura e permitindo a interação social entre a comunidade acolhedora e os visitantes durante os eventos. A interação social entre as pessoas é considerada “um fator de coesão social, companheirismo, cooperação e afirmação grupal e regional” afirma Marujo (2015: 265). O objetivo é promover a integração, o entretenimento e a valorização da cultura de modo a permitir às gerações futuras o acesso a essas tradições e referências identitárias.

Os eventos de animação turística e cultural valorizam e consolidam a tradição e a identidade culturais. São uma forma de dar continuidade à herança cultural e manter a história e memória do passado (Marujo, 2015). Através destes eventos os hábitos e costumes das regiões ou localidades são produzidos e reproduzidos. A herança histórica, social e cultural é revivida pela comunidade acolhedora e os mais jovens têm oportunidade de contactar com a história do passado dando continuidade a essa identidade cultural. Daí que os eventos culturais que englobem tradições sejam vistos como ‘autênticos e únicos’ (Ivanovic, 2008: 125), apesar de muitos autores considerarem esta autenticidade como “encenada”, tal como refere MacCannell (1973), por exemplo, uma vez que é preparada para ser consumida como autêntica, de modo a que a cultura, os hábitos e os costumes locais não percam qualidade e valor. Tudo isto porque os visitantes e turistas atuais procuram a autenticidade de outros tempos, em lugares diferentes dos seus com o intuito de adquirirem uma experiência única (MacCannell, 1976). Os visitantes vão em busca do exótico e do diferente e aqui as imagens promocionais estão na base da escolha da viagem, uma vez que a autenticidade e a realidade são “moldadas” de modo a dar ao turista ou visitante aquilo que ele procura.

A participação da comunidade autóctone nos eventos de animação turística e cultural é uma forma de preservar as tradições culturais dos destinos turísticos e é vital para o sucesso dos mesmos. O envolvimento da comunidade anfitriã reforça a autenticidade e a identidade culturais de qualquer evento. Além disso, “estimulam o desenvolvimento socioeconómico de uma região e podem contribuir para a preservação do património cultural de diversas vilas ou cidades” (Marujo, 2015: 30), acrescentando vida às suas ruas e dando aos cidadãos orgulho da sua localidade e um contribuindo para um maior sentido de pertença.

Num mundo globalizado, como o nosso, são os aspetos culturais de cada localidade que atraem os turistas porque englobam os elementos culturais do destino. Os eventos de animação cultural

promovem os destinos turísticos porque a cultura faz parte do turismo e é difundida aos turistas através desses mesmos eventos.

Carvalho (2017: 371) refere que “a integração de atividades culturais nos eventos e na animação turística, tem sido importante para a manutenção de tradições locais, que, de outra forma, teriam dificuldades de sobrevivência enquanto atividades económicas *per se*”.

A nível económico, os contributos dos eventos e da animação turística são diversificados. Multiplicam os negócios, desencadeiam consumos, promovem riqueza e emprego e contribuem para a riqueza do país e das localidades onde se realizam e estimulam o desenvolvimento de outras atividades económicas (Gonçalves & Umbelino, 2017).

A nível do *marketing* turístico, os eventos e atividades de animação turística também apresentam vários contributos para as localidades. Posicionam o destino, promovem-no através de campanhas de comunicação e da publicidade que fazem ao evento, facilitam o aumento do número de visitantes e atenuam a sazonalidade, prolongando a época alta (Getz, 2008). Ao projetarem o destino, os eventos servem de imagem de marca para este, diz o autor.

Os eventos associados à animação turística e cultural também podem ter aspetos negativos a nível turístico se receberem resistência por parte da comunidade anfitriã ou se houver um grande congestionamento nos locais de destino (Getz, 2005). Os aspetos negativos podem surgir ainda a nível ambiental, através do aumento da poluição, a nível económico, através da especulação dos preços durante a realização do evento e a nível da segurança, pois pode contribuir para o aumento da criminalidade.

É fundamental que quem planeia e gere os eventos e atividades de animação, opte pelas escolhas mais acertadas no sentido de aumentar os contributos positivos, quer para as empresas, quer para a comunidade de acolhimento, quer para o desenvolvimento turístico, o que implica atualização constante das necessidades e expectativas dos turistas e visitantes (Gonçalves & Umbelino, 2017).

Para Cunha e Abrantes (2013: 246), “a capacidade de gerar movimentos turísticos difere de atração para atração em função das suas características, da sua localização e das condições de acesso”. Porém, o principal elemento de uma atração é a sua singularidade. Algumas destas atrações têm um efeito permanente, mas outras têm um efeito efémero. Temos como exemplo, os eventos especiais como o Carnaval de Torres Vedras ou a Festa da Flor na Madeira. Ocorrem apenas num determinado período e só geram fluxos turísticos enquanto duram.

Perante o exposto, é possível afirmar que o desenvolvimento de eventos culturais de animação turística é crucial para a regeneração das cidades e estes têm um impacto notável no desenvolvimento da comunidade local, a nível turístico, económico, social e cultural. Isto porque

estes eventos são utilizados como ferramentas para gerar publicidade e atrair multidões, criam novas formas de entretenimento, preservam a cultura popular e celebram a diversidade local, ao mesmo tempo que permitem gerar lucros.

#### **2.4. A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA E CULTURAL NO DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Atualmente, os eventos vão para além do lazer e do entretenimento, uma vez que exercem influência nos locais onde ocorrem, sobretudo a nível da economia. Daí que sejam considerados um *mix* de atividades e serviços que promovem a prática turística e alavancam a economia local. Implicam muitos setores de atividade e são uma fonte de desenvolvimento económico e social para os locais e até para o país, pelo facto de fomentarem a economia e gerarem emprego (Zanini & Faria, 2007).

Os eventos de animação turística e cultural são importantes para o turismo local porque funcionam como ferramentas estratégicas que trazem vantagens para os destinos turísticos. Destacam-se as marcas a nível sociocultural, a nível económico, a nível de *marketing* e a nível do desenvolvimento local. Captam turistas, visitantes e reduzem a sazonalidade. Requalificam os destinos turísticos, criam novas infraestruturas e promovem a imagem do destino, tornando-o competitivo (Gonçalves & Umbelino, 2017).

Para Marujo (2014:71), os eventos culturais desempenham um papel crucial “no contexto social, cultural, político e económico de um país ou de uma região. (...) Surgem como uma ‘arma’ para identificar ou posicionar um destino, captar mais turistas, melhorar a imagem do lugar ou combater a sazonalidade”. Para além de permitirem atrair visitantes e promoverem um destino, são imagem de marca desses destinos, criam experiências para os visitantes e tornam os destinos competitivos.

“Numa sociedade globalizada e, cada vez mais competitiva, os eventos culturais precisam de ser mais criativos não só para atraírem turistas, mas sobretudo para, através de processos de aprendizagem, contribuir para a afirmação e preservação da identidade social, histórica e cultural de uma região” (Marujo, 2014: 83). Se não forem bem planeados e bem organizados poderão provocar impactos negativos na imagem de marca do destino.

Os eventos são o maior e melhor meio de desenvolvimento nacional. Fomentam a economia, geram emprego, aumentam as receitas e movimentam os vários setores da economia. Além disso, contribuem para a estabilidade económica, estimulam o lançamento de novos produtos, como *workshops* e feiras, aumentam a taxa de ocupação e as receitas das empresas de hotéis e transporte

na época baixa (Zanella, 2008). Um dos exemplos mais significativos e que melhor caracteriza o impacto dos eventos de animação turística são as atividades dinamizadas no Parque Temático “Disneyland Resort Paris”. Inaugurado a 12 de abril de 1992, o *resort* compreende dois parques temáticos, alguns hotéis *resort*, complexos de compras, campos de golf, para além dos já conhecidos eventos turísticos, dando emprego a cerca de 15 mil empregados de mais de 100 diferentes nacionalidades e tendo recebido em 2017 mais de 14 milhões de turistas (Michonneau, 2016).

Os eventos de animação cultural captam a atenção dos visitantes e permitem que estes regressem novamente, trazendo consigo outras pessoas. Deste modo, contribuem para preservar e difundir o património artístico, histórico, natural e cultural da região valorizando algumas tradições, preservando a sua identidade, melhoram o relacionamento entre visitantes e residentes, satisfazem as necessidades da população local e contribuem para a economia local (Hall, 1992; Getz, 1997; Allen, 2002; Bowdin, 2002).

O aumento dos turistas/visitantes é particularmente positivo quando os eventos ocorrem nas épocas baixas, uma vez que reduzem a sazonalidade e aumentam a estadia nos locais. Ao beneficiarem o setor da restauração e do comércio ajudam a comunidade local a lucrar com os eventos. Estes promovem e revitalizam as cidades que os acolhem, estimulam o crescimento económico das mesmas e melhoram a qualidade de vida da população local. Através dos eventos culturais e de animação turística, o orgulho e a autoestima das comunidades locais eleva-se, já que os eventos favorecem a imagem de marca da cidade, onde o evento se realiza. Neste sentido são uma ferramenta estratégica de desenvolvimento económico nas localidades onde ocorrem (Hall, 1992; Bowdin *et al.*, 2002; Allen *et al.*, 2002). Hall (1992) acrescenta ainda que os eventos contribuem para o rejuvenescimento e desenvolvimento urbano, na medida em que os destinos turísticos se modernizam e constroem novas infraestruturas, beneficiando assim a sua imagem.

Apesar dos benefícios citados, os eventos também podem acarretar impactos negativos para as localidades, devido ao excesso de fluxo de visitantes, ao congestionamento do trânsito, ao ruído, à degradação do património cultural e ambiental (lixo, poluição, pisoteio, perturbação da fauna, etc.) (Rodrigues, 2012). É importante que através de um adequado planeamento sejam desenvolvidas ações para minimizar os impactos negativos, de modo a que no balanço final predominem os positivos. Isso mesmo referem Bowdin *et al.* (2006: 37):

(...) events have a range of impacts – both positive and negative – on their host communities and stakeholders. It is task of the event manager to identify and predict these impacts and then to

manage them to achieve the best balance for all parties, so that on balance the overall impact of the event is positive<sup>2</sup>.

## 2.5. TURISMO CULTURAL E PATRIMÓNIO IMATERIAL

Do ponto de vista filosófico, a cultura “é o conjunto de manifestações humanas”. Do ponto de vista antropológico, a cultura “é entendida como a totalidade de padrões apreendidos e desenvolvidos pelo ser humano” (Carvalho, 2017: 349). Do ponto de vista das ciências sociais, a cultura “é o conjunto de ideias, comportamentos, símbolos e práticas artificiais aprendidas de geração em geração, por meio da vida em sociedade”. Em termos gerais, a cultura “significa a herança social e total da Humanidade” (Carvalho, 2017: 350).

Assim sendo, o turismo cultural é a oportunidade que os destinos têm para identificar a sua História e fortalecer a sua identidade individual e nacional. Neste sentido, a cultura constitui um dos recursos de grande expressão e atratividade do turismo europeu, uma vez que “o consumo turístico de bens patrimoniais, quer materiais quer imateriais, é uma alavanca para a criação de diferentes tipos de turismo cultural” (Carvalho, 2017: 351). É através do património tangível e intangível, associado à cultura de um país ou região, que o turismo cultural se desenvolve com o objetivo de atrair visitantes a esse local.

O património tangível corresponde ao património cultural material, que inclui todos os materiais físicos com valor cultural, como monumentos históricos e religiosos, lugares arquitetónicos, paisagens, mobiliário e objetos culturais (pinturas, tapeçarias, cerâmica, etc.).

O património intangível corresponde ao património cultural imaterial, que inclui as tradições herdadas do passado, expressões orais, rituais e eventos culturais, conhecimentos e aptidões, práticas sociais, músicas, folclore, etc. É tudo aquilo que constitui a cultura e a identidade de um país ou região e que é reconhecido tradicionalmente pelas comunidades locais.

Neste trabalho apenas será considerado o património cultural imaterial, já que o mesmo avalia os impactos do Carnaval de Torres Vedras como tradição identitária da cidade. Tal como diz Carneiro (2010: 12),

no âmbito do património imaterial, o turismo pode contribuir para o revigoração dos saberes e fazeres populares e das tradições, ora por intermédio do aumento da visibilidade dos produtores culturais, ora pela valorização das manifestações artísticas locais. Outro fator a ser considerado

---

<sup>2</sup> Os eventos têm uma série de impactos – positivos e negativos – nas comunidades locais. É tarefa do organizador do evento prever esses impactos e geri-los da melhor forma para obter um equilíbrio entre os mesmos, de forma a criar um impacto geral positivo (Bowdin *et al.*, 2006).

no turismo cultural relaciona-se ao fortalecimento das identidades culturais e de práticas socioculturais específicas, que em alguns casos, poderiam estar sofrendo um processo de desaparecimento.

A cultura e a história são as marcas de cada país, local ou região e, como tal, fazem parte do turismo cultural. Como atrativo turístico, a cultura engloba elementos económicos, sociais, culturais e ambientais. Engloba tudo o que tem intervenção humana. Daí que o turismo cultural seja um dos fenómenos mais importantes das últimas décadas, uma vez que faculto o contacto com diferentes culturas, permite conhecer diversos ambientes, adquirir novas experiências e observar diferentes paisagens. O turismo cultural estimula os elementos culturais existentes numa localidade e transforma-os em recursos, de modo a atrair visitantes e motivar os turistas a conhecer as tradições e manifestações culturais, históricas e religiosas de uma região, favorecendo assim o desenvolvimento económico local (Moletta, 1998; Pérez, 2009).

Segundo Pérez (2009) e Ashworth (1995), não pode haver turismo sem cultura, uma vez que todo o turismo é cultura. Isto porque quando as pessoas se deslocam para um lugar distinto da sua residência têm acesso a novas experiências e a novos conhecimentos, não deixando desaparecer os costumes dos destinos turísticos. Assim sendo, cultura e o turismo interligam-se devido à culturalização da sociedade, isto é, através da divulgação do património cultural de uma determinada região. O sucesso de cada um deles depende da relação que estabelecem entre si, já que os visitantes e turistas procuram e consomem manifestações culturais e patrimoniais (Pires, 2004; Julião, 2013).

A OMT criou duas definições para turismo cultural. Na primeira afirma que se trata de “viagem por motivos unicamente culturais ou educativos” (OMT, 1985, citado por Rodrigues, 2012: 23), enquanto na segunda reforça que turismo cultural é “toda a viagem que pela sua natureza satisfaz a necessidade de diversidade, de ampliação de conhecimento, que todo o ser humano traz em si” (OMT, 2004, citado por Rodrigues, 2012: 23).

Segundo Richards (1996), o turismo cultural é o movimento de pessoas para cidades com atrações culturais, fora do seu local de residência, com o intuito de adquirir novos conhecimentos e experiências. Ora este conceito vem reforçar tudo o que foi mencionado anteriormente sobre turismo cultural, uma vez que o conceito de cultura pode integrar um evento cultural, os produtos culturais e os modos de vida da população local. O conceito de Richards reforça também a ideia de Cunha e Abrantes (2013: 34), que incluem no turismo cultural “as viagens provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os conhecimentos, de conhecer as particularidades e os hábitos de outros povos, de conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado e do presente, ou ainda a satisfação de necessidades espirituais”.

Já Ferrari (2013: 387) contém na sua definição aspetos criativos, ao dizer que o “turismo cultural é uma viagem que envolve uma experiência pessoal e enriquecedora graças ao contacto direto com outra cultura, com outros estilos de vida e população, por ser altamente criativo e adaptável”.

Moletta (1998: 9-10) também apresenta uma definição de turismo cultural, esta baseada na identidade cultural de um povo, pois, segundo o autor, a cultura permite o desenvolvimento do turismo. Na sua definição afirma que:

Turismo cultural é o acesso a esse património cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Sendo assim, o turismo cultural não busca somente lazer, repouso e boa vida. Caracteriza-se, também, pela motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas.

De acordo com Pérez (2009) e Rodrigues (2012), o turismo cultural pode ser utilizado para desenvolver a economia da cidade, criando uma nova imagem e um novo simbolismo de modo a atrair capital e investimento externo e contribuir para a coesão da comunidade. Dos elementos utilizados para a regeneração desses locais destacam-se os eventos culturais, as festividades, as exposições e os equipamentos culturais, desde museus a centros de conferência e auditórios. A valorização de todos estes elementos culturais gera fluxos de visitantes e turistas e produz mecanismos de sustentabilidade ao local ou região.

Também Pires (2004) refere que o turismo cultural alia a viagem ao desejo de conhecer e contactar diretamente com as várias expressões de cultura de um povo ou país. O objetivo é conhecer os estilos de vida e o património local, elementos representativos dessa cultura e dos seus contextos históricos. Para Pires, os atrativos turísticos fazem parte do património cultural imaterial, porque caracterizam a identidade de um povo, contam parte da sua história e relembram tradições seculares. Neste sentido, elevam a autoestima das comunidades locais, estimulam a participação destas no desenvolvimento da atividade turística e fazem com que elas transmitam às gerações seguintes todo o seu legado.

O património cultural constitui um recurso e parte da oferta turística que associa a proteção dos seus bens monumentais e históricos ao desenvolvimento económico e social da região. Faz aumentar o turismo e valoriza o património, evitando assim a sua degradação. Assim sendo, os centros históricos e as aldeias históricas fazem parte do turismo cultural (Carvalho, 2017).

Com o objetivo de proteger e preservar o património e as tradições, que fazem com que cada país seja diferente e único, foi criada a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em 1972. Enquadrada na ONU (Organização das Nações Unidas), integra 171 estados membros. Vários destes países mostraram interesse em proteger o património

imaterial, o que levou a UNESCO a adotar a Recomendação para a Salvaguarda da Cultura Tradicional e do Folclore (UNESCO, 1972). Assim, as línguas que estavam em perigo no mundo e a música tradicional passaram a ser protegidas. Em 1999, o conselho executivo da UNESCO criou a Proclamação das Obras-primas do Património Oral e Imaterial da Humanidade, com o intuito de distinguir os espaços culturais mais notáveis. Em 2003 foi criada e aprovada a Convenção para Salvaguarda do Património Cultural Imaterial entrando em vigor em 2006.

A Convenção de 2003 tem como objetivos:

- a) “A salvaguarda do património cultural imaterial;
- b) O respeito do património cultural imaterial das comunidades, grupos e indivíduos envolvidos;
- c) A sensibilização a nível local, nacional e internacional, para a importância do património cultural imaterial e da sua apreciação recíproca;
- d) A cooperação e assistência internacionais” (UNESCO, 2003, artigo 1).

De acordo com a Convenção da UNESCO, o património cultural imaterial foi definido como todas:

(...) as práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte integrante do seu património cultural. Esse património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interação com a natureza e da sua história, inculcando-lhes um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana (UNESCO, 2003, artigo 2).

O património cultural imaterial, tal como é definido pela UNESCO (2003, artigo 2) manifesta-se através das:

- a) “Tradições e expressões orais, incluindo a língua como vetor do património cultural imaterial;
- b) Artes do espetáculo;
- c) Práticas sociais, rituais e eventos festivos;
- d) Conhecimentos e práticas relacionadas com a natureza e o universo;
- e) Aptidões ligadas ao artesanato tradicional”.

Estas características levaram o Fado português a ser considerado Património Imaterial da Humanidade pela UNESCO em 2011, o Cante Alentejano em 2014, a Falcoaria portuguesa em 2016 e os Bonecos de Estremoz, em 2017, ficando reconhecidos como identidade cultural de

Portugal. A par destes, muitos outros bens portugueses foram classificados como Património Mundial pela UNESCO (Lusa, 2017).

O Carnaval de Torres Vedras, tema central deste relatório e que será desenvolvido no próximo capítulo, também se candidatou a Património Imaterial da Humanidade a 21 de fevereiro de 2014 e aguarda o seu reconhecimento pela UNESCO e a sua inscrição na lista do Património Cultural Imaterial do nosso país.

Segundo Carvalho (2017: 360), “a valorização turística do património é um instrumento essencial ao desenvolvimento territorial: beneficia o crescimento económico; (...) cria empregos; reforça a identidade cultural das populações; melhora a formação dos jovens e salvaguarda o saber fazer tradicional”. É aqui que o turismo de eventos tem um papel importante na atração de turistas através das suas manifestações culturais. São acontecimentos que causam grande impacto no desenvolvimento e na economia local. Temos como exemplo as exposições internacionais, os espetáculos históricos, os carnavais, os festivais de música, entre outros.

Em suma, é possível afirmar que cultura, património e turismo são três conceitos indissociáveis, uma vez que os dois primeiros permitem a existência do terceiro. Os turistas ou visitantes procuram a experiência, a descoberta e a interação com a comunidade e a sua cultura, com o objetivo de conhecer a riqueza que o património ou determinado evento lhes pode proporcionar. Cabe aos responsáveis dos destinos potenciar essas experiências através da preservação do património e da organização de um programa de eventos adequado e atrativo que permita chamar grande número de visitantes. Para que todos estes fatores sejam possíveis, é fundamental que haja espírito de entajuda entre a população, os agentes públicos e os agentes privados, pois só assim será possível competir com outros destinos turísticos.

### **3. CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO DE TORRES VEDRAS E DA PROMOTORRES**

#### **3.1. ENQUADRAMENTO GEOGRÁFICO DO CONCELHO DE TORRES VEDRAS**

O concelho de Torres Vedras localiza-se na região Centro, sub-região Oeste, a cerca de 45 km de Lisboa, cidade que é sua sede de distrito. Este concelho, constituído por 13 freguesias, possui uma área de 405,89 Km<sup>2</sup> (Pinto & Veiga, 2005) e faz fronteira a norte com a Lourinhã, a nordeste com o Cadaval, a este com Alenquer, a sudeste com Sobral de Monte Agraço, a sul com Mafra e a oeste com o Oceano Atlântico (Anexo I - Figuras 15, 16 e 18).

A acessibilidade é um fator de grande importância para os destinos turísticos e o concelho de Torres Vedras dispõe de uma rede bem estruturada, que lhe permite o desenvolvimento socioeconómico do território (Município de Torres Vedras (MTV), 2016). Neste sentido, a proximidade da capital e a existência de uma Autoestrada (A8), que atravessa toda a Região do Oeste facilitam a ligação entre Torres Vedras e Lisboa. A rede ferroviária e o aeródromo de Santa Cruz são outras vias ou infraestruturas que potenciam o turismo, por facilitarem o acesso à região de Torres Vedras.

O tempo de deslocação entre Lisboa e do aeroporto internacional mais próximo (Humberto Delgado em Lisboa) a Torres Vedras é variável, dependendo do meio de transporte e as vias de comunicação, sem considerar o tráfego: i) entre 1h e 30 min a 2h 00 min de comboio; ii) 45 min de autocarro expresso; iii) 20 min de automóvel pela A8; e iv) 1 hora de automóvel pela estrada nacional N8. Considerando a deslocação a partir do Porto os tempos médios são: i) 2h 30 min a 2h 40 min de automóvel; ii) 3h 45min a 4h 45min de autocarro expresso; e iii) 5 a 7 horas de comboio (PTTV, n.d.a; CMTV, 2018a).

Segundo os censos de 2011 (INE, 2011) a população residente nesse ano, no concelho de Torres Vedras, era de 79 465 pessoas, sendo que a maior densidade populacional se concentra na sede de concelho, Torres Vedras e nas freguesias do litoral, em especial na Silveira (Anexo I - Figura 17).

Do ponto de vista demográfico (Anexo II - Figura 19), verifica-se que a população do concelho tem vindo a crescer consideravelmente, passando de 67 185 habitantes em 1991, para 72 250 em 2001 e 79 465 em 2011, o que corresponde a um acréscimo de 12 280 habitantes (INE, 2011).

Em termos geológicos, o concelho “situa-se na orla meso-cenozóica ocidental, pertencente à Era Secundária e Terciária” (Pinto & Veiga, 2005:8), possuindo solos arenosos, solos calcários, o grés, terrenos quaternários com dunas de areia e alguns afloramentos basálticos.

A nível hidrográfico, os rios Alcabrichel e Sisandro são as linhas de água mais importantes do concelho. Contudo, devido ao fraco caudal e ao elevado grau de poluição têm tido pouca influência no mesmo, comprometendo a paisagem, o ambiente e o aproveitamento turístico (Serra, 2009).

Uma das características mais importantes para a escolha do destino turístico é o clima. Neste sentido, Torres Vedras é um concelho que proporciona ao turista ótimas condições de visita, ao longo de todo o ano (Bernardes, 2015). O clima da região é Temperado Mediterrânico, mas é de realçar a influência do Oceano Atlântico que contribui para atenuar a temperatura, tanto no verão (frescos), como no inverno (ameno). A temperatura média anual do concelho ronda o 15° C, sendo o mês com média mais elevada o de agosto com 19,5° C e dezembro com média mais baixa, com 10,5° C (MTV, 2016).

O território do concelho apresenta um relevo bastante ondulado, com a altitude oscilando entre 0 m, ao nível do mar e os 395 m de altura na Serra do Socorro. Relativamente à utilização do solo verifica-se que a área florestal se encontra nas zonas mais montanhosas do sul e norte do concelho e que as zonas de utilização agrícola ocupam as áreas pouco declivosas e de boa qualidade, que se encontram associadas aos vales dos rios e às zonas costeiras (Pinto & Veiga, 2005; Serra, 2009).

No concelho de Torres Vedras é possível encontrar uma Área de Paisagem Protegida, com uma área de 1 223 hectares, constituída pelas Serras do Socorro, da Archeira, da Galharda e do Monte Deixo, na qual é possível observar património cultural, histórico, natural e paisagístico de grande interesse, desde moinhos, a ermida de Nossa Senhora do Socorro e as Fortificações das Linhas de Torres Vedras (PTTV, n.d.b).

O litoral do concelho, com uma extensão de 20 Km, abrange várias praias, das quais se destacam as do Porto Novo, Santa Rita, Mexilhoeira, Famosa, Amoreira e Santa Cruz. Esta última é a mais conhecida pelos seus extensos areais brancos e por ser uma atraente estância de turismo que apresenta beleza natural (Vieira, 2011).

A orla costeira, que abrange quatro freguesias: Maceira, A-dos-Cunhados, Silveira e São Pedro da Cadeira, constitui uma zona sensível devido às tensões a que está sujeita e à sua fisiologia. Possui arribas de altura variável cujas rochas compreendem arenitos, calcário e margas da idade cretácica, siltitos, margas e arenitos do Jurássico superior e calcários compactos e resistentes, do Jurássico inferior (Silva e Santos, 2005, citado por Serra, 2009).

O território de TV é povoado desde a pré-história e por lá passaram várias comunidades, desde caçadores coletores, agricultores, metalúrgicos, gregos e romanos. O Castro do Zambujal é o

vestígio mais conhecido dos tempos remotos e marca o primeiro reduto civilizacional da região (Pinto & Veiga, 2005). Dos romanos ficou o cultivo da vinha, legado de grande importância para o futuro de Torres Vedras, que ainda hoje existe.

Tomado em 1147 por D. Afonso Henriques, o território ficou sob o domínio islâmico até os dias de hoje. No entanto, o território só teve a sua primeira organização municipal no reinado de D. Sancho I (1185-1211), embora a criação do concelho só surja com a doação do primeiro foral atribuído por D. Afonso III em 1250 (Pinto & Veiga, 2005; Silva, 2008). Seu nome vem de *Turres Veteras*, duas torres velhas e antigas construídas no tempo dos romanos (Vieira, 2011).

Torres Vedras foi terra de Rainhas e, por isso, ali foram implantados conventos como Santa Cruz de Coimbra, Santa Maria de Alcobaça e Celas e mosteiros como os de São Vicente de Fora e de Santa Maria de Oia e das ordens militares do Hospital e de Santiago (Pinto & Veiga, 2005; Silva, 2008). Neste concelho também se fundaram dois conventos de Agostinhos Calçados, frades Eremitas: i) Nossa Senhora de Assunção de Penafirme, em 1226; e ii) Nossa Senhora da Graça de Torres Vedras, em 1366. Em 1470, a infanta D. Maria, senhora de Torres Vedras, fundou os conventos dos frades Franciscanos de Varatojo e em 1570 Nossa Senhora dos Anjos, para os frades Arrábidos (Silva, 2008).

Segundo Pinto e Veiga (2005:6), “Torres Vedras é terra de gente ilustre da história de Portugal.” Deste concelho partiram muitos aventureiros torrienses em direção ao Oriente, à procura de novos mundos. Entre eles destacou-se Frei Aleixo de Meneses, Prior do convento de Nossa Senhora da Graça e mais tarde Arcebispo de Goa e de Braga e governador da Índia. Nesta época reinava D. João I, que, em 1414, reuniu o Concelho Régio e decidiu conquistar Ceuta.

A 01 de junho de 1510, D. Manuel I deu à vila de Torres um Foral Novo e em 1533, D. João III elevou Torres Vedras à categoria de Cabeça de Comarca, embora só a partir de 1619 exercesse esse estatuto, devido à oposição de Alenquer (CMTV, 2018a).

A partir de 1809, Torres Vedras oferece o seu nome ao maior sistema defensivo da história, para defrontar as tropas de Napoleão e defender a cidade: as *Linhas de Torres Vedras*. A partir do início do século XX, a vila e o concelho cresceram e tornaram-se num destino turístico, devido particularmente às termas e à praia de Santa Cruz (Monteiro, 2011). A 02 de março de 1979, a vila foi elevada à categoria de cidade (TVW, 2015a).

A nível económico, “Torres Vedras apresenta grande dinamismo, constituindo-se como o primeiro centro de emprego (22,9%) e o primeiro em concentração empresarial (23,5%) no contexto da NUTS III do Oeste” (MTV, 2016). No conjunto, o concelho contém mais de 2 000 empresas, que incluem diversos setores de atividade. Detém, por isso, uma posição central

estratégica. A atividade agrícola, a indústria agroalimentar, a cerâmica do barro vermelho, a metalomecânica, a metalúrgica, o comércio a retalho e os serviços assumem um papel predominante no concelho. Daí que as bases da economia sejam a atividade agrícola, a indústria transformadora, o comércio e os serviços (Pinto & Veiga, 2005; Silva, 2008).

Segundo os censos de 2011 (INE, 2011), o setor primário empregava 2 152 habitantes da população ativa (6,2%), o secundário 9 312 habitantes (26,7%) e o terciário 34 870 habitantes (67,1%). Verificou-se um acréscimo do setor terciário, relativamente aos anos anteriores, que passou de 54%, em 2006, para 67,1%, em 2011, enquanto o setor secundário tem vindo a diminuir, já que passou de 33%, em 2006, para 26,7%, em 2011. Também o setor primário tem vindo a cair, uma vez que passou de 13%, em 2006, para 6,2%, em 2011 (Anexo III - Figura 20).

Este concelho possui solos muito ricos e bons para a agricultura. Daí que os torrienses cultivem vinha, batata, feijão e fruta, desenvolvendo, deste modo, a horticultura e a fruticultura. Relativamente à vinha, Torres Vedras é um dos maiores produtores vitivinícolas do país. São as serras, o Oceano Atlântico, os solos e o clima que conferem características únicas às uvas, da região, resultando em vinhos esplendorosos e de excelente qualidade (Pinto & Veiga, 2005).

### **3.2. PATRIMÓNIO E RECURSOS TURÍSTICOS DO CONCELHO DE TORRES VEDRAS**

Segundo a Organização Mundial do Turismo, os recursos turísticos “podem ser considerados como o conjunto dos bens e serviços que, por intermédio da intervenção humana, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura efetiva” (Silva, 2017: 199, citando a OMT, 1998). Silva (2009), complementa esta informação defendendo que os recursos turísticos são “todo o elemento natural, atividade humana ou seu produto, capaz de motivar a deslocação das pessoas, de ocupar os seus tempos livres ou de satisfazer as necessidades decorrentes da sua permanência” (Silva, 2017: 200). Se forma mais sintética, Ignarra (2003, citada por Oliveira, 2014: 27) indica que os recursos turísticos “constituem-se nos atrativos turísticos que formam a matéria-prima do «produto turístico”.

Todos estes autores consideram que os recursos turísticos são a base sobre a qual se desenvolve a atividade turística. Estes podem dividir-se em recursos primários (básicos ou originais) e em secundários (agregados ou derivados) (Neves, 2012; Silva, 2017). Assim sendo, a oferta turística primária inclui todos os recursos que compõem a matéria-prima do turismo, como património cultural (histórico, monumental, arquitetónico e artístico) e natural (praias, montanhas e paisagem protegida). Já a oferta turística secundária engloba todos os equipamentos turísticos (alojamento,

restauração, agências de viagem, etc.), de animação e comércio local (mercados periódicos e centros comerciais), de transportes (aeroportos, terminais rodoviários, ferroviários, etc.) e de infraestruturas (estradas, marinas, portos, telecomunicações) (Silva, 2017).

Silva (2017) refere que, apesar de nem todos os autores estarem de acordo relativamente à divisão da oferta turística, são unânimes ao afirmar que a oferta primária constitui o argumento base do turismo e da oferta derivada a construir (hotéis, restauração, instalações de animação), ou a criar (saneamento básico, saúde, qualidade dos serviços a disponibilizar, transportes). Segundo este autor, os recursos primários, sozinhos, não são suficientes para garantir a permanência dos turistas num determinado local, sendo fundamental que haja equipamentos que satisfaçam as suas necessidades, bem como infraestruturas e unidades de acolhimento.

No domínio dos recursos naturais e do património, o concelho de Torres Vedras possui muitos e variados recursos, que permitem criar uma oferta turística diversificada. No quadro 12 (Apêndice A) é possível identificar os recursos turísticos do concelho, divididos por categorias e tipologia.

Em relação ao património ambiental e natural existe um total de 89 recursos, tendo em maior número a fauna e a flora. É de salientar as duas áreas de paisagem protegida: a Serra do Socorro e a Serra da Archeira, que integram igualmente um importante património cultural. Quanto ao património arqueológico, histórico e monumental identificou-se um total de 671 recursos, existindo em maior número o associado à atividade industrial. Em relação ao património etnológico, artesanal, gastronómico e cultural existe um total de 70 recursos, tendo em maior número o associado à vinicultura. Quanto às atividades de lazer e recreio identificou-se um total de 943 recursos, estando a agricultura/produção animal/caça/floresta/pesca em maior número. No que toca aos eventos e acontecimentos programadas existe um total de 32 recursos, tendo maior número a parte cultural. Em relação ao alojamento, restauração e comércio local temos um total de 197 recursos, tendo maior número a restauração. Quanto aos recursos institucionais e cooperativos verificou-se que existem 397 recursos, estando em maior número as associações culturais. Por fim, existem 91 recursos relacionados com as infraestruturas e equipamentos, sendo maior o número os centros culturais/salas de exposições.

O quadro 13 (Apêndice B) apresenta a classificação desses mesmos recursos, quanto à tipologia e aos formatos que podem assumir, de acordo com as suas características, para uma melhor compreensão da oferta turística existente. O quadro divide-se em recursos primários e secundários. Por sua vez, os recursos primários subdividem-se em património (cultural, histórico e natural), os quais integram os elementos da cultura material e imaterial, em atividades, em equipamentos e em eventos. Os recursos secundários encontram-se divididos em atividades e equipamentos.

Os recursos primários são os que o concelho de TV dispõe em maior quantidade e variedade, e, por isso, são recursos que constituem grandes oportunidades e um forte potencial para o turismo.

Como referido anteriormente, o concelho de Torres Vedras possui um rico património histórico-cultural e vários recursos turísticos, que o tornam atrativo e permitem potenciar uma boa captação de turistas e visitantes.

Em termos históricos, existe um grande número de locais com bastante significado e interesse turístico (CMTV, 2018a), entre os quais se destacam os seguintes:

- O Castro do Zambujal;
- O edifício Paços do Concelho;
- O Centro Histórico;
- O Castelo;
- O Aqueduto de TV;
- A Azenha de Santa Cruz;
- O Chafariz dos Canos;
- As Linhas de Torres Vedras.

Os principais monumentos do concelho situam-se na cidade de Torres Vedras, mais concretamente na zona antiga da cidade – Centro Histórico de TV. Nas praças da cidade também é possível ver grandiosas construções como os Paços do Concelho, o Chafariz dos Canos, a Igreja de S. Pedro, a Igreja de Santiago ou a Capela da Misericórdia (Pinto & Veiga, 2005).

Numa posição alcantilada, a partir da qual é possível ver toda a cidade de Torres Vedras, encontra-se o Castelo Medieval. Este monumento, conquistado aos Mouros em 1148 por D. Afonso Henriques, e onde ainda é possível observar algumas argamassas romanas e a mais antiga matriz de Torres Vedras, a Igreja de Santa Maria, ainda mantém de pé algumas das suas muralhas, a torre cilíndrica e vestígios de um antigo paço. Este monumento possui ainda uma porta manuelina, uma vez que a sua mais importante reconstrução ocorreu no reinado de D. Manuel. Do Castelo Medieval (Sales, 2007; Vieira, 2011). O castelo foi um dos monumentos mais relevantes no desenvolvimento e proteção da vila de Torres Vedras, tendo sido integrado nas Linhas de Torres Vedras e servido de quartel às tropas do conde de Bonfim.

Atualmente, os Paços do Concelho contêm a Galeria Municipal que foi inaugurada a 25 de abril de 2003, após o edifício sofrer obras de remodelação. A Galeria é constituída por três salas: duas no edifício Paços do Concelho e uma no edifício adjacente (Sales, 2007). O edifício Paços do Concelho foi sede dos serviços administrativos do concelho e foi sede do comissário de guerra, durante a ocupação militar da cidade de Torres Vedras, no período da Guerra Peninsular.

Como património arqueológico é de salientar os Castros do Zambujal e da Fórnea. Classificados como Monumento Nacional, os Castros do Zambujal são ruínas de uma civilização pré-histórica, pertencente ao período do Calcolítico ou Idade do Cobre, como o *Tholos* do Barro, que foi classificado como monumento nacional. Localizados a cerca de 3 quilómetros a sudoeste da cidade de Torres Vedras, estes castros, que foram descobertos em 1938, por Leonel Trindade, eram povoações fortificadas, construídas no alto dos montes e que se encontravam rodeadas por várias linhas de muralhas defensivas (Pinto & Veigas, 2005).

Outro elemento patrimonial relevante trata-se do Aqueduto de Torres Vedras, que é formado por dois arcos de volta perfeita sobrepostos e ocupa uma extensão de mais de dois quilómetros (Rodrigues, 1996). Trata-se de um aqueduto renascentista que foi edificado para abastecer o Chafariz dos Canos, situado no Centro Histórico da Cidade. Durante o séc. XVIII, o aqueduto sofreu várias obras de reconstrução e restauro, assim como em 1990. Situado no perímetro urbano de Torres Vedras liga a cidade a Runa, passando sobre o rio Sizandro. “O Aqueduto de Torres Vedras é Monumento Nacional, desde 16 de junho de 1910” (Pinto & Veiga, 2005: 78).

De destacar também a Azenha de Santa Cruz, edificada nos finais do séc. XV, e que foi classificada como edifício de interesse público em 1997. Atualmente é um Centro Interpretativo ligado à moagem do cereal e ao fabrico do pão. Esta azenha reúne um espólio alusivo à temática, um conjunto de painéis expositivos e a projeção de filmes e fotografias dos tempos remotos. Como espaço cultural promove as tradições e a divulgação de memórias e cultura populares (CMTV, 2018b).

Datado de 1331, o Chafariz dos Canos é outro monumento interessante, de estilo gótico e que contém cinco faces com cinco arcos ogivais (Vieira, 2011). No seu interior existe um tanque com duas bicas de água em estilo barroco, com motivos vegetalistas, que, de acordo com Rodrigues (1996) e Pinto e Veiga (2005) servia para abastecer de água a vila de Torres Vedras.

Certamente que um dos elementos patrimoniais mais relevantes do concelho é o sistema constituído pelas “Linhas de Torres Vedras”. Segundo Bernardes (2015: 187), estas “constituem um sistema defensivo complexo cobrindo uma distância total de cerca de 100 Km, construído durante a Guerra Peninsular, e que compreende fortes, fortins, redutos, estradas militares e escarpamentos”. Estas fortificações foram construídas em 1809, a mando do General Arthur Wellesley, sob o maior sigilo, para defender Lisboa das invasões Napoleónicas de 1810. Eram apoiadas por quatro linhas de defesa. A 1.<sup>a</sup> Linha foi construída entre Alhandra e a Foz do Sisandro, a 2.<sup>a</sup> Linha, entre Ribamar e Vialonga, a 3.<sup>a</sup> Linha, em torno do forte de São Julião da Barra e a 4.<sup>a</sup> Linha na península de Setúbal, para evitar que as tropas entrassem pelo sul. O Forte

de S. Vicente e o Reduto de Olheiros formaram um dos principais pontos defensivos das Linhas de Torres Vedras (Monteiro, 2011).

Com o intuito de salvaguardar, recuperar e valorizar o património arquitetónico e militar das Linhas de Torres Vedras, foi criada a Grande Rota das Linhas de Torres (GR30) e 6 percursos para visitar o sistema militar defensivo (Anexo IV - Figura 21). Este projeto foi desenvolvido pela Plataforma Intermunicipal das Linhas de Torres, entre 2007 e 2011 (Bernardes, 2015).

Segundo Bernardes (2015: 186), “a Rota Histórica das Linhas de Torres é um dos 17 projetos vencedores do prémio Europa Nostra 2014, na categoria ‘Conservação’”. O prémio, atribuído pela União Europeia e pela Rede Europa Nostra, é o reconhecimento do trabalho desenvolvido pelos vários municípios (Arruda dos Vinhos, Loures, Mafra, Sobral de Monte Agraço, Torres Vedras e Vila Franca de Xira) que integram esta rota. Para além desta distinção também recebeu o Prémio Turismo de Portugal.

O Forte de São Vicente é um forte constituído por três redutos de fossos, trincheiras e posições de fogo. Esse forte, de acordo com Sales (2007) e Bernardes (2015) continha três linhas defensivas, 152 fortificações e 600 peças de artilharia. Era o anel de defesa de Lisboa face às invasões francesas e era um dos pontos mais fortificados das Linhas de Torres Vedras. Em conjunto com o Castelo Medieval constituíam os dois redutos da vila. Como refere Bernardes (2015: 122), “as linhas constituíam um verdadeiro reduto armado, defendido por 36.000 portugueses, 35.000 britânicos, 8.000 espanhóis e cerca de 60.000 homens de tropas portuguesas não regulares”.

As estâncias termais dos Cucos e do Vimeiro também fazem parte do património, pelo valor arquitetónico dos seus edifícios e pelo enquadramento paisagístico. Estas termas apresentam atividade turística com grande procura e valor económico. Antigamente, eram procuradas por famílias notáveis que iam em busca de repouso e cura (Pinto & Veiga, 2005; Vieira, 2011).

Inicialmente, a terma dos Cucos (Anexo IV – Figura 22) oferecia águas e lamas terapêuticas. Em 1866 foi nomeada uma Comissão para estudar as Águas Minerais do Reino, onde figuravam as nascentes das Termas dos Cucos. Duas décadas depois foi projetado o complexo termal (Torres Vedras Web, 2015b). Situadas a menos de 1 Km de Torres Vedras, estas termas eram indicadas para tratamento de reumatismo, doenças dos ossos, doenças de pele, afeções cutâneas, artrite, gota, etc., através da ingestão de água, banhos de imersão, duches e aplicações de lamas locais (Pinto & Veiga, 2005). Atualmente, as termas dos Cucos encontram-se encerradas, mas quando forem requalificadas, estas irão contribuir para dotar o concelho de ótimas características, para quem procura este tipo de estâncias, independentemente do motivo (saúde, lazer ou bem estar).

As Termas do Vimeiro (Anexo IV - Figura 23) remontam ao séc. XIX. Contudo, a sua exploração legal só ocorreu em 1896 (Termas de Portugal, 2018). As suas águas, ricas em minerais, eram indicadas para o tratamento de doenças de pele, ossos, doenças do Aparelho Digestivo, Aparelho Circulatório e Respiratório, através da ingestão de água, balneoterapia, ventiloterapia e fisioterapia. Atualmente, o complexo termal está associado a duas unidades hoteleiras e possui piscinas (Pinto & Veiga, 2005).

Quanto a outras instalações afetas ao património cultural (CMTV, 2018a) destaca-se no concelho de TV:

- O Atelier dos Brinquedos;
- O Centro de Educação Ambiental;
- O Centro de Interpretação da Azenha de Santa Cruz;
- O Centro de Interpretação da Comunidade Judaica;
- O Centro de Interpretação da paisagem Protegida das Serras do Socorro e da Archeira;
- O Centro de Interpretação das Linhas de Torres Vedras;
- O Centro de Interpretação do Castelo de Torres Vedras;
- A Fábrica das Histórias;
- O Museu Municipal Leonel Trindade;
- Os Paços – Galeria Municipal de Torres Vedras.

O Atelier dos Brinquedos encontra-se no Parque do Choupal e apresenta uma exposição de 170 brinquedos, que fazem parte do espólio adquirido pela CMTV. É uma mostra, que testemunha as práticas lúdicas das crianças ao longo dos tempos, os modos de vida da sociedade e os progressos técnicos (CMTV, 2018a).

O Centro de Educação Ambiental foi criado para promover a consciência dos cidadãos torrienses na proteção do ambiente, através de atividades de educação e sensibilização ambiental.

O Centro de Interpretação da Azenha de Santa Cruz, localizado na Azenha de Santa Cruz, conta a história do edifício, da moagem do cereal e do fabrico do pão, a todos os torrienses e visitantes.

O Centro de Interpretação da Comunidade Judaica (CICJ) é um equipamento museológico do Município de TV, que reabilita e preserva o património judaico em Portugal e divulga uma parte da história de TV, desde conflitos com os cristãos, habitação, expulsão e conversão dos judeus, que esteve oculta durante cinco séculos. Situa-se no centro histórico da cidade e integra as “Rotas de Sefarad: Valorização da Identidade Judaica Portuguesa no Diálogo Interculturais” (CMTV, 2018a).

O Centro de Interpretação da Paisagem Protegida das Serras do Socorro e da Archeira é um equipamento educativo criado para divulgar a Área de Paisagem Protegida, constituída pelas serras do Socorro, Archeira, Galharda e Monte Deixo. É um centro que divulga a área protegida e todo o património histórico-cultural e natural lá existente, que vai desde moinhos, uma ermida, Fortes das Linhas de Torres, um parque de merendas, observação de aves, eco caminhos e ecotrilhos. O centro localiza-se na antiga Escola Primária do Figueiredo (PTTV, n.d.).

O Centro de Interpretação das Linhas de Torres Vedras é um equipamento que divulga diversas ferramentas úteis à perceção do papel que teve as Linhas de Torres Vedras, na história de Portugal. Inserido nas principais estruturas da Linhas de Torres, apresenta um filme/documentário que faz o enquadramento das invasões francesas e agrega a rede de centros interpretativos da Rota Histórica das Linhas de Torres: Arruda dos Vinhos, Loures, Mafra, Sobral de Monte Agraço e Vila Franca de Xira (Bernardes, 2017).

O Centro de Interpretação do Castelo de Torres Vedras, localizado no castelo, divulga informação sobre o monumento, de modo a enquadrar todos os visitantes nas suas características arquitetónicas e patrimoniais. Também expõe objetos com significado histórico.

Outro património cultural é a Fábrica das Histórias. Localizada na casa Jaime Umbelino, surgiu com o intuito de criar um mundo imaginário, a partir do património doado por aquele: palavras, música, imagens, ideias, memórias e histórias. Integra um mundo fantástico capaz de despertar valores cognitivos, estéticos e afetivos nos visitantes.

Fundado em 1929 por Rafael Salinas Calado, o Museu Municipal Leonel Trindade está inserido no Convento da Graça. Contém um grandioso espólio arqueológico do paleolítico, diversas peças de ourivesaria, um relógio de sol e uma coleção de sepulturas medievais, bem como uma importante coleção de azulejos, faiança, cerâmica e porcelana (Pinto & Veigas, 2005). A sua principal função é interpretar, preservar e divulgar o passado local, suas tradições e vivências, através de atividades de educativas e de lazer.

Constituída por três salas, a Paços – Galeria Municipal de Torres Vedras é um centro polivalente, que recebe exposições de artes visuais e mostras de carácter pedagógico, etnográfico, documental e científico.

Para além do património citado, o Teatro-Cine também pode ser considerado Património Cultural, na medida em que é um dos principais centros culturais e de desenvolvimento da Cidade. Construído em 1926, o Teatro-Cine de Torres Vedras foi remodelado em 1940 e reconstruído em 2001. Este equipamento tem como missão difundir e criar atividades educativas, culturais e artísticas, valorizando a cidadania e a democracia. (Pinto & Veiga, 2005).

O Cortejo Etnográfico realizado a 15 de agosto, em Santa Cruz, também poderá ser considerado património cultural, na medida em que apresenta a “região saloia” de TV através da sua identidade ligada aos produtos tradicionais, rurais e ao folclore. É um evento, onde o “bom vinho” e a “boa mesa” não podem faltar e que integra o programa Onda de Verão.

A gastronomia da região de TV também pode ser incluída no património cultural, uma vez que é rica e diversificada e muitos dos seus produtos são de qualidade. A nível gastronómico destaca-se: o pão caseiro cozido em forno de lenha, o vinho da região e o doce típico de TV, como o pastel de feijão, que complementam a ementa. Depois, os tradicionais pratos de carne das zonas rurais e os pratos de peixe e marisco da zona litoral são iguarias de qualidade, que constituem uma referência para os turistas (Serra, 2009). Relativamente aos vinhos típicos da região de TV, as Rotas do Vinho vieram estimular o desenvolvimento do turismo, ao associar um conjunto de locais à vinha e ao vinho.

O Mercado Municipal de Torres Vedras é o novo espaço de comércio tradicional. Foi inaugurado a 18 de setembro de 2010 e tem à sua entrada um garrafão, denominado Sr. Vinho, que é uma obra da artista plástica portuguesa, Joana de Vasconcelos (CMTV, 2018a).

O Parque Verde da Várzea constitui uma das portas de entrada na cidade de Torres Vedras. Conta com jardins, um parque infantil, um parque de bicicletas, um parque de merendas e um coreto (Pinto & Veigas, 2005).

Quanto ao património religioso, o concelho de TV apresenta (CMTV, 2018a):

- Igreja de Santa Maria do Castelo;
- Igreja de S. Pedro;
- Igreja de Santiago;
- Igreja de Nossa Senhora da Misericórdia;
- Convento do Barro;
- Convento de Santo António do Varatojo;
- Igreja e Convento de Nossa Senhora da Graça;
- Judiaria de Torres Vedras.

A igreja de Santa Maria do Castelo é a mais antiga igreja matriz do concelho e é considerada Monumento Nacional desde 23 de junho de 1910 (Pinto & Veiga, 2005). Criada por D. Afonso Henriques, nela podemos observar azulejos do séc. XVII, vestígios arquitetónicos de estilo romântico e uma pia batismal do séc. XVI. A igreja, que se encontra no interior do Castelo, tem duas torres: a torre sineira e a torre do relógio.

Outro dos grandes aliciantes turísticos deste concelho é a famosa igreja de São Pedro, construída com uma torre sineira quinhentista, adornada por um pórtico manuelino com arcos redondos e colunas do meso estilo e azulejos dos séc. XVI, XVII e XVIII. Esta igreja, a segunda igreja matriz deste concelho, foi reconstruída após o terramoto de 1755 e está classificada como monumento nacional (Sales, 2007; Vieira, 2011).

De reconstrução quinhentista, a Igreja de Santiago, que sofreu várias remodelações por causa das cheias do rio Sizandro, apresenta uma torre sineira e uma fachada de estilo manuelino. O seu interior está coberto por uma abóbada de berço e abóbada de cruzaria simples. Embora em ruínas possui uma pia batismal, idêntica à da Igreja de Santa Maria, e uma escada em caracol. A igreja original está referida na Torre do Tombo, sendo provável que tenha sido construída no reinado de D. Afonso Henriques.

A Igreja da Misericórdia, considerada a igreja mais bela e valiosa da cidade, foi edificada entre 1681 e 1710 e é de estilo barroco. Nela é possível encontrar talha dourada e paredes revestidas de azulejos (Pinto & Veiga, 2005). Contém um órgão do séc. XVIII com oito registos e um teclado, pinturas ornamentais do séc. XVII e altares em talha dourada também do séc. XVII (Sales, 2007). Atualmente está inserida nos edifícios da Santa Casa da Misericórdia de TV, que é o Hospital da Misericórdia.

Conhecido como o Convento do Barro, o Convento dos Religiosos Arrábidos, foi fundado em 1570, pela filha de D. Manuel, a infanta D. Maria, com o intuito de acolher monges franciscanos. Com a implantação da República foi encerrado e abriu como Asilo Elias Garcia, tendo um papel importante no combate da tuberculose, no início do séc. XX. Desde 1993, que o Sanatório do Barro é chamado Hospital Dr. José Maria Antunes Júnior e dedica-se ao tratamento de doenças respiratórias.

Datado de 1470, o Convento de Santo António de Varatojo possui a Capela de Nossa Senhora do Sobreiro, onde se encontram altares em talha dourada de estilo barroco e azulejos do séc. XVIII, com imagens da vida de Santo António. Este convento serviu de casa de estudos às provincianas franciscanas e mais tarde foi Seminário. Construído nos arredores da cidade, é um dos principais monumentos do concelho, estando classificada como Monumento Nacional, desde 23 de junho de 1910 (Pinto & Veiga, 2005; Silva, 2008). O claustro possui dois pisos, o térreo apresenta arcos ogivais, teto decorado e uma porta manuelina com florões.

A igreja e o Convento de Nossa Senhora da Graça pertenceram aos Eremitas descalços de Santo Agostinho. Apresentam várias imagens do barroco, da primeira metade do séc. XVII, azulejos do séc. XVIII e o túmulo de São Gonçalo de Lagos, padroeiro de Torres Vedras, referem Pinto e Veiga (2005) e Silva (2008). O convento chegou a ser um hospital para tratar de leprosos. Com a

extinção das Ordens Religiosas, a igreja foi doada à Irmandade do Senhor dos Passos e o convento passou para a CMTV. Atualmente é ocupado pelo Museu Municipal de Torres Vedras e pelo Gabinete de Apoio Técnico.

A cidade de Torres Vedras possui vestígios da presença de uma comunidade judaica no território, desde meados do séc. XIII. A Judiaria de TV, como é conhecida, ocupava apenas uma rua, mas recebeu privilégios de D. Afonso IV e prosperou durante dois séculos. Em 1496 recebeu ordem de expulsão ou conversão ao cristianismo. Com a Inquisição, instituída em 1536, muitos dos cristãos-novos foram denunciados, perseguidos e condenados e a comunidade desapareceu. Dos judeus mais importantes destacam-se Isaac Guedelha e D. Judas Guedelha, naturais de TV.

Quanto ao património natural existente no concelho (CMTV, 2018a) destaca-se os associados às seguintes tipologias:

- Biodiversidade;
- Paleontologia;
- Praias;
- Paisagem.

A nível da biodiversidade destacam-se a flora e a fauna. Quanto à flora é possível encontrar plantas de grande valor patrimonial (carrasqueira, orquídea, abrunheiro, carrasco-da-arrábida, etc.), espécies de proteção legal (lírio-amarelo, campainhas amarelas, narciso, tomilho-peludo, etc.) e matagais, mosaico agrícola e florestal, etc. No que diz respeito à fauna é possível observar as aves (melro, pintassilgo, cuco, estorninho preto, etc.), os mamíferos (texugo, raposa, sacarabos, ouriço-cacheiro, etc.) e várias espécies de borboletas (CMTV, 2018a).

Relativamente à Paleontologia é possível encontrar um tronco fóssil de araucária na povoação de Cadriceira. Descoberto em 1908, corresponde ao Jurássico Superior e tem cerca de 20 m de comprimento e 1,30 m de diâmetro. Atualmente, encontra-se coberto de terra, aguardando musealização. Na Serra da Archeira também é possível encontrar Fósseis do Cretácico Superior, que são vestígios de antigos mares, como fósseis de moluscos cefalópodes, bivalves e gastrópodes.

Com cerca de 20 Km de costa, o concelho de TV possui excelentes areais dourados que se estendem por mais de 2 Km e formam um conjunto de praias muito apreciadas pelos torrienses e pelos visitantes, devido à qualidade ambiental e turística que apresentam. Estas praias já receberam diversas distinções como as Bandeiras Azuis, Praias de Qualidade de Ouro, Praia Acessível e Certificação *Quality Coast* Platina. Das muitas praias existentes na costa litoral de

TV, salientamos as mais conhecidas: Praia de Santa Cruz, Praia do Porto Novo, Praia do Navio, Praia Formosa, Praia do Centro e Praia da Mexilhoeira.

Para além da zona costeira, o concelho possui vários espaços naturais de interesse, dos quais se destacam as escarpas da Maceira, as Serras do Socorro e Archeira, as áreas do Castro da Fórnea, a Mata do Juncal e a área do Castro do Zambujal.

Relativamente à paisagem destaca-se a paisagem rural e agrícola do interior sul, os vales e serras do interior nascente e o vale de Matacães, pelo seu valor estético. No território de TV é possível também encontrar dois rios: o Sizandro e o Alcabrichel e duas ribeiras: a do Sorraia e a de Pedrulhos, que servem de habitat a muitas espécies e contêm diversas azenhas com importante valor patrimonial.

Quanto ao lazer, o concelho de TV oferece vários recursos, dos quais se destacam (CMTV, 2018a):

- O Birdwacthing (dois observatórios de aves que promovem o Turismo de Natureza e onde é possível ver e fotografar uma grande variedade de aves);
- O Ecoparque da serra da Archeira, que é um espaço onde é possível valorizar a identidade rural do concelho, através de uma vertente lúdica;
- A Grande Rota das Linhas de Torres Vedras, com 112 Km de extensão, que abrange os seis municípios que formam a Plataforma Intermunicipal das Linhas de Torres e onde é possível visitar as principais edificações das Linhas de Torres e todos os recursos naturais, patrimoniais e culturais do concelho;
- A Rota dos Encantos, um percurso pedestre circular com 22 Km;
- O Eco-caminho da Serra do Socorro, um percurso que liga o Turcifal à Serra do Socorro e onde é possível encontrar três observatórios de aves;
- A Rota da Serra da Serra da Archeira e Rota da Serra do Socorro, que são percursos pedestres circulares de 10 e 11 Km;
- Os Ecotrilhos, 3 percursos de BTT circulares, com cerca de 40 Km, são ótimos para pedalar numa bicicleta com a família ou amigos e apreciar a beleza natural e paisagística;
- A Pista de Downhill, uma descida de bicicleta num percurso muito inclinado na Serra do Socorro;

Presentemente, o concelho de Torres Vedras conta “com 12 percursos de pequena rota e com os troços da GR11 Rota do Atlântico e GR30 Rota das Linhas de Torres” (CMTV, 2018a). O Percurso Linhas de Torres inclui três quintas onde dinamizam diversas atividades vinícolas. A Rota dos Vinhos é uma iniciativa intermunicipal, que leva os turistas a visitar algumas quintas tradicionais e adegas cooperativas (Serra, 2009).

Como, cada vez mais, os turistas valorizam as atividades que podem realizar nos destinos turísticos é de grande importância o desenvolvimento da oferta do setor da animação turística, seja ela cultural, desportiva ou de outra natureza. Paralelamente, os eventos e os acontecimentos programados surgem com o intuito de atrair cada vez mais turistas e visitantes e valorizar a sua experiência turística. A nível de eventos destacam-se o Carnaval de Torres Vedras, o *Ocean Spirit* e o Troféu Joaquim Agostinho, em ciclismo, como sendo aqueles que mais turistas e visitantes atraem ao concelho de TV (CMTV, 2018a). Apesar de temporários são eventos únicos e especiais, planeados e programados de forma consciente para alcançar determinado objetivo. Trazem entretenimento, proporcionam experiências únicas, causam impacto na economia local gerando riqueza, são essenciais como estratégia de marketing e promoção da imagem dos locais onde ocorrem, promovem a cultura da comunidade local e são magníficos instrumentos de comunicação (Cunha & Abrantes, 2013).

Segundo Martin (2003, citado por Oliveira, 2014:58), “o local de um evento depende de vários fatores, como a disponibilidade de hotéis e instalações para eventos; os custos dos transportes; facilidades oferecidas; a distância do local de residência dos participantes dos eventos; o clima; a oferta de atividades recreativas; os atrativos naturais e culturais”. Nesse sentido, as infraestruturas e os equipamentos são elementos essenciais para o desenvolvimento do turismo. Assim sendo, é importante que os autarcas, os empresários e as associações invistam no concelho de modo a criar as condições e os fatores indispensáveis ao seu progresso (Oliveira, 2014). Daí que o concelho apresente vários empreendimentos hoteleiros, espalhados pela cidade e litoral, várias estruturas de restauração, comércio, centros culturais, complexos desportivos, entre outros, com o objetivo de proporcionar essa oferta aos turistas que os procuram.

Para além dos recursos citados, Oliveira (2014), citando Mil e Morrison (1984) refere, que a hospitalidade também é vista como um recurso essencial na criação de um produto turístico, quando bem aceite pela população autóctone e pelos técnicos do turismo.

### **3.3. CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO NO CONCELHO DE TORRES VEDRAS**

O concelho de Torres Vedras integra-se na Comunidade Intermunicipal do Oeste (Oeste CIM), que corresponde à Unidade Territorial Estatística de Nível III (NUT III) Oeste, e inclui 12 municípios: Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Nazaré, Óbidos, Peniche, Rio Maior e Sobral de Monte Agraço. Esta comunidade tem como objetivo “promover e conferir maior visibilidade e dinâmica aos recursos socioeconómicos,

patrimoniais, históricos, turísticos e naturais da Região Oeste Portugal” com o intuito de se afirmar à escala nacional e internacional (CMTV, 2018a).

Serra (2009: 39), citando António Carneiro (2009) refere que “a região deverá assumir-se como um destino de excelência, na sequência do forte investimento em ‘resorts golfe-turismo residencial’, aos quais está associada a fixação de hotéis de cinco estrelas de grandes cadeias internacionais”, que tornam o território competitivo e um importante destino turístico.

Toda a região de Torres Vedras apresenta uma grande diversidade de oferta material e imaterial que a tornam apelativa em termos turísticos. Essa oferta turística, de acordo com Bernardes (2015: 138) “é fundamental para a promoção eficaz de qualquer destino turístico”.

De acordo com o Plano Estratégico de Turismo Sustentável para o Concelho de Torres Vedras – PETS 2020 (CMTV, 2018b), o Município de Torres Vedras é um ponto turístico de referência por:

- a) Ser o maior concelho do distrito de Lisboa e se encontrar “repleto de atrativos para quem aprecia história, natureza, desporto, gastronomia, vinhos e entretenimento” (PETS 2020: 26);
- b) Possuir uma extensa costa litoral com praias de areia fina e dourada, acessíveis e de qualidade, dotadas de serviços e infraestruturas que permitem criar um destino de excelência e que, por isso, receberam galardões ambientais, como Praia Qualidade de Ouro, Praia Acessível e *Gold Award Quality Coast*. A maior parte destas praias tem Bandeira Azul;
- c) Possuir sistemas dunares na Praia Azul e na Praia de Santa Rita, os rios Sisandro e Alcabrichel, com espécies autóctones, águas termais no Vimeiro e Cucos e uma área local de Paisagem Protegida nas Serras do Socorro e Archeira, ricas em património natural, cultural e paisagístico;
- d) Possuir património histórico-cultural rico e diversificado, tanto na cidade (igrejas, Castelo Medieval, Paços do Concelho, Chafariz dos Canos, Aqueduto, Convento da Graça transformado no Museu Municipal Leonel Trindade, etc.), como nas várias freguesias que compõem o concelho (Forte de S. Vicente – principal forte das Linhas de Torres, Convento de Santo António de Varatojo, entre outros).

Torres Vedras é assim um concelho detentor de paisagens magníficas, património material e imaterial que “nos levam ao passado” e ao mesmo tempo potenciam o futuro turístico da região.

De acordo com Abreu (2013, citando o PTSC, n.d.), o desenvolvimento do turismo, no concelho de Torres Vedras, partiu da praia de Santa Cruz, zona costeira e balnear procurada, desde há muito, por historiadores, poetas e escritores que viam a praia como musa inspiradora para os seus

trabalhos. O município não os esqueceu deles e em sua homenagem foram construídos alguns monumentos, como o de Antero Quental (escritor e poeta açoriano), Kazou Dan (poeta japonês) e João Barros (primeiro historiador português).

Com a construção de infraestruturas surgiram hotéis, como o Havanesa (1905), o Miramar (1918), o Restaurante Oceano (1930) e o Casino de Santa Cruz (1926), que vieram colmatar as solicitações de alojamento por parte dos turistas. A construção do aeródromo de Santa Cruz e a inauguração das águas e instalações telefónicas também contribuíram para o desenvolvimento turístico local (Abreu, 2013, citando PTSC, n.d.).

A par dos recursos existentes, a facilidade de acessos a Lisboa, capital de Portugal e de Distrito, é outro ponto forte que se reflete significativamente na atratividade do destino Torres Vedras. Muitas pessoas procuram nesta região uma segunda habitação, ou recorrem ao alojamento temporário, aumentando assim, o turismo residencial, sobretudo na época balnear.

É na década de 1960 que nasce o turismo de massas na Praia de Santa Cruz e se expande até o Porto Novo, onde é construído o Hotel Golf Mar, que inclui programas de Saúde e bem-estar. Entretanto, a existência de fontes termais e minerais na região, permitiu o surgimento de uma nova tipologia de turismo, o termalismo (Abreu, 2013, citando PTSC, n.d.).

Em 1962 foi construído um campo de golfe projetado pelo arquiteto de golfe *Frank Pennick*. Este foi um dos primeiros do país, com uma extensão de 2400 metros e 9 buracos (Abreu, 2013 citando PTSC, n.d.).

A partir de 1980, a atividade turística no concelho entra numa nova fase com a expansão das infraestruturas hoteleiras, sobretudo na cidade de TV, o que veio proteger o património natural, valorizar o património cultural e histórico e evitar os desequilíbrios e assimetrias regionais (Abreu, 2013, citando Rodrigues, 1998). Entre essas estruturas hoteleiras, destaca-se o Dolce Hotels and Resorts, que integra vários equipamentos, como espaços para reuniões e eventos, centro de *fitness*, campos desportivos e um campo de golfe, com 6009 metros e 18 buracos, projetado pelo *designer Donald Steel*, fazendo com que o município de TV se tornasse num excelente destino turístico para a prática de golfe.

Também são de considerar algumas zonas paisagísticas com valor natural, como é o caso do Castro do Zambujal, as Escarpas da Maceira, o Castro da Fórnea, classificada como área Natural de Valor Paisagístico e o Mata do Juncal, classificada como Património Natural (Serra, 2009).

O programa Onda de Verão, que anima Santa Cruz oferece várias atividades, entre as quais destacamos: animação de rua, teatro, música, feiras, festivais de música, etnografia, cinema, entre outras (CMTV, 2018a [Online]).

Em termos históricos, as Linhas de Torres, constituídas por inúmeras fortificações dispostas em linha, para a defesa da cidade de Lisboa contra as tropas de Napoleão na 3.<sup>a</sup> Invasão Francesa e o Forte de S. Francisco edificado no cimo de um dos montes que cerca a cidade de Torres, são também importantes para o desenvolvimento turístico (CMTV, 2018a [Online]).

Em termos gastronómicos, o pão caseiro cozido num forno de lenha, o doce típico da região de Torres, o Pastel de Feijão, e o famoso vinho de excelente qualidade constituem uma referência turística e contribuem para o seu desenvolvimento (Pinto & Veiga, 2005).

A tradição vinícola é outra das atividades que fazem parte da cultura torriense e que apresenta grande potencialidade de crescimento. O concelho já possui três Adegas Cooperativas (Pinto & Viegas, 2005).

Um dos produtos turísticos em expansão são os percursos pedestres, mais conhecidos por rotas (Anexo IV - Figura 24), os percursos de BTT (bicicleta todo o terreno) e os passeios de bicicleta. Permitem contactar a população autóctone, usufruir dos prazeres naturais, conhecer novos locais e praticar exercício físico ao ar livre (Abreu, 2013).

Seja a pé ou de bicicleta é possível disfrutar dos trilhos, da ciclovía que liga Santa Cruz ao Porto Novo ou da ecopista do Sizandro, com 34 Km de percurso, e que liga a Praia de Santa Cruz à cidade de TV, acompanhando o Rio Sizandro. Desta forma é possível usufruir de um pleno contacto com a natureza, bem como explorar o mar com suas belíssimas praias de areia branca (CMTV, 2018a).

Para além do *Ocean Spirit* e do Carnaval de Verão, que animam as férias de verão a quem se dirige à Praia de Santa Cruz, no famoso litoral torriense é possível disfrutar das belas praias de areia branca, que convidam à prática de desportos náuticos e que se diferenciam pela qualidade e pureza das suas águas e areais. Esta costa litoral é também o local adequado para a prática de parapente, uma atividade aérea que pode ser praticada no concelho a par de outras que podem ser realizadas a partir do aeródromo. Na costa é ainda possível observar o penedo do Guincho, estrutura rochosa, considerado o *ex-líbris* de Santa Cruz e que se destaca na paisagem por ter cerca de 30 metros de altura e 100 de circunferência e o Passeio dos Poetas, construído em homenagem aos poetas que se deixaram contagiar pela beleza desta praia (PTTV, n.d.).

A baía do Porto Novo, rodeada por falésias e pelo rio Alcabrichel é outro dos locais da costa litoral de grande importância, porque serviu de desembarque às tropas britânicas, entre 20 e 21 de agosto de 1808, para, em conjunto, com o exército português, por fim às Invasões Francesas, na Batalha do Vimeiro (PTTV, n.d.b).

A paisagem do concelho de Torres Vedras, a faixa costeira com a influência do mar, o mosaico agrícola composto, essencialmente, por vinhas, pomares e estufas de produtos hortícolas, o património histórico, bem como, os vários eventos culturais realizados fazem com que este concelho seja um destino de interesse cada vez mais procurado pelos turistas. Contudo, são os programas e eventos de animação que “exercem um papel fundamental na complementaridade da oferta turística. A Câmara Municipal de Torres Vedras tem apostado neste tipo de oferta, tanto a nível desportivo, como cultural” (Serra, 2009: 49). Ora, toda esta oferta turística pode potenciar o desenvolvimento do turismo, se for bem explorada e mostra que o concelho possui potencialidades, tanto para o turismo como para o desporto na natureza.

Neste sentido, o desenvolvimento do turismo no concelho

apresenta uma série de tendências, como: o desenvolvimento sustentável, a governância, a importância crescente da intervenção ao nível local, a potenciação da autenticidade e a noção de que o trabalho conjunto através de uma forma organizacional de redes, pode efetivamente conduzir ao sucesso (PETS 2020: 21).

### **3.4. CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA DE EVENTOS NO CONCELHO DE TORRES VEDRAS**

Na cidade de Torres Vedras, a animação é uma constante. Ao longo de todo o ano realizam-se várias festas e eventos de renome, com o intuito de proporcionar aos torrienses e aos visitantes animação e novas experiências e ao mesmo tempo promover o turismo, tanto a nível institucional como empresarial e diversificar o *merchandising* turístico. A nível de eventos destacam-se (PETS 2020):

- O Carnaval de Torres Vedras, “o mais português de Portugal”;
- O Festival Novas Invasões (bianual);
- A Feira Rural;
- As Festas da Cidade que comemoram o outono, a vinha, o vinho e o S. Martinho;
- A Feira de S. Pedro, o maior e mais antigo certame agroindustrial da zona Oeste;
- O Festival Internacional de Acordeões do Mundo.

A Praia de Santa Cruz também passa um verão animado com o programa “Onda de Verão”, onde se destaca (PETS 2020):

- O tradicional cortejo Etnográfico;
- O Teatro de Rua;
- O Carnaval de Verão;

- Os Concertos;
- O Santa Cruz *Ocean Spirit* – Festival Internacional de Desportos de Ondas;
- O *STATIC* – concurso de homens-estátua.

Para o ano de 2018, a Câmara Municipal de TV apresentou um conjunto de eventos que são organizados por esta entidade em parceria com a *Promotorres* e que se distribuem pelos vários meses do ano (Apêndice C - Quadro 14).

A Câmara Municipal usa os eventos como estratégia para desenvolver o concelho, procurando captar diferentes tipos de público e, ao mesmo tempo, reforça a atratividade do destino. Estes fatores demonstram a necessidade de uma oferta estruturada, diversificada e prolongada no tempo, de modo a projetar o destino, tanto a nível nacional como internacional, atraindo desta forma investidores, visitantes, turistas e até novos residentes (Gonçalves & Umbelino, 2017).

Todos os eventos culturais citados são fundamentais na valorização das tradições culturais e na preservação da identidade cultural do Município de Torres Vedras. Através deles, a herança histórica e cultural é revivida por todos os torrienses, sobretudo pelos jovens e crianças. É deste modo, que a comunidade tem oportunidade de contactar com o passado e dar continuidade a essa identidade cultural, uma vez que participam de forma ativa nos eventos e preservam as tradições culturais. Além disso, os eventos culturais possibilitam um intercâmbio de experiências entre anfitriões e turistas e é essa experiência que torna os eventos especiais (Richards & Palmer, 2010, cit. por Marujo, 2015).

Dos eventos citados, o Carnaval de Torres Vedras e o *Ocean Spirit* são os que têm mais impacto a nível nacional e internacional; “funcionam como instrumento de promoção para a imagem” do concelho e geram movimento económico e social” (Marujo, 2014: 26).

O *Ocean Spirit* é um evento único a nível mundial, que atrai atletas e visitantes ao concelho. Reúne campeonatos nacionais e mundiais de desporto e festivais de música, tudo na mesma semana. Realizado pela primeira vez em 2007 é um dos maiores campeonatos do mundo de desportos radicais de ondas (Serra, 2009).

O Carnaval de Torres Vedras há muito enraizado na identidade cultural e social da cidade, também é um acontecimento que atrai milhares de visitantes e que muito contribui para o desenvolvimento do turismo. Para Pinto e Veiga (2005) é a maior atração turística do concelho.

Relativamente aos contributos dos eventos e da animação turística para o turismo, Gonçalves e Umbelino (2017: 369), citando Puertas (2007), referem que “tanto os eventos como a animação turística podem promover a fidelização ao destino, no sentido em que, pela satisfação ou superação das expectativas, turistas ou visitantes podem querer voltar”. Os autores (Gonçalves e

Umbelino, 2017: 371) mencionam também que, a dispersão dos eventos ao longo do ano pode contribuir para a redução da sazonalidade, que “a integração de atividades culturais nos eventos e na animação turística tem sido importante para a manutenção de tradições locais” e que “a interação social entre a comunidade de acolhimento e os visitantes no decorrer destes eventos” é muito importante para o bem-estar de todos os participantes.

A nível económico, os eventos e a animação turística desencadeiam consumo, promovem riqueza e emprego, fomentam a coleta de impostos, sejam eles diretos ou indiretos e estimulam o desenvolvimento de outras atividades económicas (Gonçalves & Umbelino, 2017). A nível de marketing, os eventos também contribuem positivamente, na medida em que posicionam o destino turístico e o promovem.

É por isso importante que, quem planeia os eventos, tenha em mente os desafios que estes colocam e opte pelos que possam trazer melhores contributos, tanto para a comunidade de acolhimento, como para o desenvolvimento turístico local, servindo de catalisadores do destino através da construção ou requalificação de infraestruturas e da promoção e exposição mediática do destino.

Para caracterizar os vários eventos realizados no concelho recorreu-se ao *site* oficial da Câmara Municipal de Torres Vedras (2018c). Torres Vedras e Alenquer possuem “uma forte tradição na cultura da vinha e do vinho, que se pretende manter e defender” (CMTV, 2018a). A vitinícola e o enoturismo são atividades fundamentais para o desenvolvimento económico da região através dos vinhos de elevada qualidade que produz e que são reconhecidos nacional e internacionalmente. O concurso “Cidade Europeia do Vinho” é uma oportunidade que os dois concelhos têm para potenciarem o desenvolvimento da riqueza ao nível da União Europeia e realiza-se durante todo o ano.

Tendo origem nos costumes antigos, o Carnaval de Torres Vedras é um evento que mantem, até à atualidade, as tradições da comemoração do Entrudo em Portugal. Neste evento cultural, conhecido como “O mais português de Portugal”, participam os corsos com carros alegóricos, “matrafonas” (homens mascarados de mulher), grupos de mascarados e os cabeçudos (bonecos gigantes), que vêm sempre acompanhados dos “Zés Pereiras”. Nele participam ainda milhares de populares que se juntam à folia. A festividade do Carnaval, que dura 6 dias, tem início com o desfile de crianças das várias escolas do concelho e termina na quarta-feira de cinzas, com a tradicional cerimónia do “Enterro do Entrudo” e fogo-de-artifício. Este evento realiza-se 40 dias antes da Páscoa.

O Santa Cruz *Spring Break* ocorre no período da Páscoa (entre março e abril), na praia de Santa Cruz e conta com muita animação através de música ao vivo, acordeonistas, desporto e DJ's e

mostra de produtos locais. Este evento é fruto de uma parceria entre a CMTV e as juntas de freguesia de Silveira, a dos Cunhados e de Maceira e comerciantes locais.

Resultante de uma parceria entre a CMTV e os diversos agentes locais, o Circuito *Surf* do Centro conta com um conjunto de ações, desde *performances* de DJ's em bares, animação infantil, atuações musicais, competições de *surf* e de *skate* e até uma amostra de produtos locais. É um evento que tem lugar na Azenha de Santa Cruz e que se realiza durante dois dias, no mês de março.

A Feira Rural, realizada no primeiro sábado de cada mês, é realizada nas ruas e largos do centro histórico de Torres Vedras e nela é possível adquirir produtos hortícolas, frutas, agricultura biológica, pão, vinho, queijos, doçaria como o pastel de feijão de Torres Vedras, artesanato, antiguidades, velharias, etc. Durante o mês de agosto, este evento realiza-se na praia de Santa Cruz.

Outro dos eventos que acontecem na praia de Santa Cruz é o QS3.000 – Pro Santa Cruz. Este é um campeonato destinado aos principais surfistas Europeus e a todos aqueles que querem ganhar pontos e *ranking* no circuito mundial de qualificações. Realiza-se durante uma semana no mês de abril.

O Circuito Nacional de *Bodyboard* é também um acontecimento que ocorre durante dois dias no mês de maio, na Praia de Santa Cruz e que conta com muitos fãs do desporto aquático.

Quanto aos eventos com base nas atividades em ondas, destaca-se ainda o *Ocean Spirit*, festival internacional de desportos de ondas, que se realiza em Santa Cruz, durante 10 dias no verão. Praticado desde 2007, este evento conta com provas nacionais e internacionais, a nível do *surf*, *bodyboard*, *kitsurf*, *kayaksurf*, *waveski*, *windsurf* e *stand up paddle*.

Sendo a atividade física, uma forma de adotar hábitos de vida saudável, a Câmara Municipal de TV oferece um conjunto de instalações, programas e eventos com o intuito de universalizar a prática desportiva. Neste sentido, em parceria com a *Promotorres*, e tendo como patrocinador o Hospital *Soerad*, organiza todos os anos, durante o mês de abril, um evento de três dias, com o objetivo de esclarecer a população sobre a importância da saúde e do bem-estar, fomentando desta forma a qualidade de vida dos munícipes. A Feira da Saúde ocorre no Pavilhão Multiusos e inclui atividades de animação e várias atividades físicas, desde pilates, zumba, *karaté* hóquei em patins, *step* adaptado, *ballet*, acrobacia aérea, *hip hop*, *tai chi* e ginástica acrobática.

Para comemorar o Dia da Criança, a CMTV, em colaboração com as escolas públicas, privadas e profissionais do concelho, organiza a Grande Festa da Criança – Oeste Infantil. Este é um evento lúdico e educativo destinado a crianças dos 3 aos 12 anos e que é festejado por estas na primeira

semana de junho. Tem por intuito proporcionar às crianças momentos de aprendizagem, interação, diversão e criatividade, bem como proporcionar a partilha de conhecimentos entre os vários intervenientes da comunidade educativa.

Realizado em Santa Cruz, o *Be Fashion* é um evento de moda realizado em junho, que atrai público de todas as idades e reúne caras conhecidas da moda e da televisão. No desfile participam 20 jovens e crianças, cujas idades oscilam entre os 3 e os 18 anos, e cerca de 6 modelos famosos, que ao percorrerem os 60 metros de *passerelle*, da principal rua da localidade, mostram as coleções primavera/verão das lojas aderentes.

Criado em 1995, o Carnaval de Verão é o mais antigo Carnaval festejado fora de época. É uma tradição que ocorre em tempo de férias e que se constitui como um “encontro de festas de Carnaval de Portugal”, ao qual afluem forasteiros e muitos torrienses. Este evento realiza-se no mês de junho, na praia de Santa Cruz.

O maior e mais antigo certame agroindustrial e comercial da região Oeste é a Feira de São Pedro. Chega a ser visitada por mais de 200 mil pessoas e é a maior feira generalista do país realizada entre junho e julho, ao longo de 10 dias.

Outro grande evento desportivo do concelho de Torres Vedras, que promove e divulga o nome da cidade, ao mesmo tempo que presta homenagem ao ciclista português, o torriense Joaquim Agostinho é o Troféu Joaquim Agostinho. Este realiza-se na primeira quinzena de julho e resulta de uma parceria entre a CMTV e a União Desportiva do Oeste.

O Cortejo Etnográfico é outro evento que se realiza no dia 15 de agosto. De acordo com os dados recolhidos, é uma iniciativa que recria uma tradição antiga das populações rurais do concelho de Torres Vedras, que após as colheitas agrícolas se juntavam para uma “ida à praia”, como se de uma festa se tratasse.

Em agosto realiza-se ainda um concurso de homens-estátua pelas ruas pedonais do centro de Santa Cruz, o *STATIC*. Ao longo dos 7 dias, em que ocorre, o júri do concurso avalia a *performance* dos concorrentes a nível da criatividade, originalidade, imobilidade e efeito.

O Festival da Sapateira é um festival gastronómico, que ocorre durante o mês de setembro, também em Santa Cruz, e que é organizado pelos restaurantes que aderem à iniciativa. Durante este mês, e por um período de 4 dias, podemos ainda observar o Pré Mundial ANR (*Air Navigation Race*), que é um evento que tem como palco os céus de Santa Cruz.

As Festas da Cidade de Torres Vedras iniciam-se no dia de S. Gonçalo e terminam no dia de S. Martinho (entre outubro e novembro) e celebram o outono, o S. Martinho, a vinha e o vinho. É um evento que integra tasquinhas, desporto, exposições, Festival das Vindimas, festival do Pastel

de Feijão, Festival do Vinho de Torres Vedras e Festival Internacional de Acordeão- Acordeões do Mundo. Tudo com o objetivo de reviver as tradições.

Outro dos eventos integrado nas festas da cidade, realizado entre outubro e novembro, é o Acordeões do Mundo, um Festival Internacional de Acordeão, que traz à cidade grandes nomes da música internacional ligados a este instrumento. Este evento contempla concertos realizados no Teatro-Cine de Torres Vedras e as merendas do acordeão, que são um elogio à cidade e aos cidadãos. As merendas são um convívio animado e didático, que a partir dos cafés, cervejarias, restaurantes ou tascas promove os valores musicais.

A Arte ao Centro também é um evento cultural que dinamiza o centro histórico da cidade, valorizando e promovendo o património através de várias atividades artísticas. Este evento promove o intercâmbio cultural entre a população, comerciantes locais, artistas e convidados, ao mesmo tempo que dá a conhecer às freguesias rurais o património e as paisagens do concelho. Realiza-se também entre outubro e novembro.

De modo a envolver a população nos preparativos natalícios, a CMTV organizou um programa – Campanha de Natal – que se realiza entre novembro e janeiro e tem por objetivo tornar a época mais mágica e festiva.

Para dar as boas vindas ao novo ano, Santa Cruz também oferece muita música e animação, entre 28 de dezembro e 1 de janeiro. É desta forma animada que os torrienses e visitantes festejam a Passagem de Ano.

Todos os eventos culturais citados são fundamentais na valorização das tradições culturais e na preservação da identidade cultural do Município de Torres Vedras. Através deles, a herança histórica e cultural é revivida por todos os torrienses, sobretudo pelos jovens e crianças.

Bernardes (2015) afirma que os eventos têm grande impacto na criação da imagem de um destino, na medida em que abarcam residentes, visitantes, agentes culturais, serviços públicos e serviços turísticos. Isto é, abrangem todos os consumidores e atores do processo.

De acordo com Bernardes (2015: 192), a imagem de um destino turístico “é promovida pelas principais agências de turismo locais, regionais e nacionais”, tendo por base uma marca. No caso de Torres Vedras, essa marca/imagem encontra-se especialmente na promoção da Rota Histórica das Linhas de Torres, no Carnaval de Torres e no *Ocean Spirit*.

### **3.5. CARACTERIZAÇÃO DA *PROMOTORRES E.M.***

A *Promotorres*, de acordo com os dados recolhidos no *site* oficial (*Promotorres*, 2014), é uma empresa municipal público/privada criada pela Câmara Municipal de Torres Vedras, em 1997, com o intuito de:

- a) “Promover o concelho e a cidade no exterior;
- b) Promover as dinâmicas de participação da sociedade civil em especial dos jovens e associações do concelho;
- c) Contribuir para a preservação das tradições culturais;
- d) Contribuir para a dinamização das atividades económicas do concelho”

Esta empresa é uma sociedade anónima dotada de personalidade jurídica, que tem autonomia administrativa e financeira e possui património próprio. Contudo, a sua gestão articula-se com os objetivos seguidos pela Câmara Municipal de Torres Vedras.

#### **3.5.1. Contexto institucional da *Promotorres E.M.***

##### **Missão**

A *Promotorres* “tem como missão a gestão de equipamentos e a organização de eventos” (*Promotorres*, 2014).

##### **Objeto**

A *Promotorres* tem como objeto:

- a) A promoção, gestão, organização e patrocínio de eventos, bem como a gestão de equipamentos coletivos e a prestação de serviços na área da educação, ação social, cultura, saúde e desporto;
- b) A promoção, gestão e fiscalização do estacionamento público urbano, no Município de Torres Vedras;
- c) A fiscalização de todas as disposições legais sobre estacionamento na via pública sob a sua gestão;
- d) A construção, instalação, gestão e fiscalização do estacionamento público urbano pago à superfície;
- e) A promoção, construção e exploração do estacionamento em estrutura subterrânea ou em silo;
- f) A elaboração e promoção de estudos e projetos de estacionamento, mobilidade e acessibilidade urbana;
- g) Exercer as atividades de comercialização de bens desde que relacionadas, direta ou indiretamente, com o seu objeto (*Promotorres*, 2014).

## **Responsabilidade**

A *Promotorres* é “responsável pela gestão do Mercado Municipal, do Parque de Exposições, de três parques de estacionamento, pela organização dos maiores eventos do concelho, nomeadamente o Carnaval, a Feira de S. Pedro, as Festas da Cidade e os Novos Talentos” (*Promotorres*, 2014).

### **3.5.2. Contexto funcional da *Promotorres* E.M.**

De acordo com as informações recolhidas no *site* oficial, a *Promotorres* detém recursos humanos e condições legais e estatais necessários à organização e gestão de eventos. Através dos seus diferentes departamentos organiza e dinamiza vários eventos de animação turística e cultural, gere três parques de estacionamento: Santiago, Mercado Municipal e Multiserviços e é responsável por vários equipamentos do concelho: Pavilhão Multiusos, Pavilhão Expotorres, Mercado Municipal e Agostinhas.

Ocupando uma área de 3 600 m<sup>2</sup>, o Pavilhão Multiusos é um espaço polivalente, destinado a congressos, concertos, espetáculos, feiras e eventos desportivos. Por sua vez, com uma área total de 70 000 m<sup>2</sup> em que 5 800 m<sup>2</sup> são de área coberta, o Pavilhão Expotorres é o Parque de Exposições de TV, sendo o local onde se realizam as maiores feiras e exposições do concelho.

O Mercado Municipal é um espaço de comércio com atendimento personalizado, que fornece os produtos frescos da região e inclui um minimercado, que é um espaço infantil destinado a crianças dos 3 aos 10 anos. É um sítio onde os utentes podem deixar os filhos de forma gratuita, enquanto fazem as suas compras. Aos fins-de-semana, o minimercado proporciona brincadeiras lúdicas, como pintura, colagem, modelagem, leitura de histórias, etc. Durante a semana apresenta *ateliers* temáticos, onde as crianças podem aprender várias técnicas diferentes, desde recorte, colagem, modelagem, entre outros.

As Agostinhas são um sistema de bicicleta pública, disponibilizado pelo Município de TV de forma gratuita, com o intuito de promover nos cidadãos do concelho com mais de 14 anos, as vantagens do uso de uma bicicleta. Esta oferta está disponível todos os dias, entre os meses de maio e setembro e é uma nova opção de transporte urbano.

## **3.6. EVENTOS DINAMIZADOS PELA *PROMOTORRES***

Segundo Marujo (2014: 73), “os eventos culturais (...) desempenham um papel essencial no contexto social, cultural político e económico de um país ou região”, melhoram a imagem do

lugar, combatem a sazonalidade, permitem atrair visitantes e promovem e valorizam um destino. Neste sentido, a *Promotorres* promove e dinamiza os vários eventos culturais apresentados no quadro 3, com o intuito de promover e desenvolver o concelho de Torres Vedras e ao mesmo tempo diminuir a sazonalidade.

Quadro 3 - Eventos dinamizados pela *Promotorres*

Fonte: Adaptado de *Promotorres* (2014)

<b>Eventos</b>	<b>Data</b>	<b>Local</b>
Carnaval de Torres Vedras	9 a 4 fevereiro	Cidade de Torres Vedras
Feira da Saúde	13 a 15 abril	Pavilhão Multiusos da Expotorres
Mobilidade	Nos principais eventos	Cidade de Torres Vedras
Befashion@santacruz	Um sábado em junho	Principal rua de Santa Cruz
Carnaval de Verão	Um sábado em junho	Santa Cruz
Feira de S. Pedro	28 junho a 08 julho	Cidade de Torres Vedras
Santa Cruz <i>Ocean Spirit</i>	20 a 29 julho	Praia de Santa Cruz
Festival das Vindimas	Entre setembro e outubro	Nas várias freguesias
Agostinhas	Entre maio e setembro	Cidade de Torres Vedras e Santa Cruz
Mercado Municipal de Torres Vedras	Todos os dias exceto à segunda-feira	Cidade de Torres Vedras
Feira Rural	Todos os meses entre abril e outubro, exceto em agosto	Centro Histórico de Torres Vedras; Praia de Santa Cruz (agosto)

### 3.7. ESTÁGIO NA *PROMOTORRES*

O processo de estágio iniciou-se com uma candidatura voluntária à *Promotorres* EM via correio eletrónico, fruto da iniciativa da estagiária, com o intuito de poder realizar um estágio na referida empresa, sobre o Carnaval de Torres Vedras. Seguiu-se uma reunião com a Dra. Joana Carapeta, responsável pela área de eventos da empresa, na qual a estagiária manifestou vontade em incorporar os projetos da referida entidade, tendo recebido um *feedback* positivo.

O estágio, que decorreu entre 04 de janeiro e 10 de abril de 2018, perfazendo um total de 480 horas, foi orientado pela Dra. Joana Carapeta, responsável pela dinamização dos eventos da entidade acolhedora. Este estágio foi realizado tendo em vista a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Eventos, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e desenrolou-se com alguma flexibilidade de horário, das 10:00 às 18:00 horas, devido ao horário dos transportes.

Ao longo do estágio foi possível exercer funções variadas, desde assistir a reuniões, acompanhando a Orientadora do estágio; participando diretamente em atividades relacionadas com o Carnaval; observando, no terreno, os preparativos para o mesmo e apoiando os

organizadores do evento nos mais variados trabalhos. As atividades em que participei e as ações que realizei, encontram-se descritas no Diário de Bordo (Apêndice E).

Como já foi referido, durante o estágio, a estagiária teve a oportunidade de assistir a algumas reuniões de preparação para o evento do Carnaval, acompanhando a sua Orientadora. Nessas reuniões foram abordados temas relacionados com a segurança do evento, nomeadamente, a nível do terrorismo. Como o curso do Carnaval iria percorrer ruas muito estreitas e propícias a uma enchente de pessoas, os profissionais estavam preocupados com a segurança das mesmas. Se algo acontecesse era difícil socorrê-las de forma rápida, dado que o espaço era pequeno. Também foi falado que se devia aumentar a segurança, pondo mais polícias e seguranças nas ruas, principalmente à noite e junto dos palcos, para evitar riscos.

Tal como refere Almeida (2013), o controlo de multidões é uma tarefa difícil que implica riscos à Segurança dos grandes eventos, uma vez que estes atraem fãs e curiosos, mas também terroristas e criminosos. Por isso, o controlo de multidões é um assunto que cria muita preocupação aos responsáveis pela Segurança do evento. Implica a contratação de empresas de segurança, de forma a zelar pela segurança do espaço, dos equipamentos e das pessoas.

Almeida (2013) refere também que o controlo de multidões é um fator muito importante na estratégia da organização de eventos, que vai para além do planeamento das áreas do espetáculo. A segurança de um grande evento não pode descurar áreas como aeroportos, estradas, estações de metro e de comboio, nem as ruas da cidade onde ocorrem grandes eventos, como é o caso do Carnaval de Torres Vedras, uma vez que o sucesso do evento e a boa reputação do seu promotor dependem da segurança oferecida. Deste modo, tanto as instalações permanentes, como as estruturas temporárias, as infraestruturas, os pontos de controlo e os centros de transporte devem ser sempre equacionados para que o controlo de multidões se processe de forma correta e ordenada. O objetivo é garantir momentos únicos e proveitosos aos espetadores e aos participantes no evento.

Durante o evento, a estagiária teve oportunidade de observar, no terreno, o curso com seus carros alegóricos, os vários grupos de mascarados, as “Matrafonas” (homens mascarados de mulher) (Anexo V - Figura 38), os cabeçudos (bonecos gigantes) (Anexo V – Figura 34 e Anexo VI – Figuras 45 e 46) e os “Zés Pereiras” (Anexo V - Figura 29). Também foi possível observar a reação dos participantes bem como dos visitantes, que se aglomeravam pelas várias ruas da cidade de Torres Vedras, a divertirem-se e a aproveitarem o Carnaval de uma forma civilizada.

Também durante o evento, a estagiária pôde observar a reclamação dos grupos de Carnaval, pelo facto de, a certa altura, o curso não circular. Tudo porque, como estava a chover, as pessoas atravessavam a estrada, não respeitando o espaço do curso, e porque os responsáveis pela

organização do evento não se encontravam nos vários pontos estratégicos do percurso para orientar os carros alegóricos. Alegavam estar com os carros cheios de materiais eletrónicos à chuva, com possibilidade de se estragar devido à espera.

Após o evento, a estagiária continuou a desenvolver as funções solicitadas pela *Promotorres* e elaborou e fez as entrevistas, organizou o inquérito por questionário e recolheu informações pertinentes para a elaboração do relatório.

Ao longo do estágio, a estagiária seguiu todas as indicações dadas no local de acolhimento, quer pela Orientadora, quer pelos restantes elementos que trabalhavam na empresa e procurou responder, sempre que possível, aos tempos impostos para a apresentação dos trabalhos solicitados, de forma a corresponder aos objetivos estipulados.

Quanto a aspetos positivos é de realçar a forma cordial e respeitosa com que a estagiária foi recebida e integrada na realização do estágio, bem como a empatia que criou com todos os elementos da empresa *Promotorres*, incluindo o Dr. Cesar, presidente da mesma. Houve espírito de entreajuda e um bom ambiente de trabalho. Outros dos aspetos positivos foram: ter o privilégio de assistir a algumas reuniões; observar, no terreno, os preparativos para o Carnaval; apoiar os organizadores do evento nas mais variadas tarefas; participar diretamente em algumas atividades relacionadas com o Carnaval, como: a ida a Lisboa para promover a participação das pessoas no Carnaval de Torres Vedras e a inauguração do monumento “A ira de Neptuno”, que se relacionava com o tema do Carnaval “Mares e Oceanos”; por fim, poder observar o Carnaval no terreno, ao longo dos seis dias.

Quanto aos aspetos negativos, a estagiária refere o facto de não ter assistido a todas as reuniões que fazem parte do planeamento do evento, por já terem ocorrido antes do estágio ou por não ter sido possível; o facto de não permitirem que a estagiária entregasse as pulseiras aos participantes, recebendo o dinheiro correspondente; o facto de estar muito tempo sem nada fazer, porque a Dra. Joana não queria que a estagiária perdesse o foco do seu trabalho.

Para finalizar, é de salientar que o estágio foi bastante pertinente e enriquecedor, pois permitiu à estagiária aplicar e desenvolver alguns dos conhecimentos adquiridos nas diversas unidades curriculares do Mestrado e ao mesmo tempo perceber e compreender como é possível gerir e organizar um evento de grande envergadura, como é o Carnaval de Torres Vedras. Por mais elevadas que sejam as aprendizagens adquiridas na componente letiva do curso, estas nunca serão completas sem a componente prática, pois através do estágio foi possível observar a dinâmica que envolve vários tipos de eventos e o planeamento dos mesmos, compreender a estratégia que está por trás da organização do evento, adquirir alguma experiência laboral e adquirir competências a nível pessoal e profissional.

## 4. O CARNAVAL DE TORRES VEDRAS

### 4.1. HISTÓRIA E TRADIÇÕES DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS

Para Mikhail Bakhtin (1999), o carnaval consiste num conjunto de manifestações da cultura popular medieval e do Renascimento. O carnaval é um espetáculo para ser vivido e não apenas observado, no qual os atores convivem com o público. Isso mesmo refere Miranda (1997:128), pois ao analisar a carnavalização de Bakhtin, menciona que “os ‘foliões’ não assistem passivos ao carnaval. Participam, vivem, pois o festejo é para todos”.

Segundo Bakhtin, na época do carnaval as regras, os valores e as proibições que regulam as normas sociais são suspensas e o mundo quotidiano é virado ao contrário. Até os tabus religiosos e políticos são abolidos provisoriamente. É a “transposição do carnaval para a linguagem da literatura que chamamos carnavalização da literatura”, afirma o autor (Bakhtin, 1981: 105). Essa carnavalização consiste na inversão dos costumes que estão instituídos na sociedade.

A carnavalização, na definição de Bakhtin, representa um “mundo às avessas” que se opõe ao sério, ao medo, à discriminação, sobrepondo o profano ao sagrado, o cómico ao sério e onde as fronteiras entre ricos e pobres são diluídas, através das manifestações carnavalescas. Logo, de acordo com o autor “revoga-se antes de tudo o sistema hierárquico e todas as formas conexas de medo, reverência, devoção, etiqueta, etc., ou seja, tudo o que é determinado pela desigualdade social hierárquica e por qualquer outra espécie de desigualdade (inclusive a etária) entre os homens” (Bakhtin, 1981: 105).

O povo saía à rua para festejar a liberdade de expressão e transgredir a ordem imposta, especialmente a religiosa, já que a igreja, da época medieval e do Renascimento, proibia a prevalência do riso e da alegria, por considerar pecado. Ora, para Bakhtin, o riso e a máscara são os elementos essenciais do carnaval. O riso liberta o indivíduo de tudo o que o oprime e a máscara fornece outra identidade a quem a usa, uma vez que materializa o exagero, o oculto, o ridículo, o não verdadeiro. A máscara, para além de adorno de carnaval, preserva as características carnavalescas porque cria a liberdade e aproxima as pessoas.

A primeira referência ao Carnaval de Torres Vedras (CTV), conhecido como o mais “Português de Portugal”, data de 1574, durante o reinado de D. Sebastião, quando um morador de TV se queixou dos excessos provocados por um grupo de mascarados que ao brincar ao “correr o galo” provocou uma briga (Pinto & Veiga, 2005; Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017).

Contudo, só a partir de 1885, com a publicação do primeiro jornal intitulado *O Jornal de Torres Vedras* surgem as primeiras notícias do Carnaval, fazendo menção a uma festa pobre e sem

animação, nada fazendo prever o êxito que esta comemoração traria à região de TV (Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017).

Durante muitos anos o Carnaval de TV limitou-se a bailes e récitas realizados em casas particulares e em coletividades, sem qualquer animação de rua. Apenas alguns grupos de mascarados passeavam em carruagens ornamentadas pelos próprios (Pinto & Veiga, 2005; Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017).

No ano de 1900, a celebração do Carnaval continuava a viver da animação nas coletividades, das quais se destacam o Grémio – Artístico e Comercial e o Casino, onde se realizavam bailes de máscaras, representações teatrais, récitas, revistas, comédias e canções carnavalescas que animavam a época. Acontece que estas festividades nem sempre eram bem aceites pelas autoridades locais, porque havia indivíduos mal-intencionados que lançavam pulhas, expressões injuriosas e ofensivas da moral pública. Por isso eram perseguidos correndo o risco de ser presos ou autuados. Surgem assim “as Pulhas” que passaram a ser tradição nestas festividades, uma vez que utilizavam a sátira política, característica que veio marcar o Carnaval de TV ao longo da sua história (Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017). As “pulhas” consistiam em fazer perguntas, cuja resposta troçava de alguém, por isso suscitavam preocupações às autoridades locais (Ralha, 2016).

Para além das pulhas, Ralha refere que, pelo Entrudo pregavam-se “partidas”, organizavam-se “paródias” e “cegadas”. As “partidas” eram jogos de engano, isto é, brincadeiras pouco apropriadas que eram aplicadas aos amigos, em praça pública. As “paródias” consistiam em imitações ridículas. As “cegadas” eram dramatizações de um texto em que comentavam, de forma irónica, situações ou personalidades.

Apesar do regicídio de D. Carlos, ocorrido a 1 de fevereiro de 1908, o Carnaval desse ano foi o mais político e animado de todos, refere Dias *et al.* (2017), o que demonstra a influência dos republicanos na animação do Carnaval de rua. Existem referências dessas brincadeiras no jornal republicano *Folha de Torres Vedras*, ao mencionar que o Carnaval deixou de ser desconsolado e sisudo e passou a ser uma celebração alegre e com indivíduos mascarados (Matos, 2007). Neste mesmo ano passaram a realizar o Enterro do Entrudo<sup>3</sup> (Dias *et al.*, 2017).

Em 1912 é criada uma comissão para animar as ruas acompanhada por uma banda filarmónica. Percorriam as ruas e recolhiam fundos para distribuir pelos mais necessitados, na terça-feira de Carnaval. Tal facto foi referido pelo jornal *Folha de Torres Vedras* ao evidenciar a importância dos programas elaborados pelas coletividades da terra, como o Casino, o Grémio, a Tuna e o Animatógrafo. Neste Carnaval foi também organizado, pela classe dos tanoeiros, um baile de

---

<sup>3</sup> Cortejo fúnebre com música e características de Auto de Fé cristão.

máscaras que parodiava as tropas antirrepublicanas de Paiva Couceiro, que em 1911 tentou restaurar a monarquia, o qual obteve destaque nas páginas do jornal da *Ilustração Portuguesa* (Matos, 2007).

Até à década de 20 do século passado, a maioria dos festejos carnavalescos apresentava atividades variadas e espontâneas, desde enfarinhar o cabelo das raparigas; atirar saquinhos de grainha, tremoço seco ou farinha; assaltos a casas particulares; burricadas (arenas com burros); visitas às coletividades, entre outras. (Pinto & Veiga, 2005; Matos, 2007; Ralhas, 2016).

Matos (2007) e Dias *et al.* (2017) afirmam que o verdadeiro início do Carnaval Torriense dá-se na década de 20 do século passado (Anexo VI - Figura 37), com a formação da primeira Comissão Oficial para organizar as animações de rua. Assim, o primeiro Carnaval devidamente organizado ocorreu em 1923 (Pinto & Veiga, 2005; Dias *et al.*, 2017).

Previamente anunciadas pela imprensa local, as celebrações incluíram a receção ao Rei do Carnaval, que chegou à vila de TV de comboio e percorreu as suas ruas, integrado no curso. Este foi organizado por Leonel Trindade, Carlos Torres, Luís Faria e Alfredo Santos, imitando os cortejos de Lisboa e Coimbra (Matos, 2007; Pinto & Veiga, 2005).

A Rainha do Carnaval, representada por um homem (Jaime Alves), só surge em 1924 e desde aí é sempre representada por uma pessoa do sexo masculino (Anexo VI - Figura 38). A rainha chegou de comboio acompanhada pelo seu rei e pelos ministros e embaixadores. O cortejo que percorreu as ruas de TV foi filmado pela primeira vez, por Otto Liebell<sup>4</sup> (Matos, 2007). A partir desta altura, a Rainha do Carnaval tornou-se num dos ícones mais fortes do Carnaval de TV, chegando a despertar interesse mediático (Ralha, 2016).

Os reis, ambos do sexo masculino, são os principais representantes do Carnaval de Torres Vedras e embora na época não tivessem muitos afazeres, nos dias de hoje respondem a várias solicitações sociais e promocionais. Têm de estar presentes nos vários desfiles que ocorrem durante o dia e à noite e têm de estar nos vários locais de animação, como Lares e Creches (Dias *et al.*, 2017).

Segundo Pinto e Veiga (2005), Matos, 2007 e Dias *et al.* (2017) foi provavelmente em 1926 que apareceram as primeiras “Matrafonas” – grupo de homens mascarados de mulheres que, com o aparecimento da Rainha, se tornou muito popular entre a população torriense (Anexo V - Figura 30).

As Matrafonas surgiram devido às dificuldades económicas dos homens que trabalhavam no campo e que recorriam às roupas das mães ou das mulheres, porque não tinham dinheiro para

---

<sup>4</sup> Técnico alemão, responsável pela instalação pública da luz elétrica da vila de Torres Vedras.

comprar máscaras (Pinto & Veiga, 2005). Procuravam roupas que lhes ficassem horrivelmente mal e na cara usavam caraças feitas com caixas de sapatos (Matos, 2007). As Matrafonas ainda hoje perduram no CTV, porque “se tornaram num dos ícones mais fortes e atualizam a sua sátira” (CTV, 2016). São imagem de marca do CTV.

Com a implantação da Ditadura Militar a 28 de maio de 1926 e com a conseqüente censura, o carnaval de rua foi cancelado. Encerra-se a primeira fase do Carnaval de Torres Vedras. Durante três anos (1927, 1928 e 1929), o Carnaval apenas foi celebrado dentro das coletividades, levando o jornal *Gazeta de Torres* a escrever que tudo tinha morrido, tecendo uma grande crítica ao novo regime (Matos, 2007; Abreu, 2013; Paulo, 2015).

Em 1930 o Carnaval regressa à rua com a receção do rei do carnaval “D. Carnaval V”, seguida do cortejo real e visita às coletividades, onde se destaca a companhia de um “Bobo” (Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017). Dá-se início à segunda fase do Carnaval, cuja festividade é filmada por “Torres *Film*” (Matos, 2007).

Em 1931 houve cortejo com carros alegóricos criados por empresas e alguns particulares e teve lugar a primeira “Batalha de Flores”, mediante acesso pago, cuja verba reverteu a favor da Colónia Balnear de St.<sup>a</sup> Cruz (Matos, 2007). Essa batalha consistia no lançamento de sacos com feijão e cocotes de areia ou serradura (Dias *et al.*, 2017). A esse cortejo assistiram cerca de 3000 pessoas (Matos, 2007).

Em 1932, a comissão organizadora aperfeiçoa-se e três bandas animam o cortejo carnavalesco: a Banda Ermegeira, a dos Bombeiros de Torres Vedras e a de Óbidos. Para além dos bailes tradicionais que ocorriam nas coletividades locais, neste mesmo ano realizaram-se bailes de carnaval, filmes humorísticos e atuações de cómicos e músicos no Teatro-Cine, cujo registo cinematográfico ficou a cargo da “Lisboa *Film*”. As receitas deste carnaval reverteram a favor do Asilo de São José. (Matos, 2007).

Em 1933, o Carnaval de TV projeta-se a nível nacional graças à publicidade feita pela comunicação social e à presença de uma equipa cinematográfica, que filmou o cortejo e posteriormente o exibiu no teatro S. Luís em Lisboa. Pela primeira vez, a Câmara Municipal participa financeiramente nesta festividade e o cortejo realiza-se durante dois dias, na segunda e terça-feira, estando presentes cerca de 20 mil pessoas, cujas receitas reverteram a favor dos Bombeiros Voluntários (Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017). Neste carnaval, vários carros ficaram famosos pela sua originalidade e neles já era notória a ligação entre o Carnaval e a política. Entre os vários carros alegóricos destacam-se: o “Ovo” (Anexo VI - Figura 39), o “Penedo do Guincho”, o “Elefante” (Anexo VI - Figura 40), o “Couraçado”, o “Moinho Holandês” e a “Taça de Champagne” (Pinto & Veiga, 2005; Matos, 2007). Uma das novidades deste Carnaval foi a

atribuição de um prémio ao carro mais original, cabendo tal feito ao carro “Taça de Champagne” (Matos, 2007).

No ano de 1934, o carro “Elefante” (o carro do rei) percorreu o país com o objetivo de publicitar o Carnaval de Torres Vedras e um avião lançou folhetos em Lisboa e Leiria (Pinto & Veiga, 2005; Matos, 2007).

Ao longo dos anos 30 assiste-se a um período de expansão do Carnaval de TV, que ganha cada vez mais fama, mais público, mais carros, mais bandas de música e mais grupos de foliões. Do carnaval burguês, em que as famílias importantes da região disputavam o melhor carro e a melhor máscara passou-se ao carnaval popular (Matos, 2007; Dias, *et al.*, 2017). Graças à publicidade, o Carnaval de Torres Vedras começou a investir na participação e adesão do público com fins turísticos e comerciais (Barros & Costa, 2002). Nesta década, já os festejos terminavam com o Enterro do Entrudo (Anexo VI - Figura 47), que decorriam na praça de S. Pedro, com a leitura do testamento do rei de carnaval (Anexo VII - Figura 48) (Matos, 2007).

Entre 1939 e 1945 dá-se a II Guerra Mundial e um dos períodos mais gloriosos do Carnaval é suspenso e encerrado. De 1941 a 1945, não houve Carnaval em Torres Vedras. Em 1946 retomase o carnaval de rua, mas este volta a ser interrompido até 1960, devido às dificuldades económicas (Matos, 2007).

Só a partir dos anos 60, período do Estado Novo, é que os festejos se organizam e voltam a ganhar o furor do passado. Entra-se assim na terceira fase do carnaval, que se afirma como tradição e organização independente, graças a Luís Brandão de Melo (Matos, 2007; Abreu, 2013; Xavier, 2016; Dias, *et al.*, 2017).

Segundo Matos (2007), em 1965 dá-se o arranque definitivo do Carnaval de Torres Vedras. Este passa a assumir-se como um carnaval popular e de massas, marcando a diferença relativamente a outros carnavais da época. Durante três dias, Torres Vedras usava cada vez mais um cunho popular e irreverente.

Durante a década de 60 surgem novas imagens de marca do Carnaval. No sábado chegam à estação do comboio os “Zés Pereiras<sup>5</sup>” acompanhados pelos seus bombos e gaita-de-foles, os cabeçudos e os gigantones (Anexo VI - Figuras 45 e 46). No domingo chegam os Reis em grande cortejo real (Anexo VI - Figura 41). Como imagem de marca, as personagens citadas são presença obrigatória no Carnaval de TV, nos dias de hoje (Anexo V - Figura 25). Foi também nesta década que se fixou a repetição do curso no domingo e na terça-feira de Carnaval. (Dias *et al.*, 2017).

---

<sup>5</sup> Os Zés Pereiras são grupos de percussionistas, normalmente homens, que tocam bombos, tambores e gaita-de-foles (Portugal Num Mapa, 2014).

De acordo com Pinto e Veiga (2005), o Carnaval de Torres Vedras ganhou as características modernas com o primeiro passeio do “Auto-trapalhão”, ocorrido em 1972, uma vez que todos podiam participar de forma espontânea, mesmo que não estivessem mascarados. Contudo, nem todos os autores concordam com a data da realização do referido passeio. Matos (2007) e Raposo (2001) referem que o primeiro passeio do “Auto-trapalhão” se realizou em 1971. Neste período aparece a “Pandilha”, grupo que espalhava o terror pelas salas das coletividades, onde se realizavam os bailes de carnaval, fazendo crítica política e social e ridicularizando a vida torriense (Matos, 2007).

Com a revolução do 25 de abril de 1974, o Carnaval passou novamente por um período conturbado, não se realizando qualquer desfile durante dois anos. Este foi retomado em 1978 com o patrocínio da CMTV, da Comissão de Turismo e com a formação da Comissão de Carnaval (Matos, 2007; Dias *et al.*, 2017).

Entretanto, em 1983, Torres Vedras sofre danos elevados com a inundação de parte da cidade e do concelho, provocados pelas cheias do Rio Sizandro e o Carnaval de 1984 não se realizou (Matos, 2007).

A partir de 1985, consciente do peso da herança cultural e do seu valor estratégico a nível económico, promocional e turístico, a Câmara Municipal assume a organização do evento e cria os serviços de Cultura e Turismo, sob a orientação de António Carneiro<sup>6</sup>. Tem assim início a quarta fase, que se mantém até à atualidade. A partir daí o Carnaval de TV cresce e assume-se como “O mais Português de Portugal” e o mais mediático do país (Matos, 2007).

Desde 1988, por sugestão do artista plástico torriense, José Pedro Sobreiro, o Carnaval de TV passou a ser temático (Matos, 2007). Estes temas referem-se a acontecimentos concretos e marcantes da sociedade nacional ou internacional (Abreu, 2013). Temos como exemplo: “Os Descobrimientos”; “A história de Torres Vedras”, “A Viagem de Vasco da Gama”; “Mares e Oceanos”; entre outros (Barros & Costa, 2002; Matos, 2007).

Em 1989, e pela primeira vez, as festividades carnavalescas foram transmitidas em direto pela televisão, facto inédito em Portugal e que se mantém até aos dias de hoje. Em 1992, o Carnaval foi transmitido pela televisão espanhola e em 1995, a Coreia do Sul dedica um programa a esta festividade. A televisão veio assim impulsionar e aumentar a notoriedade do Carnaval de Torres, bem como a rádio nacional, os jornais e as revistas. Ainda no mesmo ano, o então Presidente da Câmara, o Dr. José Augusto de Carvalho, recebeu os Reis do carnaval nos Paços do Concelho e

---

<sup>6</sup> Vereador responsável pelos Setores da Cultura e Turismo e Presidente da Região de Turismo do Oeste.

entregou-lhes a chave da cidade. Depois discursou aos foliões e integrou-se no cortejo, demonstrando que a política e o Carnaval de TV andam de mãos dadas (Matos, 2007).

Nos anos 90, as escolas do concelho, desde o infantário até ao ensino secundário, vieram para a rua na sexta-feira de manhã anterior ao Carnaval, com o intuito de mostrar o que era feito nas suas instituições, iniciando-se, deste modo, a tradição do Corso Escolar (Anexo V - Figura 28). Na presença do Secretário de Estado da Juventude desfilaram mais de 3000 crianças e jovens, em 1997 (Matos, 2007).

Em 1993, Cavaco Silva, primeiro ministro de Portugal, recusou-se a assinar o decreto que concedia feriado na terça-feira de Carnaval. Então, o Dr. António Carneiro, Presidente da Câmara Municipal de Torres Vedras da época, deslocou-se a Lisboa, acompanhado pelos Ministros, Matrafonas, Zés Pereiras e Cabeçudos e fez uma grande manifestação na sede do Governo. Esta atitude teve grande impacto graças à presença dos meios de comunicação social. Perante tal facto, a CMTV decretou feriado à terça-feira de Carnaval (Matos, 2007).

Em 1995 dá-se uma grande inovação. O Corso de sábado de Carnaval passa a ser noturno, com carros alegóricos, Zés Pereiras, Cabeçudos, Fanfarra, Bandas e milhares de foliões que integram o cortejo. O Corso Noturno veio agitar a noite torriense, já que os milhares de foliões presentes na festividade percorrem bares e discotecas até de madrugada (Anexo V - Figura 36). À animação juntam-se os grupos de mascarados. A partir desta data, o cortejo volta a sair à rua no domingo e terça-feira à tarde (Barros & Costa, 2002; Matos, 2007).

A partir desta época, os carros alegóricos destacam-se pelas suas qualidades plásticas, graças aos artistas torrienses, que colaboram na imagem iconográfica da festividade, pela sua temática centrada na sátira a temas da atualidade nacional e internacional e pelas suas grandes dimensões (CTV, 2016). Os carros alegóricos são uma das marcas do Carnaval de Torres Vedras que ainda hoje perdura, incluem figuras públicas da sociedade, da política e do desporto, com o intuito de satirizar a política, o poder, aqueles que dominam e mandam, tanto na sociedade como no mundo do desporto. A representação destas personalidades é feita através do exagero e da sua personificação atribuída a alguns animais e objetos, de acordo com as funções que lhes são atribuídas, ou cargo que desempenham. Temos como exemplo, o polvo atribuído ao Presidente da República de Portugal, o professor Marcelo Rebelo de Sousa, que simboliza uma pessoa polivalente na ajuda à população (Anexo V - Figura 26).

Nesse mesmo ano, o Dr. António Carneiro, presidente da CMTV, também criou e coordenou o Carnaval de Verão no mês de agosto, em Santa Cruz. Foi um momento único que muito animou o centro e a praia de Santa Cruz, durante toda a noite (Matos, 2007).

Desde 1997, que o Carnaval de Torres Vedras se encontra integrado no Ano Nacional do Turismo e desde 1993 que é membro da Fundação Europeia das Cidades com Carnaval (Matos, 2007).

Atualmente, o Carnaval de Torres Vedras realiza-se ao longo de seis dias, começando na sexta-feira com o Corso Escolar (Anexo V - Figura 28). O momento alto do carnaval ocorre com o Corso de Domingo Gordo, repetido também na terça-feira de Carnaval e o Corso dos Trapalhões realizado na segunda-feira à noite. No sábado à noite, Torres recebe os reis do Carnaval, que chegam de comboio. Estes recebem as chaves da cidade e ouvem um discurso sobre o estado do país. Depois decorre o concurso dos grupos de mascarados e o Corso Noturno (Pinto & Veiga, 2005). Assim sendo, “a festa de rua estrutura-se em três momentos: a chegada dos reis à estação ferroviária/entronização; os corsos; o enterro do Entrudo, na quarta-feira de cinzas” (Almeida, 2016:190).

A entronização dos reis marca o início do período carnavalesco e consiste na bênção e coroação do Rei e da Rainha com a coroa, o corno e o abanico (atributos simbólicos). Após essa cerimónia, o Rei anuncia a abertura oficial do Carnaval (Almeida, 2016:190).

O corso com carros alegóricos, a sátira política e social e a figura do Rei do Carnaval surgiram no séc. XIX, mas só no início do séc. XX percorreu as ruas da cidade em circuito fechado (Anexo IX - Figura 50), mediante o pagamento de ingresso. São os cabeçudos e os Zés Pereiras (grupos de bombos) que abrem o corso marcando o ritmo e a animação, fazendo lembrar as arruadas do Entrudo português. Os carros alegóricos circulam em todos os corsos, exceto no noturno (Almeida, 2016:190).

As festividades carnavalescas encerram na quarta-feira de Cinzas, com o Enterro do Entrudo e um aparatoso espetáculo pirotécnico. Realizado regularmente desde os anos 30, o Enterro do Entrudo consistia num desfile fúnebre pelas ruas da cidade, à luz de archotes. Terminava no Largo de S. Pedro, com a leitura do testamento do defunto (Anexo VII - Figura 48), seguindo-se a queima do boneco representativo do Rei (Matos, 2007). Nos dias de hoje, o Enterro do Entrudo apresenta as mesmas características de antigamente, sendo que toda a encenação termina na Praça da República em frente ao Tribunal de Torres Vedras, local do julgamento e é “protagonizado por membros dos Ministros, Matrafonas, Lúmbias (Anexo VI – Figuras 42 e 43), Real Confraria e o Rei” (Almeida, 2016: 194). Este é julgado após leitura do testamento, que remete para a vida social e política do concelho, e executado através do fogo, símbolo da purificação, ao que se segue o espetáculo de fogo-de-artifício (Matos, 2007; CTV, 2016).

Apesar de todas as alterações que o Carnaval sofreu ao longo das épocas, este “consiste numa celebração tradicional em constante desenvolvimento e inovação, preservando as suas tradições (...) e caracteriza-se pelo divertimento, pela sátira, pela abundância e pela abertura da festa a

todos os indivíduos, independentemente da classe social” (Reis, 2001, citada por Paulo, 2015: 35).

#### **4.1.1. O Carnaval de Torres Vedras 2018**

O CTV apresenta todos os anos um programa de carnaval diversificado, cuja estrutura é semelhante, variando apenas a temática do evento. Neste ano de 2018, o Carnaval realizou-se entre os dias 9 e 14 de fevereiro, tendo por tema “Mares e Oceanos” (Anexo VIII - Figura 49). Este tema tinha por objetivo fazer a ligação entre os foliões e o meio aquático, no sentido de alertar para a necessidade de preservar o ambiente e os oceanos (CTV, 2016).

Em anexo será apresentado o programa geral do Carnaval de TV de 2018 (Anexo X), que engloba todos os eventos ocorridos durante os seis dias de folia. Nele é possível verificar que, as festividades carnavalescas começam 20 dias antes da semana do Carnaval, com a inauguração do Monumento ao Carnaval de TV (Anexo V - Figura 32), que é erigido desde 1999, e que este ano se intitulava “A Ira de Neptuno”, no qual se destaca Neptuno, o rei dos Mares. O Monumento é uma grande construção feita em fibra de vidro, ferro e esferovite que satiriza várias personagens da vida real através da habitual zombaria social e política. “Dela emergem piratas dos nossos tempos, polvos do futebol, o Presidente Marcelo Rebelo de Sousa ao estilo surfista, a caravela ‘Geringonça’, entre outras personagens da vida real” (CTV, 2016). A sua inauguração marca o início da folia carnavalesca e, por isso, estão presentes foliões, grupos carnavalescos, elementos da Real Confraria do Carnaval (Anexo 11 - Figura 51), representantes da CMTV e da *Promotorres* e população local.

Para além da inauguração do Monumento (Anexo V - Figura 32), outra das grandes novidades que acontece uma semana antes do Carnaval é a deslocação de uma embaixada a Lisboa, composta pelos Reis do Carnaval, Ministros, Matrafonas, Cabeçudos, Zés Pereiras (Anexo VI - Figuras 42, 43 e 46) e Marias Cachuchas (Anexo VI – Figura 44), com o intuito de promover o Carnaval de Torres Vedras junto de turistas, visitantes e população em geral, agitando assim a Baixa Pombalina (Matos, 2007).

Ao nível da vivência da festa, o Carnaval tem vindo a assumir um programa que se estende por vários dias e várias noites, expresso no *slogan* “a vida são dois dias e o Carnaval de Torres Vedras são seis” (Almeida, 2016: 198). Segundo o mesmo autor, durante o período de folia, os jovens e adolescentes usufruem de um programa de animação noturna, onde os excessos são permitidos, desde álcool a não dormir.

Atualmente, e de acordo com o *website* oficial do CTV (2016), a organização do Carnaval, que se assume “como a maior desorganização organizada do País” é da responsabilidade da:

- Real Confraria do Carnaval de Torres – comissão do Carnaval;
- CMTV;
- Empresa municipal *Promotorres*.

A Real Confraria do CTV (Anexo XI - Figura 51) tem como missão “promover a imagem do Carnaval de Torres Vedras, preparando cada Carnaval, assegurando a participação dos cidadãos e mantendo a sátira e a espontaneidade que lhe são características” (CTV, 2016). De acordo com os seus estatutos propõe-se ainda:

Organizar festas, receções, banquetes, provas, concursos, conferências, cursos, passeios culturais e outras manifestações; apoiar o estudo e divulgação de trabalhos sobre o Carnaval de Torres Vedras; glorificar as virtudes, tradições e história do Entrudo torriense; defender a genuinidade, tipicidade e prestígio do Carnaval local; colaborar e/ou associar-se a organizações nacionais e estrangeiras similares; e procurar apoios para o surgimento, promoção e manutenção do museu do Carnaval de Torres (CTV, 2016).

A CMTV tem um papel determinante na organização do evento, uma vez que participa no orçamento e gere os contactos com a comunicação social. A *Promotorres* EM tutela a produção e a gestão financeira.

#### **4.2. A IMPORTÂNCIA DO CARNAVAL PARA A CULTURA LOCAL**

Durante anos, o CTV consistia em bailes ou récitas nas casas particulares ou nas coletividades, não havia animação de rua. Aos poucos, o Carnaval evoluiu e tornou-se num espetáculo público. Segundo Raposo (2001), a implementação do cortejo no Carnaval foi um acontecimento importante, já que permitiu que a população local desfilasse ou assistisse a esta festividade. Para o autor, apesar do Carnaval de TV ter copiado outros modelos, teve um desenvolvimento cultural que lhe possibilitou conservar a sua autenticidade e legitimidade tradicional.

Ao longo dos anos, o valor estratégico, comercial e promocional do Carnaval nunca foi esquecido e atualmente transformou-se num produto cultural, apesar das novidades e originalidades dos elementos que as constituem (Raposo, 2001).

Enraizado, a partir do ano de 1980, como o “Carnaval mais Português de Portugal”, assumiu-se como imagem de marca da região de Torres Vedras e o *ex libris* da cidade. Este evento articula o

presente com o passado e deste modo constrói a história local, já que tem uma elevada carga simbólica e tradicional (Raposo, 2001).

Para Ralha (2006), há décadas que o CTV é um marco essencial para a cidade e para o concelho, pelo facto de se manter fiel à tradição carnavalesca, ao longo dos anos. Isto apesar das inúmeras influências que recebe do exterior. Xavier (2016) refere que, apesar das influências do exterior e do Carnaval de Ovar reclamar o mesmo título, o Carnaval de Torres soube observar essas influências com um cunho próprio e manteve-se fiel às tradições.

Segundo Almeida (2016), o CTV é um evento dos mais importantes do concelho, tanto a nível económico, como turístico, que apresenta uma grande projeção mediática a nível nacional, graças à valorização da sua componente patrimonial histórica e artística e ao reconhecimento da importância do património cultural imaterial pela UNESCO em 2003. Para esta, o património cultural imaterial constitui “as práticas, representações, as pressões, conhecimentos e competências, bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhe estão associados” que fazem parte do património cultural (Almeida, 2016: 187). Este património cultural imaterial dá-lhes um sentido de identidade e de continuidade e, deste modo, espalha o respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana.

De acordo com a Agência Lusa, a 12 de fevereiro de 2013, a CMTV candidatou esta festividade a Património Imaterial da UNESCO, com o intuito de “preservar os 90 anos caracterizados pelas tradições únicas do Entrudo português (...) e promover as tradições e o património da cidade, divulgando e trazendo mais pessoas para a cidade de Torres Vedras, levando-as a participar neste evento único e a conhecer de perto esta secular tradição” (Paulo, 2015: 42).

Neste sentido, as regiões onde o Carnaval é tradição e agrega a sua identidade, esta celebração é vista como uma promoção da imagem da região, como atração turística e como um fator que influencia a economia local, uma vez que mobiliza milhares de visitantes e turistas provenientes de todas as zonas do país e até do estrangeiro (Ralha (2006). O autor diz ainda que o Entrudo português se encontra presente no CTV porque é espontâneo e criativo e que é esse carácter espontâneo que constitui a sua essência. Sem ele, o carnaval deixará de ser o que é.

Raposo (2003: 186-187) afirma que o CTV é uma festividade que “retracta as instituições económicas, políticas, industriais, comerciais, associativas, culturais e artísticas, dando privilégio às metáforas, às anedotas e aos comentários locais” e que apresenta algumas particularidades ao permitir que toda a comunidade participe no evento.

O que caracteriza o Carnaval de TV e o distingue de todos os outros é a sátira social e política, patente em muitas das máscaras, bem como os seus elementos tradicionais (Abreu, 2013, citando

Carneiro, 2013), como os Reis do Carnaval, os Zés Pereiras, os Cabeçudos, os carros alegóricos, as cocotes, e as Matrafonas, que tornam este carnaval único no país (Xavier, 2016). Outra característica do Carnaval de TV que o distingue de todos os outros é a ausência de separação entre espetadores e atores, já que estes podem participar no desfile (Ralha, 2016). Todos os elementos anteriormente citados são presença obrigatória do Carnaval de Torres, porque são imagem de marca do Carnaval (Paulo, 2015).

Outro dos fatores que muito contribui para a expansão e mediatismo do CTV é o tema escolhido, uma vez que este reflete situações concretas e marcantes, da sociedade nacional e internacional (Abreu, 2013). Para Paulo (2015: 38) a escolha do tema “proporciona uma coerência face à promoção e às transmissões televisivas, bem como valoriza os grupos de animação e a animação noturna”. A escolha do tema tem sempre por base as sugestões apresentadas pela comissão, no que diz respeito à sátira a introduzir nesta festividade.

O recurso aos meios de comunicação social também tem contribuído para a promoção das festividades carnavalescas, principalmente a televisão. Através dela, a cidade e o seu carnaval ganham maior notoriedade e atraem visitantes e turistas de todas as partes do país e até do mundo e permitem que os emigrantes “matem” saudades de Portugal e do seu concelho (Santos, 2013, citado por Abreu, 2013).

Tanto a televisão, como o *Facebook* e o *website* oficial do Carnaval são excelentes meios de divulgação do evento, já que projetam o Carnaval de Torres a nível nacional e internacional, proporcionando maior adesão por parte do público e maior conhecimento do mesmo (Abreu, 2013).

Perante o citado é possível afirmar que o CTV é “uma forma de resistência à aculturação e uma maneira de defender o património cultural nacional”, uma vez que é um acontecimento que se encontra enraizado na identidade cultural e social do concelho (Pinto & Veiga, 2005: 93). Daí a sua importância para a cultura local.

Segundo Ralha (2016: 157), o Carnaval de Torres “deixou marcas no envolvimento cívico dos cidadãos, na construção, na contribuição beneficente para instituições locais, no impacto económico ao longo dos tempos, na projeção da imagem do território e da sua notoriedade e no clima social local de tolerância”.

### 4.3. IMPACTO DO CARNAVAL NA REGIÃO

Como já foi referido, a notoriedade do Carnaval de Torres Vedras tem vindo a crescer nos últimos anos, graças aos órgãos de comunicação social, o que é uma mais-valia para o concelho, quer a nível económico, quer a nível social. Isso mesmo referem Dias *et al.* (2017: 99) ao mencionar que “a ligação entre a cidade e o Carnaval é inequívoca e muito graças aos media”. O autor acrescenta ainda que quem visita o CTV promete regressar, porque a festa que se vive na rua contagia as pessoas presentes.

O CTV 2018 foi um espetáculo grandioso e graças ao seu sucesso teve a cobertura jornalística antes e durante o evento (Anexo V – Figuras 25, 31, 33 e 35). A TVI, RTP, SIC, CMTV (canal televisivo) e a Bola TV também estiveram presentes e levaram o Carnaval de Torres a todo o país, dando a conhecer os bastidores, os artistas e anónimos que contribuíram para a organização e elaboração de máscaras. Mostraram os Corsos com os carros alegóricos, os Cabeçudos, os Ministros, os Fidalgos, as famosas Matrafonas e os vários grupos espontâneos que fazem do CTV o mais participativo. A cobertura jornalística e mediática contou ainda com “agências noticiosas, *websites*, redes sociais, imprensa local e regional e até um canal de TV do Irão” (CTV, 2016), que tentam levar o Carnaval de Torres a todas as partes do mundo.

De acordo com o *website* do CTV (2016), “o Carnaval 2018 foi, como sempre, um evento feito de folia, diversão, ritmo, alegria e bom humor. Quem por cá passa, volta sempre. Porque este é um evento ímpar, cheio de tradição, feito pelo povo, para o povo”.

Com um orçamento de 680 mil euros, o CTV é uma festa ímpar a nível nacional. Em 2018 superou todas as expectativas, já que cerca de 400 mil pessoas (uma parte vem da venda dos bilhetes, outra vem do livre trânsito, o que, segundo o Presidente da *Promotorres* representa mais do que uma visita por pessoa e outra parte vem do número estimado de visitantes em zonas onde não se paga) visitaram a cidade, entranhando num Carnaval que atrai cada vez mais foliões, portugueses e estrangeiros, superando os cerca de 350 mil dos anos anteriores (CTV, 2016).

A organização do CTV, em 2018, envolveu 13 077 indivíduos, entre grupos de Carnaval e entidades, como é possível verificar através do quadro 11 (Apêndice D). No Corso Escolar participaram cerca de 8000 pessoas, entre crianças, professores e auxiliares, que representaram os 72 estabelecimentos de ensino do concelho. O Baile Tradição juntou 850 seniores de 40 entidades dos concelhos de TV, Lourinhã, Sobral de Monte Agraço e de Mafra.

A eleição da Miss Matrafona, com 44 concorrentes, juntou milhares de pessoas. Um dos momentos altos do Carnaval foi o Concurso de Grupos de Mascarados. Cerca de 2200 pessoas pertencentes a 41 grupos concorrentes deram cor e vida ao primeiro Corso Noturno.

Através do quadro 4 é possível observar os grupos que conquistaram os prémios em jogo.

Quadro 4 - Prémios conquistados pelos Grupos Carnavalescos

Fonte: Adaptado de CTV (2016)

Prémio dos Grupos	Prémio do Público	Prémio da Confraria
1.º lugar – “Escondidinhos no Buraquinho”	1.º lugar – “Alforrecas Gradilenses”	1.º lugar – “Suadas e Safadas”.
2.º lugar – “Suadas e Safadas”	2.º lugar – “Escondidinhos no Buraquinho”	_____
3.º lugar – “Foliões Cá do Sítio – Nadafolião”	3.º lugar – “Suadas e Safadas”	_____

A nível de segurança, o CTV contou com muitas entidades que tudo fizeram para que nada de grave acontecesse e, segundo o *website* do CTV (2016), o balanço foi positivo.

O CTV 2018 trouxe grandes novidades ao concelho. Na noite em que o Monumento foi inaugurado lançaram a APP do CTV, com o objetivo de servir de apoio e de guia a todos os foliões, aos torrienses e a todos os que os visitaram, o que foi um sucesso, de acordo com o *website* oficial do CTV (2016). Outro êxito foi o “Samba da Matrafona” (Anexo XII), lançado um mês antes do Carnaval e que nunca mais parou de tocar nas rádios, nas televisões, nas redes sociais e em todos os corsos da folia. O “Samba da Matrafona” tornou-se assim, no hino do Carnaval de Torres de 2018, transformando a autora, Susana Félix, numa das musas do Carnaval deste ano, que atingiu o seu ponto alto no segundo Corso Noturno, quando subiu ao palco do To’Candar e cantou o “Samba da Matrafona” para uma multidão eufórica (Anexo V - Figura 35).

O Carnaval mais português de Portugal, considerado por muitos como “o melhor Carnaval do mundo” ficou ainda marcado pelos aniversários das Lúmbias (Anexo V - Figura 31) que celebraram 20 anos de existência e a Banda OSGA que assinalou 30 anos de vida.

Sob o tema “Mares e Oceanos”, o evento CTV 2018 contou com o patrocínio do Ministério do Mar e com a presença da Ministra do Mar, Ana Paula Vitorino. Com ela estiveram Eduardo Cabrita, Ministro da Administração Interna, e Maria Joaquina Matos, presidente da Câmara Municipal de Lagos. O Carnaval de Torres Vedras contou ainda com a presença de várias personalidades internacionais oriundas de Wellington em Inglaterra, de Villenave D’Ornon em França, ambas geminadas com TV, e o embaixador de Israel, Raphael Gamzou.

Outra presença que se destacou durante toda a folia foi o fotógrafo português Eduardo Gageiro, um dos maiores fotógrafos portugueses a nível nacional e internacional, que já conquistou cerca de 300 prémios. Ao misturar-se entre os foliões fotografou os momentos mais importantes do Carnaval “mais português de Portugal”.

Uma vez que o CTV é um Eco Evento, foram recolhidos 11 000 Kg de lixo dos seis dias de folia, dos quais cerca de 5 000 Kg foram enviados para reciclagem (CTV, 2016).

Como fenómeno de massas, o CTV envolve toda a comunidade torriense, projeta-se ao expressar a sua própria identidade e contribui “para a dissipação dos estratos sociais”, unificando as várias classes (Dias *et al.*, 2017: 41).

Como se observa no quadro 5, o número de visitantes que se desloca a TV para ver e participar no carnaval tem aumentado ao longo dos anos, sendo reforçados pelo Corso noturno de sábado e o Corso Trapalhão realizado na segunda-feira. Estes Corsos vieram animar as noites de TV atraindo milhares de foliões, que percorrem as ruas até de madrugada. Tanto os Corsos diurnos como os noturnos têm influência direta no volume das receitas do comércio local, nomeadamente a nível da restauração e bebidas, no comércio em geral, nos transportes, na hotelaria, entre outros, na medida em que atraem milhares de pessoas, que consomem e gastam. A semana do Carnaval é, deste modo, um período fundamental para o comércio local, a nível económico.

Quadro 5 - Bilhetes vendidos entre 2009 e 2018

Fonte: Dias *et al.*, 2017 e *Promotorres* EM, 2018

Bilhetes vendidos entre 2010 e 2018										
Dia	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sábado	11.502	10 449	7 562	10 806	-	-	-	-	20 270	18 314
Domingo	17 965	9 689	13 783	18 037	-	-	-	-	19 204	10 219
Segunda	-	-	-	-	-	-	-	-	18 487	20 305
Terça	20 468	5 010	9 745	14 535	-	-	-	-	14 424	17 681
<b>Total</b>	<b>49 935</b>	<b>25 148</b>	<b>31 090</b>	<b>43 378</b>	-	-	-	-	<b>72 385</b>	<b>66 519</b>

Desde os anos 80 que o CTV se assume como evento estratégico do desenvolvimento económico de TV. O objetivo é garantir a sua sustentabilidade financeira projetando-o como evento de referência a nível nacional. Quem tem a competência de o gerir é a *Promotorres*, criada em 1997 para o efeito (Dias *et al.*, 2017).

Como já referido, “o impacto televisivo deste fenómeno massificado é estrondoso” (Dias *et al.*, 2017: 41), pois desde a década de 90 que é presença assídua na televisão, trazendo milhões de euros em benefícios indiretos. Segundo os autores, em 2014 o impacto económico dessas transmissões rondava os 15 milhões de euros. Logo, “os resultados em termos de impacto mediático são muito bons e (...) o retorno mediático é totalmente capitalizado pela cidade” (Dias *et al.*, 2017: 111).

A receita direta vem da venda dos bilhetes para a entrada no desfile e do aluguer de espaços para venda de bebidas e comidas. Esta receita tem vindo a aumentar ao longo dos anos, como é possível

observar no quadro 6, o que mostra o crescente número de visitantes, que de ano para ano é cada vez maior. Através do quadro verifica-se que alguns anos registaram um saldo negativo, facto que se deve, geralmente, à chuva.

Quadro 6 - Balanço da Receita/Despesa efetuada no CTV entre 2010 e 2018

Fonte: Dias *et al.*, 2017 e Promotorres EM, 2018

Receita/Despesa entre 2010 e 2018										
Ano	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Receita	575 613	455 760	458 619	532 975	572 257	-	-	586 000	663 000	800 000
Despesa	539 443	522 226	435 203	419 442	374 942	-	-	610 000	657 000	730 000
Balanço	- 36 170	- 66 466	23 416	113 533	197 765	-	-	- 24 000	6 000	70 000

Com o intuito de controlar o impacto económico do CTV, o Grupo de Investigação em Turismo do Instituto Politécnico da Leiria – GITUR realizou um estudo de campo entre 2013 e 2015. A partir desse estudo concluiu que o CTV tem um impacto económico bastante positivo, uma vez que os participantes gastam cerca de 10 milhões de euros durante a semana em que tem lugar o evento e que vão desde bilhetes, a máscaras/endereços, a alimentação, diversão noturna e bebidas, a compras, transporte e alojamento. Assim sendo, os autores afirmam que em 2015 o gasto total médio de cada um dos participantes rondava os 106,7 euros, tendo este valor subido de ano para ano, já que foi mais 6 euros do que em 2014 e mais 24,7 euros do que em 2013. Este aumento dos gastos deveu-se ao aumento da permanência no recinto do Carnaval e às melhores condições de vida das pessoas que aumentam os níveis de consumo (Dias *et al.*, 2017).

De acordo com Dias *et al.* (2017: 91), a realização do estudo, nos anos de 2013, 2014 e 2015, permite afirmar que o impacto do Carnaval na economia do concelho de TV corresponde a um “acréscimo de 30% de faturação em comparação com o volume de negócios em período normal”. Esse acréscimo ocorre durante o Carnaval e nas semanas anteriores.

## 5. METODOLOGIA

### 5.1. MODELO CONCEPTUAL

Segundo Quivy e Campenhoudt (2008: 121), “a conceptualização é mais do que uma simples definição ou convenção terminológica. É uma construção abstrata que visa dar conta do real”. Já Sousa e Baptista (2011) referem que a conceptualização é uma forma de conceber e organizar conceitos, que são fundamentais para definir as variáveis e as dimensões do estudo.

Sendo a metodologia essencial para a elaboração do relatório de estágio, pretende-se neste capítulo apresentar os procedimentos do desenvolvimento do projeto de investigação científica, as ferramentas e os métodos próprios para a elaboração do mesmo, de forma a atingir os objetivos definidos e apresentados no ponto 1.2.

Na presente investigação foi empregue o método dedutivo que teve por base uma metodologia qualitativa e quantitativa (mista), combinando técnicas de recolha de dados tanto quantitativas como qualitativas.

Uma vez que o Carnaval de Torres Vedras, como estudo de caso, é um evento que se enquadra no setor do turismo, que permite vivenciar experiências únicas, valoriza o destino turístico e impulsiona a economia do concelho, considerou-se crucial a recolha de informação através de entrevistas semiestruturadas aos responsáveis pelo evento, através da observação direta ao longo do estágio e através de inquéritos por questionário realizados aos visitantes do evento.

Optou-se por estes métodos por se considerar serem os mais adequados para responder e satisfazer os objetivos delineados para este estudo e porque a conjugação destes métodos torna o processo de investigação mais consistente e fiável.

As entrevistas são uma forma eficaz de obter conhecimentos e pormenores relativos ao evento e ao seu planeamento, através dos saberes e experiência dos responsáveis pela organização do mesmo.

A observação direta foi pertinente, na medida em que permitiu recolher informação em contexto de trabalho e possibilitou observar os procedimentos resultantes do planeamento operacional e as condições do curso. Desde modo, foi possível confrontar os conceitos e as informações recolhidas com os dados observáveis.

A aplicação dos inquéritos por questionário possibilitou recolher informação sobre o perfil dos visitantes do evento, sobre as suas experiências, sobre a sua perceção relativamente ao Carnaval e perceber o grau de satisfação dos inquiridos.

A investigação desenvolveu-se em fases encadeadas, de modo a criar uma concordância entre a parte teórica e a componente empírica e, neste sentido, a revisão da literatura permitiu investigar os detalhes que contextualizam o objeto de estudo.

## **5.2. RECOLHA E ANÁLISE DA INFORMAÇÃO**

Tal como refere Quivy e Campenhout (2008: 183), a recolha de dados “consiste em recolher ou reunir concretamente as informações determinadas junto das pessoas ou das unidades de observação incluídas na amostra”. A recolha de dados é, portanto, uma técnica de tratamento de informação que inclui um conjunto de instrumentos apropriados à recolha de dados empíricos, que são uma parte fundamental do processo de investigação. Neste contexto, os dados recolhidos resultaram da investigação empírica, ou seja, do trabalho de campo efetuado. Deste modo, foram utilizadas as seguintes ferramentas de recolha de dados:

- a) A análise documental (fonte secundária);
- b) A entrevista semiestruturada aos responsáveis pela organização do evento;
- c) A observação direta através da participação no terreno;
- d) O inquérito por questionário.

A metodologia adotada para abordar a problemática em estudo inclui as opções metodológicas da investigação, os instrumentos de inquirição e os procedimentos de recolha e tratamento dos dados. Relativamente aos instrumentos de recolha de dados utilizados, optou-se por entrevistas semiestruturadas, inquéritos por questionário e observação direta

De seguida serão detalhados os procedimentos e os instrumentos de carácter empírico já referidos e que foram utilizados durante a investigação.

### **5.2.1. Entrevistas**

Segundo Quivy e Campenhout (2008: 69) “as entrevistas contribuem para descobrir os aspetos a ter em conta e alargam ou retificam o campo de investigação das leituras”. A grande vantagem da entrevista é “o facto de ela ser adaptável ao tema ou assunto que queremos tratar” (Bell, 1993: 137). No caso concreto deste estudo, as entrevistas são fundamentais para uma melhor compreensão e análise do estudo de caso, uma vez que as entidades referidas no Quadro 7 estão diretamente ligadas à organização, planeamento, promoção e divulgação do Carnaval. As entrevistas são a forma mais viável e eficaz de avaliar as fases do planeamento do Carnaval,

analisar os impactos do mesmo e compreender e perceber como se organiza um evento desta dimensão.

Quadro 7- Entrevistados

Nome	Cargo Representado	Abreviatura
César Costa	Presidente do Conselho de Administração da <i>Promotorres</i>	PPr
António Miranda	Chanceler da Real Confraria do Carnaval de Torres Vedras	CRC
Élia Roque	Responsável pelo Grupo de Carnaval	RGC
Carlos Bernardes	Presidente da Câmara Municipal de Torres Vedras	PCM

Uma vez que os interlocutores devem ser “pessoas que, pela sua posição, ação ou responsabilidades, têm um bom conhecimento do problema” (Quivy & Campenhoudt, 2008: 71) foram identificados os especialistas mais adequados para entrevistar, de forma a obter o conhecimento essencial à concretização dos objetivos desta investigação. Optou-se pelos entrevistados apresentados no quadro 7, porque fazem parte da organização do Carnaval de Torres Vedras, pela posição que ocupam e por possuírem conhecimentos e experiência reconhecida na área, relevantes para a compreensão da problemática em estudo. A responsável pelo grupo de Carnaval é o único elemento que não participa na organização do mesmo, mas que se considerou importante, por ser uma torriense que participa no evento e que pode falar em nome da população local. De modo a simplificar a análise dos resultados foram atribuídas abreviaturas aos entrevistados, de acordo com o quadro 7.

Escolhido o método definiram-se os aspetos a investigar, bem como as variáveis correspondentes a cada um deles e, de acordo com os objetivos indicados, foram elaboradas as questões. A construção do guião das entrevistas foi faseada e, para além dos objetivos delineados, também teve por base a revisão bibliográfica. Neste sentido, a elaboração do guião partiu de uma proposta inicial, revista pelos orientadores do presente relatório de estágio e corrigida pela autora, culminando na versão final a aplicar (Apêndices F, G, H, I).

Uma vez que cada um dos entrevistados tinha cargos e funções diferentes foi desenvolvido um guião de entrevista adequado a cada um deles. Contudo, a maioria das questões apresentadas em cada guião foram transversais a todos os entrevistados. Apenas algumas questões foram específicas a cada um dos entrevistados. Para melhor compreensão das entrevistas realizadas foi elaborado um quadro, onde constam as questões de todas as entrevistas (Apêndice J - Quadro 12).

Optou-se por entrevistas semiestruturadas, porque possibilitam abordar um conjunto de perguntas orientadas à temática em estudo, dando liberdade ao entrevistado para falar sobre os assuntos, sem fugir muito do tema.

As entrevistas, compostas por 13, 14 e 15 questões, ocorreram no dia 20 de março (PPr e CRC), no dia 19 de abril (RGC) e no dia 28 de agosto de 2018 (PCM), nos locais de trabalho dos entrevistados. O tempo médio de cada entrevista foi de aproximadamente 30 minutos. Todas as entrevistas tiveram início com a apresentação da entrevistadora, da temática em estudo, dos objetivos da entrevista, do trabalho de investigação e com o pedido de gravação da entrevista. Assim sendo, as entrevistas foram gravadas com o consentimento dos mesmos, exceto a entrevista feita ao elemento do grupo de Carnaval e a do Sr. Presidente da Câmara que, por falta de disponibilidade dos entrevistados, se ofereceram para responder às questões por *e-mail*.

No processo de transcrição das entrevistas utilizou-se o *software* leitor de áudio *Windows Media Player*. Depois da primeira versão da transcrição, as entrevistas voltaram a ser ouvidas e lidas, de modo a corrigir possíveis equívocos ou lacunas.

### **5.2.2. Observação direta**

Tal como refere Quivy e Campenhoudt (2008: 155), “a observação engloba o conjunto das operações através das quais o modelo de análise (constituído por hipóteses e por conceitos) é submetido ao teste dos factos e confrontado com dados observáveis”. Através dela, o investigador, presente no local de recolha, regista, descreve ou narra as atitudes e os comportamentos dos indivíduos, no momento em que eles se produzem, sem necessitar que outros o transmitam. Isso mesmo menciona Quivy e Campenhoudt (2008: 196), ao afirmar que “os métodos de observação direta captam os comportamentos no momento em que eles se produzem e em si mesmos, sem a mediação de um documento ou de um testemunho”. Por isso, a observação direta é uma técnica eficaz na recolha de dados e será utilizada como método complementar na presente investigação.

Através da observação e descrição de padrões de comportamento e de opiniões sobre determinado fenómeno, o investigador procura determinar se existe alguma explicação para o mesmo (Quivy & Campenhoudt, 2008). Transpondo para este estudo particular, o estímulo a ser observado será o das práticas e métodos aplicados pelos organizadores do evento, bem como os procedimentos e ações que sucedem ao evento do Carnaval de Torres Vedras, de forma a confrontar as informações recolhidas na revisão da literatura com os dados observáveis.

Relativamente ao âmbito do estágio, a observação direta incidiu sobre algumas fases do planeamento do evento e sobre os dias em que este decorreu. Todos os dados recolhidos através da técnica da observação, bem como as tarefas/atividades realizadas ao longo do estágio foram registados num documento, a que Carmo e Ferreira (1998) chamam de diário de bordo (Apêndice E). O diário de bordo é um instrumento onde o investigador vai registando, por ordem

cronológica, os vários procedimentos da sua investigação, os resultados das observações efetuadas e os acontecimentos relevantes (Carmo & Ferreira, 1998).

### **5.2.3. Inquéritos por questionário**

Os inquéritos por questionário são um instrumento de recolha de dados que permite recolher uma amostra dos conhecimentos, atitudes e comportamentos dos indivíduos, relativamente ao estudo de caso (Sousa & Batista, 2011). Segundo Quivy e Campenhoudt (2008: 188), este instrumento de recolha de dados:

consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativos da população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse para os investigadores.

Optou-se pelos inquéritos por questionário porque, de acordo com Quivy e Campenhoudt (2008), têm a vantagem de poder quantificar uma multiplicidade de dados originando várias análises de correlação. São uma das técnicas mais utilizadas pelo facto de poderem conter um amplo conjunto de perguntas relevantes para o estudo em causa, que permitem obter informações de forma rápida, simples, barata e com garantia de anonimato e liberdade de respostas. Por isso, os autores afirmam que as perguntas do questionário devem ser claras e concisas para que todos as interpretem da mesma maneira.

O questionário adotado nesta investigação encontra-se estruturado em quatro partes e contém 17 questões: 15 de resposta fechada, nas quais os inquiridos selecionam a opção que mais se adequa à sua opinião, e 2 de resposta aberta (Apêndice K). A primeira parte do questionário inclui 5 questões de carácter sociodemográfico (género, idade, habilitações, concelho, nacionalidade) para identificar o perfil dos inquiridos e 3 relacionadas com a participação dos inquiridos no Carnaval. A segunda parte apresenta 3 questões sobre o enquadramento histórico do Carnaval, onde se avalia a importância deste para a cultura, e a terceira parte consiste em 2 questões com vários itens, desenhadas para aferir o impacto do evento a nível socioeconómico e compreender a perceção da comunidade relativamente ao Carnaval de Torres Vedras. A última parte do questionário apresenta 4 questões: duas para avaliar o grau de satisfação dos inquiridos, uma para estes darem sugestões de aspetos a melhorar e a última de livre resposta para o inquirido poder acrescentar um comentário sobre o Carnaval de TV.

Sete das questões apresentadas no questionário baseiam-se na Escala de *Likert* (1 a 5), porque contribuem para uma melhor análise da importância dada ao estudo em questão, uma vez que permite uma avaliação de acordo com o grau de importância dado à pergunta.

Deu-se preferência a questões de resposta fechada pela maior facilidade de compreensão, pela maior rapidez em responder e por permitir uma melhor junção das respostas aquando da análise das mesmas.

A finalidade dos inquéritos foi a de recolher informação da população em geral, relativamente ao perfil dos participantes, aos conhecimentos apresentados sobre o tema em estudo, compreender a perceção daqueles sobre os impactos do Carnaval no concelho e perceber o nível de satisfação dos mesmos, com o intuito de analisar os impactos do Carnaval no concelho de Torres Vedras.

Os questionários são originais, tendo sido construídos e validados pelos orientadores. A sua aplicação decorreu entre 18 de março e 15 de abril de 2018. Este instrumento de medida foi aplicado em suporte de papel na cidade de Torres Vedras e através de questionário *online*, recorrendo à ferramenta disponibilizada pela Google, tendo-se obtido um total de 316 questionários, dos quais 94,3% foram respondidos via *online* (298) e 5,7% em papel (18) e 1 não foi possível saber como respondeu. A rede social *Facebook* e as mensagens privadas foram um excelente meio de divulgação e, por isso, foi possível recolher os 316 questionários.

Definido o método de investigação importa determinar qual a população e a respetiva amostra. Como população alvo foi considerada a totalidade dos indivíduos com idade igual ou superior a 18 anos que visitou o Carnaval de Torres Vedras, no ano de 2018, tendo sido considerados os 66 519 indivíduos que adquiriram bilhetes para o evento. Para determinar a amostra foi definido um nível de confiança<sup>7</sup> de 90% e uma margem de erro<sup>8</sup> de 5%, sendo a amostra mínima necessária para o trabalho de 268 indivíduos (*SurveyMonkey*, 2018), sendo que os resultados obtidos, de 316 inquéritos validados, asseguram esses critérios.

Para apresentar os resultados dos questionários foram elaborados gráficos e quadros, considerando as dimensões definidas, de modo a facilitar a sua leitura. Para tal recorreu-se ao *software Microsoft Excel*.

---

<sup>7</sup> A confiança “representa a probabilidade de uma pesquisa ter os mesmos resultados se for aplicada com um outro grupo de pessoas, dentro do mesmo perfil de amostra e com a mesma margem de erro” (*MindMiners*, 2018).

<sup>8</sup> A margem de erro “é o índice que estima a máxima de erro dos resultados da pesquisa com base na amostra selecionada” (*MindMiners*, 2018).

## 6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

### 6.1. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados do estudo empírico, como as entrevistas e os questionários realizados, com o intuito de analisar e avaliar as diferentes fases de planeamento e gestão do evento Carnaval de Torres Vedras e aferir os seus impactos no Concelho. No que se refere à observação direta, os resultados da mesma são apresentados no Apêndice E - Diário de Bordo, no qual se encontram descritas as observações realizadas ao longo do estágio.

#### 6.1.1. Entrevistas

Na transcrição das entrevistas respeitou-se as características do registo oral, tendo-se procedido a correções pontuais de oralidade. Após este trabalho procedeu-se ao cruzamento da informação de modo a facilitar a interpretação dos dados e posterior discussão dos resultados. Deste modo, procurou-se identificar os elementos comuns e os mais contraditórios relativamente a cada questão e foram extraídos os aspetos mais relevantes para as temáticas em estudo, apresentados no seguinte quadro síntese (Quadro 8).

Quadro 8- Síntese das entrevistas

Q.1	O que distingue o Carnaval de TV de todos os outros e o torna único e especial? Que fatores contribuem para o seu sucesso?
PCM	“Originalidade, espontaneidade e criatividade, associado ao facto de ser blindado a manifestações que não sejam de origem nacional; O sucesso do Carnaval está nas pessoas, essencialmente nos torrienses, que com a sua alegria e a forma contagiante como vivem o Carnaval, fazem com que quem nos visita fique fidelizado a este evento e o torne único no país.”
PPr	“Um conjunto de originalidades que se mantêm desde o passado até aos dias de hoje, como as Matrafonas e os Reis de Carnaval serem dois homens.”
CRC	“Os Reis de Carnaval que são cidadãos foliões anónimos... não são figuras de destaque, são cidadãos torrienses; O facto da Rainha ser um homem é uma tradição; Ser um Carnaval muito participativo, em que todas as pessoas podem interagir com quem está a desfilar.”
Q.2	Qual o impacto do Carnaval na sociedade e na economia local?
PCM	“A cidade vive o Carnaval de uma forma intensa logo após o Natal; Tudo o que está associado a estas manifestações tem uma importância fundamental na economia local; Um estudo efetuado pelo IPL, em 2013 indica-nos que o Carnaval tem um impacto económico real de cerca de 9 milhões de euros e é sentido em todos os setores da economia.”
PPr	“Nós temos dois estudos que medem mais ou menos esse indicador: um livro que indica o impacto na economia local e um estudo que fazemos todos os anos que avalia o impacto que o evento tem nos media; Estes estudos são contabilizados em dinheiro como se fosse pago. No primeiro caso ronda os 9 milhões de euros e no segundo ronda os 29,6 milhões de euros.”
Q.3	Quais as entidades envolvidas na organização do Carnaval e qual a sua importância?
PCM	“A organização do Carnaval está a cargo da CMTV, <i>Promotorres</i> e Real Confraria; O Município de TV e a <i>Promotorres</i> são responsáveis pela organização e produção do evento; A Real Confraria é responsável por garantir a manutenção das tradições, costumes e atos oficiais do Carnaval... de acompanhar suas altezas, o Rei e a Rainha do Carnaval de Torres Vedras.”
PPr	“Em termos de planeamento, preparação e responsabilidade são a <i>Promotorres</i> e a Câmara Municipal. A Câmara é responsável pela organização e a <i>Promotorres</i> é responsável pela produção. Em termos práticos trabalhamos com muitos parceiros... têm papéis muito importantes e muito ativos na organização do evento: Associações de Carnaval, como a Confraria, Ministros e Matrafonas, as Lumbias, as Marias Cachuchas e os Fidalgos; Na parte operacional temos os Bombeiros Voluntários e na área da segurança temos a PSP, a GNR, o Centro Hospitalar e o Centro de Saúde; Os Grupos de Mascarados também articulam connosco em alguns aspetos da organização.”
CRC	“Há pessoas que colaboram, que fazem os carros alegóricos; Os efeitos e tudo é mais a Câmara e a <i>Promotorres</i> ; A Câmara lidera todos esses assuntos”.

Quadro 9- Síntese das entrevistas (Continuação)

<b>Q.4 Com que antecedência começam a preparar o Carnaval?</b>	
<b>PCM</b>	“O Carnaval do ano seguinte começa a ser preparado logo após o enterro do entrudo, na quarta-feira de cinzas; Faz parte do quotidiano dos torrienses...; Está sempre implícito no planeamento anual.”
<b>PPr</b>	“O Carnaval prepara-se ao longo de todo o ano. Começa-se com a avaliação do evento para saber o que correu bem e o que correu mal... e que merecem reflexão para serem melhorados no futuro; Nesta fase preparamos a escolha do tema; Os foliões dão sugestões através da página de <i>Facebook</i> do Carnaval; Juntamos com as Associações e a Câmara e escolhemos o tema. Depois lançamos os concursos para elaboração do Monumento e dos Carros Alegóricos. A partir de setembro/outubro, são intensificadas as tarefas de concretização e operacionalização de preparação do evento.”
<b>CRC</b>	“O Carnaval começa muito cedo...; ... maio/junho é anunciado o tema...; ... em setembro começam a trabalhar para o próximo Carnaval... com a adjudicação das empresas para a confeção dos carros alegóricos.”
<b>RGC</b>	“Um mês antes.”
<b>Q.5 Qual o modelo de financiamento e de planeamento e gestão deste evento?</b>	
<b>PCM</b>	“O evento é financiado por investimento público e privado; A Câmara investe um valor; O restante é garantido por patrocinadores, pelo aluguer dos espaços e pela bilhética.”
<b>PPr</b>	“O Carnaval tem um apoio da Câmara de 100 mil euros ano, o resto são receitas próprias; Cerca de 70% são receitas de bilheteira da venda de ingressos; O restante resulta da exploração das entidades que estão no recinto a vender comida, bebida e outros bens.”
<b>Q.6 Que tipo de apoios e patrocínios recebem para o Carnaval?</b>	
<b>PPr</b>	“O apoio da Câmara e patrocínios depende daquilo que vamos angariando ano após ano. É tudo negociado; Temos o patrocínio de uma cervejeira com apoios anuais; Temos o suporte de espaços que vendemos; Mas tudo depende da conjuntura. Este ano foi um ano muito bom em termos de venda de publicidade.”
<b>CRC</b>	“Não recebemos nada. A única coisa que a Câmara nos oferece são trabalhos de apoio; A chegada dos Reis envolve palcos e uma série de coisas. Então nós apresentamos as despesas e a Câmara paga; A única coisa que a Câmara nos dá são as instalações.”
<b>RGC</b>	“O único apoio é o subsídio que a <i>Promotorres</i> dá a todos os grupos.”
<b>Q.7 Como avalia a organização do Carnaval?</b>	
<b>PCM</b>	“Organização do Carnaval é cada vez mais profissional e composta por pessoas com elevada experiência e conhecimento nesta área; Só pode ser positiva a organização de um evento que coloca na cidade de Torres Vedras mais de 300 mil pessoas; Continuamos a trabalhar, ano após ano, para melhorar os aspetos que possam ser melhorados e manter aqueles que consideramos essenciais para o bom funcionamento do evento.”
<b>PPr</b>	“Eu faço uma avaliação positiva... Eu faço um balanço bastante positivo da organização que temos e que envolve muita gente e muitas entidades; Os assuntos são conversados e negociados, sem serem muito impostos; A dimensão do evento tem uma logística pesada e envolve meios consideráveis; Este ano temos um orçamento de 700 mil euros, o que é um valor interessante.”
<b>CRC</b>	“A avaliação do Carnaval tem a ver ... com ... o Presidente da Câmara e a Vereação, porque a <i>Promotorres</i> são mais os executivos e recebem ordens diretas da Câmara.”
<b>RGC</b>	“Acho que tem vindo a melhorar. Nós sabemos que é um evento já com uma dimensão muito grande e nem sempre é fácil, mas acho que se pode dizer que é positiva.”
<b>Q.8 Tem dados sobre a dimensão do impacto do Carnaval de Torres Vedras em termos sociais, económicos e culturais?</b>	
<b>PCM</b>	“Na vertente económica... aponta para 9 milhões de euros de impacto económico real; Em termos sociais e culturais é difícil de quantificar, no entanto, é bem visível no Corso Escolar; Conta com a presença de cerca de 9 mil alunos do concelho; É importante o Carnaval para as gentes de Torres Vedras, começando a vivenciar estas experiências logo desde tenra idade.”
<b>PPr</b>	“Dos económicos sim, dos sociais e culturais não, porque não há estudos; Apesar de não haver estudos, em termos sociais e culturais, nós temos a perceção que o Carnaval é marcante no concelho e na região, porque é um evento que tem uma dimensão a diferentes níveis, pela importância que tem no impacto económico, pelo envolvimento das pessoas e pela abrangência que tem; É uma marca desta terra, desta região e sem dúvida nenhuma tem importância cultural e social embora não a possamos quantificar.”
<b>CRC</b>	“Em termos culturais, o Carnaval representa uma manifestação que é pagã... críticas a todas as coisas que davam nas vistas ao longo do ano; Daí o penico, onde eram lá postas estas coisas e depois o piaçaba mexia e de lá saíam em forma de piadas; É uma crítica social a tudo o que se passa realmente na terra; É uma manifestação, é uma brincadeira, que simboliza uma certa cultura, simboliza realmente um Carnaval; Para nós, o Carnaval sempre foi verdadeiramente popular, era uma maneira das pessoas se misturarem e se conhecerem; Hoje, curiosamente, os estudantes torrienses que estão espalhados por todas as universidades do país, trazem para casa da família, quando chega a altura do Carnaval, 6 e 7 colegas universitários e essas pessoas são uma mais-valia; São pessoas que se integram, deliram com isto, aproveitam a vertente cultural, o convívio e que gostam muito da nossa festa e de todos estes intercâmbios; Há sempre algumas coisas que não correm tão bem, mas são pontuais... as bebedeiras, que levam alguns jovens aos hospitais.”

Quadro 10- Síntese das entrevistas (Continuação)

<b>Q.9 O que destacaria como mais positivo neste evento?</b>	
<b>PCM</b>	“A forma alegre, bem-disposta e consciente como a grande maioria das pessoas vive os festejos do Carnaval, a segurança dos muitos milhões de foliões... a passagem entre gerações de conhecimento sobre o evento do Carnaval e as suas tradições, através do curso escolar e das crianças...”
<b>PPr</b>	“O que é mais positivo neste evento é o facto das pessoas de Torres e muitos que não são de Torres aprenderem a gostar do Carnaval; É a relação com o evento de grande paixão; Há aqui uma parte emocional muito grande, as pessoas gostam muito do Carnaval e vivem muito o Carnaval, criando um grande impacto em cada um dos foliões.”
<b>CRC</b>	“Eu acho que é o convívio ... e ver toda a gente a adorar e a estar satisfeita com aquela festa; É muito gratificante ouvir as pessoas dizerem bem da nossa terra.”
<b>RGC</b>	“O mais positivo é toda a organização e tudo o que envolve nela; O menos positivo é o som e todos os anos nos debatemos com este problema, pois a falta de música em certos pontos é péssimo para quem está a desfilar.”
<b>Q.10 Como correu o Carnaval de 2018, comparativamente aos anteriores?</b>	
<b>PCM</b>	“O Carnaval de 2018 foi mais uma grande manifestação de folia, com uma afluência de público bastante positiva; Um dos fatores que contribuiu de forma significativa... foi o estado do tempo.”
<b>PPr</b>	“Correu bem em todos os níveis: em termos de segurança, com menos evidências, com menos casos; O Carnaval tem neste momento um problema; Tem gente a mais e isso condiciona o bom funcionamento da organização do Carnaval; Este ano voltou a crescer e correu muitíssimo bem, portanto foi um ano muito positivo.”
<b>CRC</b>	“O Carnaval tem sempre uma componente que é a do tempo; A chuva é uma das coisas que prejudica, porque há pessoas que pensavam em vir e já não vêm; O sistema de bilheteira às vezes não funciona bem; Há problemas a serem resolvidos... é tanta gente e o curso às vezes em termos de organização não tem funcionado bem; O carro dos Reis, às vezes, só dá duas voltas; Podemos ganhar quilómetros retirando alguns carros espontâneos, os fotógrafos para zonas exteriores porque empatam muito, deslocar os carros das bifanas e das farturas, entre outros de forma a ganhar espaço para o curso e visitantes; Este ano, uma das preocupações da organização foi a segurança; Para o ano um dos objetivos é melhorar o espaço do curso.”
<b>RGC</b>	“Para nós correu muito bem. Ganhámos 3 prémios.”
<b>Q.11 Por que motivo usam a sátira social no Carnaval? E por que está relacionada com questões da atualidade?</b>	
<b>PPr</b>	“A sátira veio de tempos mais remotos em que o povo brincava com o poder, na altura com a monarquia; A sátira é um dos elementos que os torrienses souberam preservar; Hoje, o Carnaval faz uma sátira ao poder, àqueles que dominam, que mandam, tanto na área do poder, como na área social e do desporto; A sátira é um dos ingredientes do Carnaval e que nós mantemos e cultivamos como uma das imagens de marca.”
<b>CRC</b>	“A sátira está sempre presente... Já é tradição, é uma festa pagã, quer dizer é uma crítica. Está espelhada nos carros alegóricos... É uma crítica à política nacional e internacional; Na quarta-feira, no enterro do Carnaval à porta do tribunal, o Rei é julgado, porque se porta mal, acabando por ser cremado; Este julgamento é uma crítica social ligada à política e aos acontecimentos que se passam no concelho.”
<b>RGC</b>	“O Carnaval de Torres Vedras sempre usou esta altura para fazer sátira política e não só. O nosso Carnaval é muito isto, brincar com coisas mais sérias.”
<b>Q.12 Que critérios usam na escolha do tema do Carnaval? E porquê?</b>	
<b>PPr</b>	“Aquilo que nós tentamos ver no tema é se ele vai ser bom para a sátira e se vai ser inspirador para as máscaras, para os carros alegóricos e para o monumento que são as peças ou elementos de maior expressão da sátira; O tema é escolhido por nós, pela CMTV e pelas Associações de Carnaval.”
<b>Q.13 Como é feito o follow-up deste evento?</b>	
<b>PPr</b>	“Nós fazemos muitas reuniões parcelares com os vários parceiros do evento e eles próprios produzem relatórios de avaliação, como é o caso da Proteção Civil e da Delegação de Saúde; Depois, nós reunimos essas entidades todas e retiramos as notas principais, que são compiladas num documento final; O único documento que não é compilado é o da Proteção Civil por ser extenso; As coisas identificadas são implementadas, corrigidas, ou alteradas.”
<b>CRC</b>	“Quem trata disso é a Câmara e a Promotorres.”
<b>Q.14 O que pode ser modificado para melhorar o Carnaval de Torres Vedras?</b>	
<b>PCM</b>	“Numa organização desta natureza... há sempre aspetos que podem ser melhorados, adaptados ou corrigidos; Na sua generalidade... estamos no bom caminho para modernizarmos e adaptarmos o Carnaval às exigências atuais, quer a nível tecnológico, quer na vertente da segurança.”
<b>PPr</b>	“O que tem de ser feito para melhorar o Carnaval... é resolver o problema do excesso de pessoas... nomeadamente nos cursos e na parte da animação noturna; Este ano aumentámos os preços dos bilhetes, mas as pessoas vieram na mesma.”
<b>CRC</b>	“Para melhorar o Carnaval é preciso manter tudo o que já existe e é feito... e rezar para que não chova; Precisamos de espaço tanto de dia, como de noite... assunto muito difícil de resolver e extremamente complexo; Outra coisa difícil de resolver, a evolução da sociedade... dormem de dia e divertem-se à noite, contrariamente ao que acontecia antigamente.”
<b>RGC</b>	“O percurso tem de ser maior. Não sei como, mas acho que é uma situação a estudar.”

Quadro 11- Síntese das entrevistas (Continuação)

<b>Q.15</b>	<b>Quais as perspetivas de futuro?</b>
<b>PCM</b>	“Este evento é certamente aquele que tem o futuro assegurado; Mesmo, não havendo uma organização formal, o CTV não deixaria de acontecer; A CMTV tem ‘obrigação’ em continuar a investir na evolução e modernização do evento... a tomar decisões, sendo estas sustentadas sempre numa perspetiva de fortalecimento da marca que é o CTV.”
<b>PPr</b>	“As perspetivas de futuro são boas; As expectativas são que o Carnaval de Torres Vedras vai continuar a crescer, vai continuar a dignificar a cidade, o concelho, a região, vai continuar a ser uma imagem de marca e os torrienses vão continuar a poder sentir um orgulho muito grande no seu Carnaval; Do nosso lado, nós temos de encontrar soluções para este Carnaval de modo a evitar ter muita gente; Temos dificuldades em gerir o funcionamento dos corsos e a participação dos diferentes elementos nos corsos.”
<b>CRC</b>	“Arranjar mais parques de estacionamento; Melhorar tudo o que diga respeito à nossa festa; Alargar o recinto do evento que recebe cada vez mais pessoas.”
<b>RGC</b>	“O percurso tem de ser maior.”
<b>Q.16</b>	<b>Que importância acha que tem a vinda dos embaixadores para a economia local?</b>
<b>PCM</b>	“A presença... de representantes institucionais de outros países dão-nos a dimensão e o impacto para o exterior... e o interesse destes diplomatas em conhecer o evento, tornando-o um pacote turístico nos seus países de origem; Trabalhamos para a promoção do nosso território... das nossas tradições, dentro e fora de Portugal.”
<b>Q.17</b>	<b>Que tipo de apoio prestam à Promotorres para a dinamização do Carnaval?</b>
<b>PCM</b>	“A Câmara Municipal presta um apoio financeiro à empresa municipal e apoio logístico; Vários setores da Câmara acompanham o Carnaval... dois deles: o Serviço Municipal de Proteção Civil e a Área de Limpeza Urbana. O primeiro... em articulação com as demais entidades envolvidas no evento para garantir a segurança do mesmo. O segundo... a limpeza do recinto e dos espaços públicos.”
<b>Q.18</b>	<b>Qual a importância da sua presença para o Carnaval?</b>
<b>CRC</b>	“A Confraria... Foi criada no sentido de defesa das tradições do Carnaval e ao mesmo tempo organizar alguns eventos, como a chegada dos Reis, o enterro do Carnaval e tomar conta dos Reis; A Confraria é quem nomeia e escolhe os Reis.”
<b>RGC</b>	“Acho que o nosso grupo já é uma marca do nosso Carnaval, como tantos outros; A importância é principalmente por ser um dos grupos que se destaca pelo bom gosto das máscaras e pela alegria que transmite.”
<b>Q.19</b>	<b>O que fazem para preservar as tradições e a cultura do Carnaval?</b>
<b>CRC</b>	“É mantê-las, fundamentalmente, em tudo o que é possível; É manter a Rainha sendo um homem... coisa única na Europa e, provavelmente, no mundo; Manter os Reis, o cocote e os carros alegóricos e manter a chegada dos Reis apesar das transformações sociedade; Acho que isso tem feito a diferença.”
<b>RGC</b>	“Participando sempre como foliões torrienses sem imitações de outros Carnavais.”
<b>Q.20</b>	<b>Como é feita a escolha dos Reis do Carnaval?</b>
<b>CRC</b>	“A Confraria reúne e escolhe entre os vários cidadãos. Não pode ser qualquer pessoa. Tem de dar provas que tem perfil; Tem de saber falar e tem de saber muito sobre o Carnaval; São as figuras máximas daqueles dias e são eles que a televisão procura; Têm de obedecer a uma série de critérios e têm de representar muito bem o Carnaval, que apesar de ser uma paródia, tem de ser levada muito a sério.”
<b>Q.21</b>	<b>Há quanto tempo participa como grupo de Carnaval no Carnaval de Torres Vedras?</b>
<b>RGC</b>	“O grupo do Casalinhense existe desde 2000.”
<b>Q.22</b>	<b>Quantas horas dependem na confeção dos fatos de Carnaval?</b>
<b>RGC</b>	“Muitas horas. Nesse mês estamos reunidos todos os dias de 3 a 4 horas por noite.”
<b>Q.23</b>	<b>Quantas pessoas estão envolvidas neste grupo? Fazem-no sempre a título gracioso?</b>
<b>RGC</b>	“O grupo em si é sempre grande, mas em termos de confeção temos 2 pessoas que cortam, depois mais 2 a cozer à máquina e depois um grupo maior no trabalho manual; E trabalhamos todos gratuitamente.”
<b>Q.24</b>	<b>Como fazem a escolha das pessoas para o grupo? São apenas familiares e amigos, ou outras pessoas que se querem juntar a vocês?</b>
<b>RGC</b>	“Geralmente as pessoas entram em contacto comigo e mostram vontade de entrar no grupo; O único requisito que nós pedimos é que seja um bom folião.”

Fazendo uma análise geral às entrevistas conclui-se que todos os entrevistados valorizam o Carnaval e reconhecem que o mesmo contribui para a preservação das tradições culturais e para o desenvolvimento local, tendo impactos bastante significativos em termos económicos, sociais e culturais. Relativamente ao planeamento e organização do evento verificou-se que este passa por várias fases que ocorrem ao longo de todo o ano, envolvendo muitas pessoas e entidades da região de Torres Vedras.

### 6.1.2. Inquéritos por questionário

A análise dos resultados tem por base uma estatística descritiva, em que são analisadas medidas de tendência central e de localização como a média e frequência relativa das respostas, expressa em percentagens.

A amostra deste estudo é composta por 316 indivíduos, 68,4% (216) do sexo feminino e 31,6% (100) do sexo masculino (Figura 7 - Apêndice L).

Relativamente à faixa etária da amostra, as classes com maior representatividade foram a constituída por indivíduos com menos de 25 anos (n=109; 34,5%), seguida da classe dos 26 aos 35 anos (n=99; 31,3%) e da classe dos 36 aos 45 anos (69; 21,8%). As restantes classes apresentam valores muito menos significativos, como se pode observar na figura 1, o que permite inferir que tal facto se poderá dever ao caso de o questionário ter sido veiculado no *Facebook* e estes grupos etários mais velhos não terem acesso a este tipo de ferramenta.

Estes dados permitem concluir que o perfil dos inquiridos é caracterizado por serem na sua maioria do sexo feminino e com idades inferior a 36 anos.

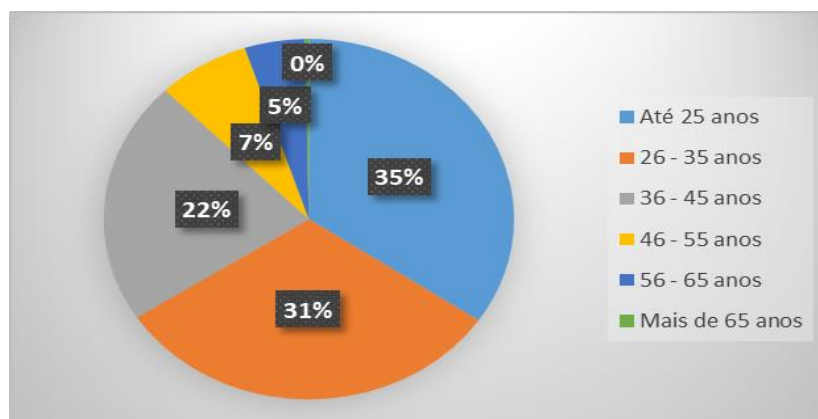


Figura 1 – Idade dos Inquiridos

Quanto à nacionalidade dos respondentes, 98,7% (312) são portugueses e apenas 4 são estrangeiros (Figura 8 e Quadro 18 - Apêndice L).

Em relação às habilitações literárias dos inquiridos (Figura 2), predominam os com o nível secundário (45,6%; n=144), seguidos dos licenciados (36,7%; n=116).

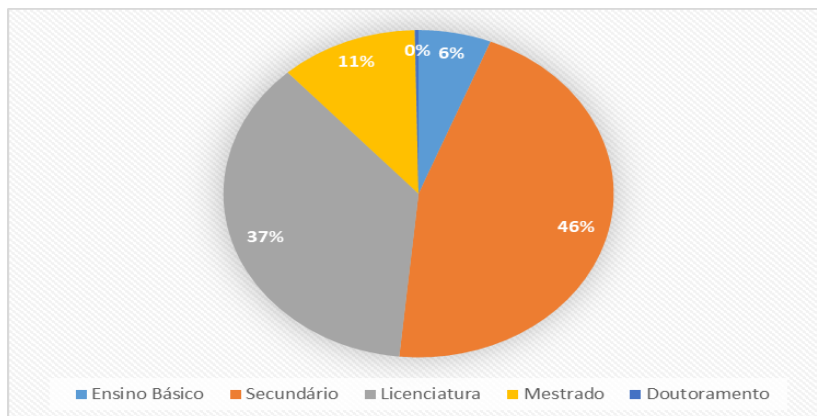


Figura 2 – Habilitações dos Inquiridos

Para além da nacionalidade, considerou-se pertinente averiguar a região de residência dos inquiridos, predominando os que residem no concelho de Torres Vedras (n=238; 75,3%). Os restantes distribuem-se por um número elevado de concelhos, destacando-se os de Lisboa (n=11; 3,5%), Mafra (n=9; 2,8%) e Sintra, Lourinhã e Alenquer (n=8; 2,5%) (Quadro 19 e Figura 9 - Apêndice L). A esta pergunta não responderam 4 dos inquiridos.

Quando questionados sobre quantas vezes cada inquirido participou no Carnaval de Torres Vedras, conclui-se que a esmagadora maioria dos inquiridos é participante regular, uma vez que 69,3% (219) participou em todas as edições e 21% (65), participou 5 a 9 vezes (figura 3).

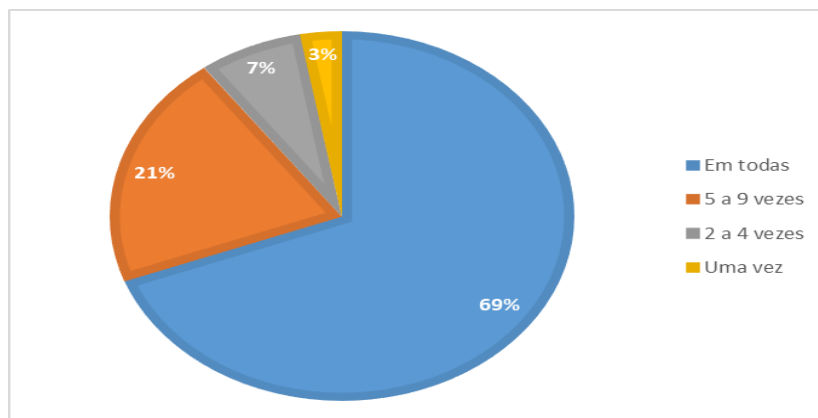


Figura 3 – Número de vezes que participou no CTV

Quando indagados sobre com quem se deslocaram ao Carnaval de Torres Vedras, 69,3% dos inquiridos (219) respondeu que foram com amigos, 16,5% com a família (52), 7,9% com a família e namorado(a) (25), 4,1% foram acompanhados do(a) namorado(a) (13) e 2,2% foram sozinho(a) (7) (figura 4).

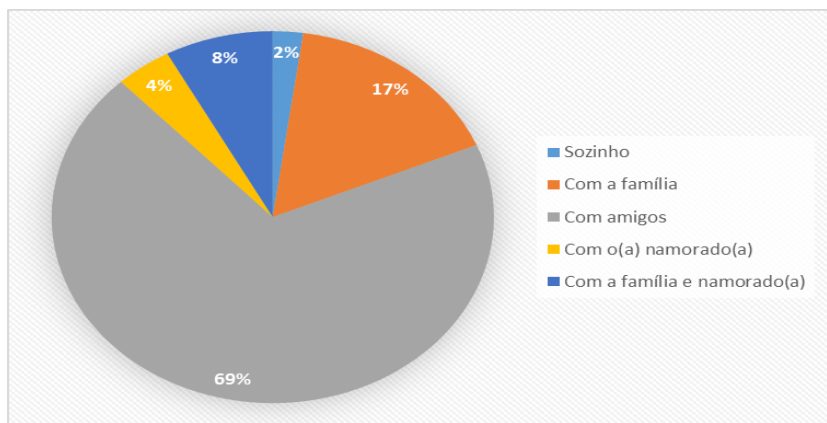


Figura 4 – Pessoas com quem foi ao CTV

Relativamente à pergunta, quantos dias participaram na edição de 2018 caso tenham ido, quase 75% dos inquiridos apresenta uma participação muito assídua, superior a 3 dias, destacando-se os que tiveram presença nos seis dias do evento (n= 157; 50,6%). Por sua vez, 24,5% foram quase sempre (4 a 5 dias – 76 inquiridos), 18,4% foram algumas vezes (2 a 3 dias – 57 inquiridos) e apenas 6,5% foram raramente (1 dia – 20 inquiridos) (figura 5).

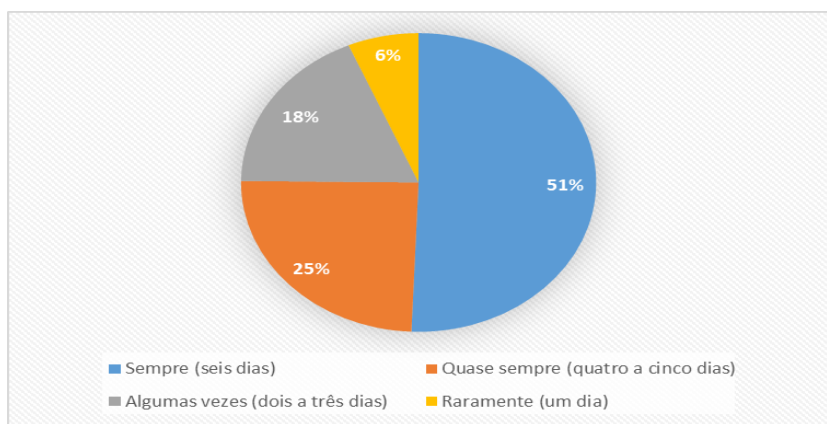


Figura 5 – Dias em que participou no CTV

Quando interrogados sobre a concordância da escolha do tema do Carnaval de Torres Vedras estar relacionado com as questões da atualidade (Figura 10 - Apêndice L), 36,4% dos inquiridos (115) concordam totalmente, 38% dos inquiridos (120) concorda, 20,6% dos inquiridos (65) não concorda nem discorda, 2,5% discorda (8) e 2,5% discorda totalmente (8). Conclui-se que a maioria dos inquiridos (74,4%) concorda que a escolha do tema do Carnaval esteja relacionada com questões da atualidade, enquanto apenas 5% dos indivíduos discorda.

Relativamente à importância do Carnaval para a promoção da imagem do concelho de Torres Vedras (Figura 11 - Apêndice L), 75,6% dos inquiridos (239) considera que é muito importante,

20,9% considera ser importante (n=66), 2,2% considera indiferente (n=7). Conclui-se assim que para a grande maioria dos indivíduos, o Carnaval é muito importante para promover a imagem do concelho de Torres Vedras, sendo que apenas 4 respondentes (1,2%) afirmaram não ser importante (0,9% considera pouco importante e 0,3% que não é nada importante).

Quando interrogados sobre a importância do Carnaval no desenvolvimento das tradições e cultura de Torres Vedras, 68,3% (n=215) respondeu que é muito importante e 25,4% (n=80) considera que é importante (Figura 6). Conclui-se assim que para os inquiridos o Carnaval é muito importante para o desenvolvimento da cultura e para manter as tradições do Concelho, sendo apenas 2,6% não considera importante.

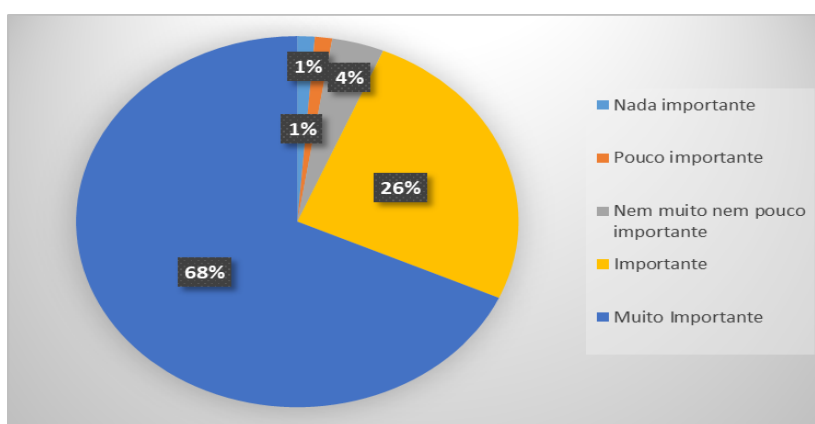


Figura 6 – Importância do Carnaval no desenvolvimento das tradições e cultura de Torres Vedras

Os inquiridos foram convidados a manifestar a sua opinião acerca do desenvolvimento socioeconómico do concelho relativamente ao Carnaval através de uma escala de *Likert* de cinco pontos, que mede o grau de acordo/desacordo em relação a essa medida (Quadro 9). Através dos dados obtidos (Quadro 20 - Apêndice L e Quadro 9) é possível verificar que os inquiridos referem como pontos fortes, que o CTV “oferece divertimento e proporciona troca de experiências”, que “promove a imagem do concelho”, que “desenvolve o turismo” e que “impulsiona a economia local” ( $X=4,25$ ; 4,20; 4,17; 4,09 respetivamente). Como pontos fracos, os inquiridos destacam que este não “melhora a qualidade de vida” nem “melhora as infraestruturas” ( $X=2,80$ ; 2,89 respetivamente). Nas variáveis “impulsiona a economia local”, “atrai investimento”, “promove a imagem do concelho”, “valoriza a comunidade local e preserva a cultura e tradições”, “desenvolve o turismo” “oferece divertimento e proporciona troca de experiências” e “estimula o relacionamento entre os residentes e os visitantes” observa-se que a moda apresenta valores elevados, uma vez que se situa nos 5 valores. Estes dados denotam que, para a maioria dos

inquiridos, o CTV tem um impacto bastante significativo no desenvolvimento socioeconómico do concelho de Torres Vedras.

Quadro 12 | Q12 – Em relação ao desenvolvimento socioeconómico, o CTV contribui para os seguintes aspetos

Q	Questão/Variável	n	1*	2	3	4	5	Mo	$\bar{x}$
12.1	Cria emprego	316	24	58	96	74	64	3,00	3,30
12.2	Melhora as infraestruturas locais (acessos, saneamento, apoio social)	316	39	85	102	51	39	3,00	2,89
12.3	Melhora a qualidade de vida das populações locais	316	46	71	127	45	27	3,00	2,80
12.4	Impulsiona a economia local	316	7	23	69	54	163	5,00	4,09
12.5	Atrai mais investimento	316	7	46	85	74	104	5,00	3,70
12.6	Diminui a sazonalidade	316	27	60	116	59	54	3,00	3,17
12.7	Promove as empresas e os negócios	316	8	55	79	92	82	4,00	3,59
12.8	Promove a imagem do concelho	316	4	20	60	57	175	5,00	4,20
12.9	Valoriza a comunidade local e preserva a cultura e tradições	316	5	20	75	87	129	5,00	4,00
12.10	Desenvolve o turismo	316	4	13	74	58	167	5,00	4,17
12.11	Oferece divertimento e proporciona troca de experiências	316	2	15	64	57	178	5,00	4,25
12.12	Estimula o relacionamento entre os residentes e os visitantes	316	6	26	85	73	126	5,00	3,91

Relativamente à dinamização do evento foi solicitado aos inquiridos que avaliassem o contributo do Carnaval, quanto aos seus aspetos menos positivos (Quadro 10). Observando os dados deste quadro e do quadro 21 (Apêndice L), verifica-se que para a maioria dos inquiridos, os aspetos mais negativos são “aumento do ruído”, “aumento e congestionamento do tráfego rodoviário e urbano” e “aumento da poluição ambiental” ( $X=3,68$ ; 3,62; 3,41 respetivamente), que correspondem às variáveis com maior moda (5 valores). Para os inquiridos, o CTV contribui pouco para a “destruição do património histórico e cultural”, “alteração dos valores da sociedade” e “desconforto nos moradores” ( $X=2,55$ ; 2,67; 2,93 respetivamente).

Quadro 13 | Q13 – Avalie o contributo do CTV em relação aos seguintes aspetos

Q	Questão/Variável	n	1*	2	3	4	5	Mo	$\bar{x}$
13.1	Aumento dos preços dos bens e serviços	316	33	72	98	87	26	3,00	3,00
13.2	Aumento da insegurança	316	26	71	48	114	57	4,00	3,33
13.3	Aumento do ruído	316	18	52	50	89	107	5,00	3,68
13.4	Aumento da poluição ambiental	316	24	63	73	72	84	5,00	3,41
13.5	Aumento e congestionamento do tráfego rodoviário e urbano	316	14	57	60	88	97	5,00	3,62
13.6	Alteração dos comportamentos individuais	316	27	69	78	98	44	4,00	3,20
13.7	Alteração dos valores da sociedade	316	61	78	106	46	25	3,00	2,67
13.8	Destruição do património histórico e cultural	316	73	90	82	47	24	2,00	2,55
13.9	Interferência nas rotinas diárias dos cidadãos de TV	316	33	59	86	79	59	3,00	3,23
13.10	Desconforto nos moradores	316	50	64	100	62	40	3,00	2,93

Quanto ao nível de satisfação face ao Carnaval de Torres Vedras (Quadro 11, Q 14 e Figura 12 – Apêndice L), a generalidade dos inquiridos apresenta um elevado nível de satisfação, já que a moda tem uma avaliação elevada (5 valores), o que corresponde a uma média de 4,35 ( $X=4,35$ ).

O elevado nível de satisfação para com o evento é confirmado com a resposta à questão sobre o desenvolvimento que o Carnaval traz a Torres Vedras (Quadro 11, Q 15 e Figura 13 – Apêndice L). Neste quadro, observa-se que a moda também é bastante elevada (5 valores), o que corresponde a uma média de 4,32. São poucos os inquiridos que se sentem insatisfeitos com o CTV.

Quadro 14 | Q14 e 15 – Variáveis de satisfação

Q	Questão/Variável	n	1*	2	3	4	5	Mo	$\bar{x}$
14	Nível de satisfação global com o Carnaval de Torres Vedras	316	2	4	25	135	150	5,00	4,35
15	Satisfação com o desenvolvimento que o Carnaval traz a Torres Vedras	316	2	8	31	120	155	5,00	4,32

\*1- Nada satisfeito; 2- Pouco satisfeito; 3- Indiferente; 4 - Satisfeito; 5- Muito satisfeito

Na penúltima questão, de resposta aberta, foi solicitado aos inquiridos que indicassem três questões a implementar pela organização do Carnaval, no sentido de melhorar o CTV. Dos 316 inquiridos, 11,4% (36) não responderam a esta pergunta ou disseram: “Não sei”. Entre as muitas sugestões dadas (Apêndice L - Quadro 22), as mais referidas foram:

- Aumentar o circuito, alargando o perímetro do curso de Carnaval (14,2%; n=45);
- Mais WC auto limpáveis e portáteis (6,3%; n=20);
- Mais estacionamento (5,4%; n=17);
- Mais apoio dos organizadores, ao longo do curso, para evitar que o cortejo esteja sempre a parar (4,7%; n=15);
- Maior segurança, sobretudo à noite” (4,4%; n=14);
- Bilhetes mais caros” (3,2%; n=10).

Na última questão foram solicitados comentários sobre o CTV, mas dos 316 inquiridos só 92 (29,1%) apresentaram comentários (Apêndice L - Quadro 23). Destes, os mais referidos foram:

- “Excelente”, “Espetacular” e “Adoro” (8,0%; n=25);
- “O melhor do Mundo!” (3,8%; n=12);
- “Ampliar o espaço do corço” (1,9%; n=6).

## 6.2. ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 6.2.1. Entrevistas

As entrevistas realizadas aos vários responsáveis pelo evento tiveram como objetivo geral da investigação: *Analisar e avaliar as diferentes fases de planeamento e gestão do evento Carnaval de Torres Vedras e analisar os seus impactos.*

Para o Presidente da CMTV (PCM), Presidente do Conselho de Administração da *Promotorres* (PPr) e para a responsável pelo Grupo Carnaval (RGC) o que distingue o Carnaval de Torres Vedras de todos os outros é um conjunto de originalidades que vêm do passado e se mantêm até aos dias de hoje, como é o caso das Matrafonas e o facto de os Reis de Carnaval serem homens. Outra das originalidades é o facto de ser um evento muito participativo, espontâneo e criativo, em que todos os visitantes podem interagir com quem está a desfilar, referem os entrevistados PPr e RGC. A alegria é de tal forma contagiante que faz com que quem visita o Carnaval fique fidelizado ao evento e o torne único, acrescenta o entrevistado RGC.

Analisando os dados denota-se que o CTV tem um grande impacto quer a nível económico, quer a nível social e cultural. No que diz respeito aos impactos económicos do CTV na comunidade local e regional, os entrevistados PPr e PCM mencionaram ter sido desenvolvido um estudo que calculou que o impacto na economia local ronda os 9 milhões de euros. Esse estudo foi realizado pelo Grupo de Investigação em Turismo (GITUR) do Instituto Politécnico de Leiria, sedado na Escola de Tecnologia do Mar em Peniche, em 2013, 2014 e 2015 (Dias *et al.*, 2017). O entrevistado PPr acrescenta que é também desenvolvido um estudo anual que avalia o impacto do evento a nível dos média, contabilizando esse impacto em dinheiro, chegando ao valor de 29,6 milhões de euros. Relativamente aos impactos culturais e sociais não são conhecidos estudos. No entanto, os entrevistados PPr e PCM referem ter a percepção de que o Carnaval é marcante no concelho e na região, porque se trata de um evento de grande dimensão, que tem grande impacto económico, grande abrangência e envolve muitas pessoas. Contudo, estas informações não permitem de todo aferir o impacto social e cultural. O entrevistado PCM refere que o impacto social e cultural é bem visível no Curso Escolar, já que este conta com cerca de 9 mil alunos do concelho, que começam a vivenciar estas experiências desde tenra idade. Embora não seja possível quantificar, garantem que o CTV tem elevada importância e impacto a nível social e cultural. O Carnaval é já uma marca da terra e da região, que atrai cada vez mais visitantes, afirma o entrevistado CRC. O entrevistado PCM acrescenta que a presença de embaixadores de outros países no CTV mostra a dimensão e o impacto que o evento tem para o exterior, o que o torna num pacote turístico, nos países de origem.

Os entrevistados são unânimes ao responder que, no que se refere ao planeamento, organização, preparação e responsabilidade do Carnaval, o evento está a cargo da Câmara Municipal de Torres Vedras e da *Promotorres*, sendo a Câmara responsável pela organização e a *Promotorres* pela produção. Por sua vez, estas duas entidades trabalham com outros parceiros, como é o caso das Associações de Carnaval (Confraria, Ministros, Matrafonas, Lúmbias, Fidalgos e Maria Cachuchas) e dos Grupos de Mascarados. Em termos operacionais contam ainda com o apoio dos Bombeiros, da PSP, da GNR, do Centro de Saúde e do Centro Hospitalar, que contribuem na área da segurança do evento, menciona o entrevistado PPr.

Com base nas respostas obtidas, verificou-se que o Carnaval é preparado ao longo de todo o ano. Tudo começa com a reunião de avaliação do evento que termina e que ocorre logo após o enterro do entrudo. Nesta reunião é feita uma reflexão sobre os aspetos que correram bem e sobre os que correram menos bem, a fim de que estes possam ser melhorados no futuro. Nesta fase preparam a escolha do tema para o ano seguinte. Os foliões dão sugestões através da página do *Facebook* do Carnaval e depois a Câmara, a *Promotorres* e as associações reúnem-se para a escolha do tema, que é anunciado entre maio/junho. Escolhido o tema são lançados os concursos para adjudicação das empresas que vão elaborar o monumento e os carros alegóricos. A partir de setembro/outubro, os trabalhos são intensificados no sentido de concretizar e operacionalizar o evento. Só um mês antes começam as confeções dos trajes do Carnaval, refere o CRC.

De acordo com os entrevistados PPr e PCM, o evento é financiado por investimento público e privado. A *Promotorres* recebe um apoio da Câmara no valor de 100 mil euros e o restante provem de receitas próprias (70% da venda de ingressos e 30% da exploração do recinto com a venda de alimentação e bebidas). A empresa conta ainda com um conjunto de situações de suporte e de espaços que aluga, com a venda da publicidade e com o patrocínio de uma cervejaria. A associação de Carnaval apenas recebe da Câmara trabalhos de apoio e as instalações e os Grupos de Carnaval recebem um subsídio para compra dos seus equipamentos.

Quanto à avaliação da organização do Carnaval, todos os entrevistados a referem como positiva. Para o entrevistado PPr, essa organização inclui muita gente e muitas entidades, mas os assuntos são tratados e negociados entre eles, sem serem muito impostos. Apesar da dimensão do evento ter uma logística pesada que implica muitos meios, este ano contou com um orçamento de 700 mil euros, o que é um valor bastante considerável. O entrevistado PCM acrescenta que a organização é cada vez mais profissional e composta por pessoas com experiência e conhecimento na área.

O que mais destacam como positivo neste evento é o convívio, a alegria e o facto de todas as pessoas, sejam de Torres ou não, gostarem e viverem o Carnaval com paixão, o que, segundo o

entrevistado PPr, cria um grande impacto nos foliões. O entrevistado PCM também destaca a segurança dos foliões, como aspeto positivo. Como aspeto menos positivo, a entrevistada RGC destaca a falta de som ao longo de todo o percurso do curso.

Através da análise das entrevistas foi possível verificar que a sátira é um dos ingredientes do CTV e que se mantém como uma das suas imagens de marca. A sátira é uma tradição antiga e os torrienses souberam preservá-la para brincar com coisas sérias. Neste contexto, o Carnaval faz uma sátira à política nacional e internacional, ao poder, aos que mandam e dominam, quer na área social quer no desporto. Essa sátira está espelhada nos carros alegóricos e no monumento do Carnaval.

Em relação ao Carnaval de 2018, todos os entrevistados são unânimes ao referir que correu bem. Em termos de segurança, o entrevistado PPr refere que houve menos evidências e menos casos. Apesar da chuva que caiu num dos dias do cortejo, o evento teve a maior enchente de sempre (cerca de 400 mil pessoas), o que é muito positivo. O entrevistado CRC refere que se não chovesse, o número seria maior. Acontece que para os entrevistados PPr e CRC o Carnaval neste momento é um problema porque tem gente a mais, o que condiciona o bom funcionamento da organização do evento e impede que o curso dê várias voltas ao recinto. Este é um problema que preocupa toda a organização do evento, mas que segundo os entrevistados é de difícil resolução.

O *follow-up* do evento é feito pela Câmara Municipal e pela *Promotorres* através de reuniões parcelares com os vários parceiros do evento. Estes elaboram relatórios de avaliação individuais, como é o caso da Proteção Civil e da Delegação de Saúde e depois as notas principais são compiladas num documento final quando se reúnem com a Câmara e a *Promotorres*. A partir daqui os aspetos identificados são implementados, corrigidos ou alterados, tal como refere o entrevistado PPr.

No sentido de melhorar o CTV, os entrevistados são unânimes em referir que é necessário encontrar soluções para melhorar o Carnaval, nomeadamente resolver o problema do excesso de pessoas e gerir de forma mais adequada o funcionamento do curso e a participação dos seus elementos. Os entrevistados CRC e RGC chegam a sugerir que é preciso alargar o percurso do curso, enquanto o entrevistado PPr menciona que estão a analisar e a discutir o assunto com os parceiros, no sentido de solucionar o problema. Este referiu ainda que este ano aumentaram o preço dos bilhetes para que a afluência dos visitantes não fosse tão grande, mas sem resultados. Outras soluções indicadas são a de arranjar mais parques de estacionamento e alargar o percurso do curso. Apesar de reconhecer que há aspetos a melhorar ou a corrigir, o entrevistado PCM afirma que estão a modernizar e a adaptar o Carnaval às exigências atuais, a nível tecnológico e de segurança.

Os entrevistados consideram ainda que o Carnaval vai continuar a crescer, a dignificar a cidade, o concelho e a região e a ser uma imagem de marca e o *ex-libris* da cidade, que muito vai honrar os torrienses e enchê-los de orgulho. Consideram que, mesmo que não haja organização formal, o evento não deixará de acontecer, porque está muito enraizado na tradição torriense.

Concluindo, na transcrição e análise das entrevistas verificou-se que os entrevistados apresentam discursos idênticos. Todos valorizam o Carnaval como um evento cultural que marca a diferença pela tradição e identidade cultural. É uma forma de dar continuidade à herança cultural e de os torrienses conservarem a sua história e memória do passado. Desta forma, a herança histórica, cultural e social é revivida pelos mais velhos da comunidade local, as crianças têm a oportunidade de contactar ao vivo com a história do passado e os jovens dão continuidade a essa identidade cultural (Marujo, 2015). Neste sentido, o que marca a diferença é a originalidade. De acordo com os entrevistados é a participação da comunidade no evento que contribui para a preservação das tradições culturais, faz com que esta festividade tenha um papel relevante no desenvolvimento local e na valorização das tradições e faz com que o evento seja um sucesso. Logo, este tipo de eventos culturais depende da comunidade local, já que é ela que fortalece a autenticidade e a identidade cultural do evento (Marujo, 2015; Dias *et al.*, 2017).

Assim sendo, para os torrienses, o Carnaval é um fator de coesão social e de companheirismo que tem como objetivo o entretenimento, a integração dos visitantes e a manutenção e valorização da cultura, de modo a garantir as tradições identitárias às gerações futuras.

Quanto à organização e planeamento do Carnaval, confirmou-se que este implica muitas pessoas e entidades e ocorre ao longo de todo o ano, pois passa por várias etapas fundamentais para a preparação e concretização do mesmo.

Relativamente ao impacto do Carnaval na economia local verificou-se que este é grande e bastante positivo, tendo sido comprovado por um estudo de impacto económico realizado, em 2013, 2014 e 2015, pelo GITUR do Instituto Politécnico de Leiria (Dias *et al.*, 2017). Apesar de não haver estudos que quantifiquem o impacto deste evento a nível social e cultural, confirmou-se que o mesmo é importante pela sua abrangência e pelo impacto que causa nos meios de comunicação social e assume-se como imagem de marca do concelho de Torres Vedras.

Constatou-se também que os organizadores do Carnaval consideram que as perspetivas de futuro são boas, embora alguns deles reconheçam que é necessário arranjar soluções para resolver o problema do crescente aumento de visitantes.

### 6.2.2. Inquéritos por questionário

Uma maioria significativa dos respondentes ao questionário reside no concelho de Torres Vedras (75,3%), ou em outros na proximidade (Q5). Destaca-se um elevado índice de participação e fidelização ao evento do Carnaval, uma vez que cerca de 69,3% dos inquiridos admitiu participar no Carnaval desde sempre, 20,6% referiu ter participado 5 a 9 vezes e 50,6% dos inquiridos mencionou ter participado nos seis dias do evento (Q8). Estes dados confirmam a opinião de Dias (2017: 93) ao referir que “no Carnaval de Torres Vedras, constata-se (...) um elevado grau de fidelidade conjugado com a atração de novos públicos”.

A maioria dos inquiridos (69,3%) participa no Carnaval acompanhado por amigos e 56,3% afirma que este evento oferece divertimento e proporciona troca de experiências, sendo ainda relevante o facto de muitos o avaliarem como “único” e “espetacular” (Q7).

Relativamente à pertinência do tema do Carnaval estar relacionado com questões da atualidade, 74,4% concorda com a escolha, o que permite concluir que gostam de ver os problemas que mais afligem o país e o mundo retratados no Carnaval, através da sátira social e política (Q9).

Para 96,5% dos inquiridos, o Carnaval é importante para a promoção da imagem e do concelho e para 93,7% o evento é importante para o desenvolvimento das tradições e da cultura (Q10 e Q11). Estes resultados atestam a opinião de alguns dos autores referidos no enquadramento teórico, como Getz (2005), Marujo (2015), Gonçalves e Umbelino (2017), entre outros, isto é, os aspetos culturais de cada localidade ou região são elementos que valorizam os destinos e catalisadores dos eventos, daí que a cultura seja fundamental na escolha de um destino (Marujo, 2015).

Na perspetiva dos inquiridos, o CTV tem impactos bastante significativos e positivos a nível socioeconómico, já que dos doze indicadores apresentados, nove obtiveram a concordância da maioria dos inquiridos (Q 12). Neste contexto, os inquiridos concordam que o CTV “Oferece divertimento e proporciona troca de experiências”, “Promove a imagem do concelho”, “Estimula o relacionamento entre os residentes e os visitantes”, “Valoriza a comunidade local e preserva a cultura e tradições”, “Impulsiona a economia local”, “Atrai mais investimento”, “Promove as empresas e os negócios” e “Cria emprego”. A maioria dos inquiridos apenas não concorda que o Carnaval “Melhore as infraestruturas locais (acessos, saneamento e apoio social)”. Assim sendo, é possível afirmar que a comunidade em geral tem perceção do evento face aos seus impactos socioeconómicos, o que vai ao encontro dos resultados apresentados por vários estudos a nível nacional e internacional (Hall; 1992); Getz; 1997; Allen *et al.*, 2002; Bowdin *et al.*, 2002; Bowdin, 2006; Marujo, 2015; Gonçalves e Umbelino, 2017; Dias *et al.*, 2017). Neste sentido, é possível afirmar que o CTV é uma mais-valia para a comunidade local.

Em relação aos impactos negativos, a maioria dos inquiridos concorda que o CTV contribui para o aumento “dos preços dos bens e serviços”, “do ruído” e “da insegurança”. Contudo, não concordam que o Carnaval contribua para o “Desconforto dos moradores”, que “Destrua o património histórico e cultural” e que “Altere os valores da sociedade” (Q13). Estes resultados permitem afirmar que a população também tem perceção dos impactos negativos provocados pelo evento, estando em concordância com vários estudos analisados na revisão bibliográfica (Hall, 1992; Getz, 1997; Allen *et al.*, 2002; Bowdin *et al.*, 2002; Rodrigues, 2012).

Perante os resultados apresentados, no que diz respeito à perceção dos impactos socioculturais dos inquiridos, é possível concluir que apesar de os impactos negativos serem relevantes, os respondentes consideram que o evento tem consideravelmente mais impactos positivos para a comunidade local do que negativos. De destacar ainda que a maioria dos inquiridos revelou níveis de satisfação elevados com o evento, com 87,1% a afirmar estar satisfeito com o CTV e com o desenvolvimento que o Carnaval traz ao concelho (Q14).

Na pergunta aberta, os inquiridos sugeriram vários aspetos pertinentes a implementar pela organização do CTV (Q 16). Algumas das sugestões apontadas, e que foram apresentadas no ponto anterior, vão ao encontro das preocupações mencionadas pelos organizadores do evento. Isto demonstra que a população tem plena perceção das limitações do evento, tal como os organizadores e as associações do Carnaval.

A concluir o questionário alguns dos inquiridos (29,1%) acrescentaram comentários sobre o Carnaval de Torres Vedras. Como pontos fortes 18,0% dos inquiridos citaram: “O melhor do Mundo!”, “É espetacular!”, “Excelente!” entre outros. Como pontos fracos do evento indicaram ser necessário “Ampliar o espaço do curso” entre outros (11,1%) (Q17).

A generalidade dos respondentes considera que o Carnaval é muito importante para a promoção da imagem do concelho de TV e para o desenvolvimento das tradições e da cultura, já que é uma forma de preservar a herança e identidade cultural de um povo. Por ser único, genuíno e não copiar os outros carnavais é considerado o “mais Português de Portugal” e um momento de grande convívio e diversão. Como refere Marujo (2015), através dos eventos culturais as tradições são relembradas, apreendidas pelos mais novos e observadas pelos visitantes.

### **6.2.3. Observação direta**

Através da observação direta foi possível constatar a relação interativa que se proporcionou entre os participantes no evento e os visitantes, apurar o interesse destes na descoberta cultural do

evento, provar de que modo os torrienses defendem a festividade preservando-a e promovendo-a e analisar o trabalho que está por detrás do evento (Apêndice E).

Ao longo do curso de Carnaval a animação era enorme e contagiante. A interação entre os participantes e os visitantes era tal que a certa altura era difícil perceber quem eram uns e quem eram os outros. As ruas estavam de tal forma repletas de pessoas animadas que era difícil o cortejo avançar. Todos cantavam, dançavam, divertiam-se e socializavam (Anexo V - Figuras 33 e 35).

Em conversa com alguns dos visitantes foi possível verificar que estavam satisfeitos com a festividade e diziam que iriam repetir no próximo ano. Afirmavam que, de facto, o CTV nada tinha a ver com os outros carnavais, pois era original e único. As Matrafonas, os Reis de Carnaval e os carros alegóricos são presença obrigatória e imagem de marca do Carnaval e é o que mais atrai os visitantes.

Foi gratificante poder vivenciar o CTV. Toda a comunidade torriense vive o Carnaval de uma forma efusiva, como se dependessem do evento para sobreviver. Pessoas de vários grupos etários, todos se mascararam sem medo, sem vergonha, sem qualquer complexo, sem imitar os outros Carnavais e tudo fazem para que todos os presentes se sintam em casa e se divirtam. Desta forma preservam a tradição cultural, consolidam os hábitos e costumes e promovem o Carnaval. Muitos dos torrienses emigrantes regressam nesta época para poderem participar no evento, dizendo que o Carnaval faz parte da sua vida e que, por isso, sentem falta dele. Referem ainda que consigo trazem alguns amigos que também deliram com esta festividade e nela participam.

Segundo Marujo (2015), somente a comunidade local pode preservar e manter a verdadeira essência da cultura local ao ser envolvida no evento, uma vez que são os representantes da transmissão cultural e são os mais novos que dão continuidade a essa herança cultural e tem oportunidade de conviver com a história do passado.

Durante o estágio foi possível participar, observar e analisar parte do trabalho que está por detrás do evento. Este implica muitas reuniões para tratar da segurança do evento, dos DJs, dos comerciantes ambulantes, das empresas de confeção dos carros alegóricos, da segurança dos palcos, entre outros e muito trabalho de bastidores como tratar dos livre-trânsito, das pulseiras para os jantares e almoços das festas de Carnaval, entre outros.

Assim sendo, é de referir que o instrumento de observação direta foi uma mais-valia, uma vez que permitiu vivenciar e assistir ao evento, permitiu compreender como se organiza e discute algumas observações e táticas sobre o mesmo, permitiu perceber como são implementadas as boas práticas de gestão adequada de um evento e permitiu entender como refletir sobre as mesmas, o que contribuiu para a concretização dos objetivos propostos no presente estudo.

## **7. CONCLUSÃO**

### **7.1. ANÁLISE CONCLUSIVA**

O presente relatório foi desenvolvido com o intuito de analisar e avaliar as diferentes fases de planeamento e gestão do evento Carnaval de Torres Vedras, bem como analisar os seus impactos a nível socioeconómico e cultural. Para tal, apoiou-se na revisão da literatura e na investigação empírica, de modo a satisfazer os objetivos delineados no início deste estudo.

O turismo de eventos é um segmento do turismo que se encontra em franco crescimento e que gera movimento económico e social para os lugares onde se desenvolve. Os eventos contribuem para a preservação da identidade cultural das comunidades frente ao processo de globalização que cria muitos desafios.

Os eventos culturais desempenham um papel essencial no contexto social, cultural, político e económico de um país ou de uma região e funcionam como instrumentos de promoção para a imagem de uma localidade ou região e como destino turístico a ser consumido. Como produto turístico, são um excelente veículo para a produção de experiências e troca de valores, permitem atrair visitantes, melhoram a imagem do lugar, combatem a sazonalidade, movimentam a economia local e nacional, satisfazem a comunidade local, entre outros.

Através da caracterização geográfica, demográfica e turística do concelho de TV verificou-se que se trata de um concelho com grande potencial em termos turísticos, uma vez que dispõe de muitos recursos importantes, capazes de atrair muitos visitantes à região. Da análise efetuada aos recursos do concelho conclui-se que o território possui potencial turístico na vertente balnear, na existência de património natural, histórico, monumental e etnográfico, uma grande variedade de recursos naturais de qualidade para a prática de desporto de natureza, qualidade e diversidade paisagística e singularidade de recursos culturais que constitui um forte potencial no desenvolvimento turístico da região. Verificou-se que a cidade de Torres Vedras e a zona de Santa Cruz são as localidades distribuidoras de mais fluxos turísticos e onde têm lugar vários eventos de animação turística e cultural que contribuem para o sucesso das organizações turísticas e para o desenvolvimento do concelho e da região. Dos vários eventos realizados no concelho destaca-se o Carnaval, como estudo de caso desta investigação, por ser um evento bastante significativo, pela sua dimensão e impacto tanto a nível local, como nacional e internacional.

Constatou-se que o CTV tem vindo a crescer de ano para ano, tornando-se numa imagem de marca e um meio eficaz de marketing que projeta a cidade e o concelho de TV a nível nacional e

internacional. Falar do CTV é falar da paixão de um povo pelos seus valores e tradições que perduram até aos dias de hoje.

Comprovou-se que o CTV é muito importante para a promoção da imagem do concelho e para o desenvolvimento das tradições e da cultura, uma vez que preserva a herança e a identidade cultural de um povo, oferece divertimento e proporciona troca de experiências. Por ser único e genuíno é considerado o “mais Português de Portugal” e um momento de grande convívio e alegria.

O que distingue o CTV de todos os outros é um conjunto de originalidades que vêm do passado e se mantém nos dias de hoje e o facto de ser um evento bastante participativo, espontâneo e criativo. É a participação da comunidade local e a alegria contagiante que fazem com que o Carnaval seja um sucesso, que os visitantes fiquem fidelizados ao evento e o tornem único.

O CTV é preparado ao longo de todo o ano e, como evento cultural de grande envergadura, faz parte do quotidiano dos torrienses e está sempre presente no planeamento anual da Câmara e da *Promotorres*. Contudo, é a partir de setembro/outubro que os trabalhos se intensificam no sentido de operacionalizar e concretizar o evento, tanto a nível das escolas como a nível das empresas. A segurança do evento, da publicidade, dos palcos e espaços noturnos e dos postos de socorro ocorrem só nos meses que antecedem o Carnaval, através de reuniões com os órgãos competentes da região.

Sendo planeado e organizado pela Câmara Municipal de TV e pela Empresa Municipal *Promotorres* conta com o apoio de vários parceiros e de várias entidades que têm um papel ativo e muito importante na organização do evento, no que diz respeito à segurança, à manutenção das tradições e costumes, nos atos oficiais do Carnaval e no acompanhamento dos Reis de Carnaval.

Da análise dos dados aferiu-se que a comunidade revelou ter perceção do evento face aos impactos socioeconómicos e culturais, uma vez que afirmaram que o CTV tem impactos bastante significativos e positivos a nível socioeconómico e cultural, o que é uma mais-valia para o concelho e para a região de Torres Vedras. Segundo eles, o Carnaval promove a imagem do concelho, atrai investimento, cria emprego, promove as empresas locais, oferece divertimento, proporciona troca de experiências e estimula o relacionamento entre os residentes e os visitantes.

No ano de 2018, o evento atingiu um número recorde de cerca de 400 mil visitantes. Estes contribuíram, de forma direta, para a economia local, num valor real próximo dos 10 milhões de euros. De forma indireta, o evento teve um impacto indireto em termos de média de cerca de 29,6 milhões de euros, que corresponde ao valor que seria necessário para promover a região e o evento.

Em relação aos impactos negativos verificou-se que o CTV aumenta a insegurança, o ruído, o congestionamento do tráfico rodoviário e urbano, entre outros. Contudo, apurou-se que os impactos positivos são muito superiores aos negativos.

Apesar de não haver estudos que quantifiquem os impactos sociais e culturais, estes são marcantes no concelho e na região pela dimensão do evento, pelo impacto económico local e pela abrangência de público que atrai, sendo visível no Corso Escolar, que conta com a presença de cerca de 9 mil crianças e jovens das escolas do concelho e que, desde muito cedo, vivenciam estas experiências e as transmitem às gerações futuras.

A comunidade em geral revelou estar satisfeita com o Carnaval e com o desenvolvimento que este traz ao concelho de TV. Denota-se um elevado índice de fidelização ao evento, o que revela interesse pessoal e lealdade a este tipo de festividade. Os inquiridos concordam que a escolha do tema esteja relacionada com questões da atualidade, uma vez que gostam de ver os problemas do país e do mundo retratados no Carnaval através da sátira social e política. É uma forma de brincar com coisas sérias.

De forma a melhorar o evento foram apresentadas, pelos inquiridos, algumas sugestões pertinentes, a implementar pela organização, e que vão ao encontro das preocupações mencionadas pelos organizadores, já que estes referiram que o seu maior problema tem a ver com o excesso de pessoas e a segurança destas. Neste sentido, foi sugerido também pelos inquiridos: alargar o percurso do curso; arranjar mais parques de estacionamento; arranjar transportes alternativos para a deslocação até ao evento e colocar som ao longo de todo o percurso do curso.

A realização deste estudo permite concluir que as perspetivas futuras são boas. O Carnaval continuará, provavelmente, a crescer e a dignificar o concelho de TV e os torrienses e atrairá cada vez mais visitantes e turistas, sobretudo jovens que são os que imortalizam as tradições e a identidade cultural. O estudo mostra também que este tipo de eventos é extremamente importante no desenvolvimento sustentável de uma cidade ou região, pela projeção, visibilidade e atratividade que concede. Quando bem planificados e geridos são uma boa estratégia de desenvolvimento sustentável e de promoção para os locais onde se realizam.

Relativamente aos objetivos definidos, podemos considerar que o geral foi alcançado. No que se refere aos cinco objetivos específicos, no geral também foram atingidos, embora algumas limitações de tempo e recursos não permitissem ir tão longe como desejado. Temos o caso do último objetivo: (i) desenvolver propostas de melhoria do evento. Um estudo mais alargado e com maior disponibilidade de recursos e de tempo teria possibilitado uma melhor consecução deste objetivo.

Quanto ao primeiro objetivo específico: *enquadrar historicamente o Carnaval e verificar a sua importância para a cultura*, fez-se o enquadramento histórico do CTV, tendo por base a bibliografia e, através dos inquéritos à população em geral e das entrevistas aos responsáveis pelo evento, constatou-se que o CTV é muito importante para a cultura da região na medida em que contribui para a manutenção e valorização das tradições culturais.

Relativamente ao segundo objetivo específico: *analisar as diferentes fases do evento do Carnaval de Torres Vedras*, constatou-se, através das entrevistas realizadas e através da observação direta, que o planeamento e organização do evento passa por várias fases. Estas ocorrem ao longo do ano e implicam muitas pessoas e entidades, no sentido de operacionalizar e concretizar o evento.

Quanto ao terceiro objetivo específico: *aferir qual o impacto do evento a nível económico e social*, comprovou-se, através dos inquéritos e entrevistas realizados, que o CTV tem um grande impacto económico na cidade e no concelho. O Carnaval atrai cerca de 400 mil visitantes e apresenta um importante impacto económico, cultural e social. Apesar do importante impacto a nível da promoção do destino e na atração de visitantes, não foi possível quantificar o impacto a nível do setor do turismo.

Em relação ao quarto objetivo específico: *compreender qual a perceção da comunidade relativamente ao impacto do Carnaval de Torres Vedras*, confirmou-se que a comunidade em geral tem perceção dos impactos do CTV no concelho, uma vez que quando solicitados a avaliar os vários indicadores relativos ao impacto do evento, a maioria dos inquiridos concordou com nove dos doze indicadores apresentados. Os inquiridos também identificaram os aspetos menos positivos do evento e apresentaram sugestões de melhoria.

## **7.2. LIMITAÇÕES DO ESTUDO E PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO**

As principais limitações deste estudo resultam de alguma dificuldade em encontrar certas informações relevantes ao desenvolvimento e consolidação deste trabalho, relacionadas com o estudo de caso. Apesar de existir informação pertinente sobre o Carnaval, alguns dados nunca foram registados e documentados, o que torna difícil obter certas informações. Além disso, as obras literárias editadas pela CMTV sobre a cidade e o concelho, apresentam algumas discrepâncias de dados e a maioria delas é muito datada e possui informação desatualizada. Houve também algumas limitações associadas ao questionário, que tinham como base uma amostra representativa, mas que podem não ter a representatividade desejada, por não terem sido aplicados durante o evento, por motivos que se prenderam com a gestão de disponibilidades, considerando o tempo e as tarefas definidas no estágio realizado na entidade organizadora do evento. Houve

ainda algumas limitações de tempo e nos recursos para poder desenvolver um estudo mais aprofundado, que pudesse estudar de forma mais precisa os vários impactos do evento.

No que diz respeito a futuras investigações seria interessante fazer um estudo sobre o impacto social e cultural do Carnaval no concelho de Torres Vedras, devido à escassez de informação a cerca do assunto. Também seria interessante fazer um estudo comparativo entre dois eventos realizados na mesma região, por forma a determinar qual deles gera um maior impacto junto da população. O objetivo desse trabalho seria verificar se o impacto social está relacionado com o planeamento desse evento (ex. quanto mais detalhado for o planeamento, melhor será o evento e mais impacto terá). Como objeto de estudo, poder-se-ia novamente analisar o CTV e compará-lo com um dos recentes eventos criado na região: O Carnaval de Verão de Santa Cruz.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, A. (2013). *O Papel dos Eventos Turísticos nos Empreendimentos Turísticos e nas Unidades de Restauração e Bebidas na Cidade de Torres Vedras: O Caso do Carnaval*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Departamento de Turismo, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Allen, J., O’toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. (2003). *Organização e Gestão de Eventos* (2.<sup>a</sup> ed.). Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Allen, J., O’Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. (2002). *Festival and special event management*. Sydney: John Wiley & Sons Australia, Lda.
- Almeida, A. (2016). O Carnaval de Torres Vedras enquanto Manifestação Cultural Imaterial. In Silva, C. (Coord.). *Carnaval: História e Identidade*. (pp. 127-170). Torres Vedras: Edições Colibri, CMTV, Instituto Alexandre Herculano.
- Almeida, J. (2013). *Gestão de eventos desportivos: o controlo de multidões e os seus intervenientes na segurança dos estádios*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Faculdade de Motricidade Humana.
- Almeida, P. & Araújo, S. (2012). *Introdução à Gestão de Animação Turística*. Lisboa: Edições Lidel.
- Alves, L. (2017). *Termas dos Cucos – Torres Vedras/Portugal*. Disponível em: <http://luciahaves.blogspot.pt/2017/05/termas-dos-cucos-torres-vedras-portugal.html> [Consultado a 17/03/2018].
- Ashworth, G. (1995). Managing the Cultural Tourist. In Ashworth, G. & Dietvorst, A. (Ed.). *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning* (pp. 265-284). UK: Cab Internacional.
- Bahl, M. (2003). *Turismo: Enfoques Teóricos e Práticos*. São Paulo, Brasil: Roca.
- Bakhtin, M. (1981). *Problemas da Poética de Dostoiévski*. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Bakhtin, M. (1999). *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec/UnB.
- Barros, J. e Costa, S. (2002). *Festas e Tradições Portuguesas*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Bell, J. (1993). *Como Realizar um Trabalho de Investigação* (5.<sup>a</sup> ed.). Lisboa: Editora Gradiva.

- Bernardes, C. (2015). *As Linhas de Torres Vedras: um destino turístico estratégico para Portugal*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa.
- Bianchini, F., Parkinson, M. (1993). (Orgs.). *Cultural policy and Urban Regeneration*. The West European Experience. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Bowdin (2002) Bowdin, G., Ncdonnell, I., Allen, J. & O´Toole, W. (2002). *Events management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bowdin, G., Allen, J., O´toole, W., Harris, R. & MacDonnell I. (2006). *Events Management*. Great Britain: Elsevier.
- Câmara Municipal de Torres Vedras. (2014). *Termas dos Cucos*. Disponível em: <http://www.cm-tvedras.pt/cultura/identidade/?id=2534> [Consultado a 17/03/2018].
- Câmara Municipal de Torres Vedras. (2018a). *Torres Vedras*. Disponível em: <http://www.cm-tvedras.pt/municipio/concelho/> [Consultado a 20/01/2018].
- Câmara Municipal de Torres Vedras. (2018b). *Plano Estratégico de Turismo Sustentável – PETS 2020*. Disponível em: <http://www.cm-tvedras.pt/turismo/plano-estrategico-de-turismo-sustentavel/> [Consultado a 18/02/2018].
- Câmara Municipal de Torres Vedras. (2018c). *Festas e Eventos*. Disponível em: <http://www.cm-tvedras.pt/turismo/festas-e-eventos/eventos-2/> [Consultado a 20/01/2018].
- Carmo, H. e Ferreira, M. (1998). *Metodologias de Investigação*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Carnaval de Torres Vedras. (2016). Disponível em: [www.carnavaldetorres.com](http://www.carnavaldetorres.com) [Consultado a 03/06/2018].
- Carneiro, E., Oliveira, S. e Carvalho, K. (2010). Turismo Cultural e Sustentabilidade: Uma relação Possível?. *Turismo Cultural*, 4 (1), 04-22
- Carvalho, G. (2017). Turismo Cultural. In Silva, F. e Umbelino, J. (Coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. (Cap. 26, pp. 363-376). Lisboa: Lidel.
- Clark, G. (2006). *City Marketing and Economic Development*. Madrid: International City Marketing Summit.
- Cunha, L. e Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* (5.ª ed.). Lisboa: LIDEL – Edições Técnicas, Lda.

- Dias, F., Ramos, D. & Martins, R. (2017). *Estudo de Impacto Económico e Mediático do Carnaval de Torres Vedras*. Leiria: Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar - IP Leiria.
- Evans, N. (2015). *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events* (2.<sup>a</sup> ed.). Londres: Routledge.
- Fernandes, A. (2014). *O Plano Estratégico para o Concelho de Oeiras e os eventos culturais: O caso do Palácio do Marquês de Pombal*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Ferrari, S. (2013). An experiential approach to differentiating tourism offers in culture heritage. In Richards, Greg, Smith, Melanie (Eds). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. (pp. 383 – 389). New York: Routledge.
- Ferreira, C. (2004). Grandes Eventos e Revitalização Cultural das Cidades – Um ensaio problematizante a propósito das experiências da Expo’98 e da Porto 2001. *Territórios do Turismo*, 2. Coimbra: Centro de Estudos Sociais e Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.
- Figueiredo, H. (2013). *O papel da Animação Turística na programação de atividades complementares ao alojamento: proposta de modelo de intervenção*. Dissertação de Mestrado. Tomar: Escola Superior de Gestão de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism* (2.<sup>a</sup> ed.). New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 29 (3), 403-28.
- Getz, D. (2009). *Event Studies: Theory, research and policy for planned events* (2.<sup>a</sup> ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Goldblatt, J. (2002). *Special Events: twenty-first century global event management*. New York: John Wiley & Sons.
- Gonçalves, A. (2003). *A Componente Cultural do Turismo Urbano como oferta complementar ao produto “sol e praia”: o caso de Faro e Silves*. Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospetiva Económica e Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo.

- Gonçalves, S. e Umbelino, J. (2017). Os Eventos e a Animação Turística. In Silva, F. e Umbelino, J. (Coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. (Cap. 26, pp. 363-376). Lisboa: Lidel.
- Hall, C. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*. London: Belhaven Press.
- Instituto Nacional de Estatística. (2011). *Censos 2011*. Disponível em: <http://mapas.ine.pt/map.phtml> [Consultado a 10/05/2018].
- Ivanovic, M. (2009). *Cultural Tourism*. Cape Town: Juta & Company.
- Jago, L. & Shaw, R. (1998). Special Events: A Conceptual and Differential Framework. *Festival Management & Event Tourism*, 5, 21-32.
- Julião, L. (2013). *Cidade, Cultura e Turismo: O Impacto Turístico em Guimarães Capital Europeia da Cultura 2012*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Lusa. (2017). *Uma cronologia dos bens portugueses inscritos na lista do Património Mundial*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/12/07/culturaipilon/noticia/principais-datas-das-classificacoes-nacionais-como-patrimonio-mundial-1795202> [Consultado a 05/07/2018].
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist. *American Journal of Sociology*, 79 (3), 26-28. Califórnia: University of California.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Mcmillan.
- Marques, P. (2005). *A Importância dos Grandes Eventos na Promoção da Imagem e Consolidação dos Destinos Turísticos: O Euro 2004 em Portugal*. Dissertação de Mestrado. Aveiro: Departamento de Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.
- Marujo, N. & Carvalho, P. (2010). Turismo, Planeamento e Desenvolvimento sustentável. *Turismo & Sociedade*, 3 (2), 147-161. Curitiba.
- Marujo, N. (2014). Turismo e Eventos Culturais: A Festa da Flor na Ilha da Madeira e as Motivações dos Turistas. *Investigaciones Turísticas*, 7, 71-86.
- Marujo, N. (2014). Turismo e Eventos Especiais: A Festa da Flor na Ilha da Madeira. *Tourism & Management Studies*, 10 (2), 26-31. Évora: Departamento de Sociologia da Escola de Ciências Sociais, Universidade de Évora.

- Marujo, N. (2015). O Estudo Académico do Turismo Cultural. *TURyDES – Revista Turismo y Desarrollo local*, 8 (18). Évora: Universidade de Évora.
- Marujo, N. (2015). *Turismo, Turistas e Eventos: Da Teoria à Prática*. Castelo Branco: RVJ Editores.
- Matias, A. & Sardinha, R. (2008). *Avanços em Economia e Gestão do Turismo: Novas Tendências, Sustentabilidade e Desenvolvimento Regional*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Matias, M. (2001). *Organização de Eventos, Procedimentos e Técnicas*. São Paulo: Manole.
- Matos, A. (2014). *A Importância dos Eventos no Desenvolvimento Turístico-Cultural de Cidades de Média Dimensão: Coimbra 2003, Capital da Cultura*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Matos, V. (2007). *Carnaval de Torres Vedras: Uma História com Tradição* (2.<sup>a</sup> ed.). Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras.
- Michonneau, P. (2016). BuzzFeeD. *38 Facts You May Not Have Known About Disneyland Paris*. Disponível em: [https://www.buzzfeed.com/bullo/were-going-to-disneyland-paris?utm\\_term=.qv0B108IK#.yvvjdprE3](https://www.buzzfeed.com/bullo/were-going-to-disneyland-paris?utm_term=.qv0B108IK#.yvvjdprE3) [Consultado a 05/07/2018].
- MindMiners. (2018). *O que é a Margem de Erro e Nível de Confiança: entenda cada um dos conceitos*. Disponível em: <https://mindminers.com/pesquisas/o-que-e-margem-de-erro-nivel-de-confianca> [Consultado a 20/07/2018].
- Miranda, D. (1997). Carnavalização e Multidentidade Cultural: Antropofagia e Tropicalismo. *Tempo Social*, 9 (2), 125-154. S. Paulo: Universidade de S. Paulo.
- Moletta, V. (1998). *Turismo Cultural*. Porto Alegre: Sebrae/RS.
- Monteiro, M. (2011). *As Linhas de Torres Vedras: Um Sistema Defensivo a Norte de Lisboa*. Lisboa: Edições Plataforma Intermunicipal para as Linhas de Torres.
- Município de Arruda dos Vinhos. (2018). *GR30 – Grande Rota das Linhas de Torres*. Disponível em: <http://www.cm-arruda.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=6b0199ee-52df-4289-96a7-e6211c8c79c2> [Consultado a 20/05/2018].
- Município de Torres Vedras. (2016). *Estratégia Municipal de Adaptação às Alterações Climáticas*. Disponível em: [http://climadapt-local.pt/wp-content/uploads/2017/01/EMAAC\\_Torresvedras\\_re.pdf](http://climadapt-local.pt/wp-content/uploads/2017/01/EMAAC_Torresvedras_re.pdf) [Consultado a 20/05/2018].

- Neves, J. (2012). *O Papel dos Eventos no Reforço da Atratividade Turística de Cabo Verde: O caso da cidade da praia*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Oliveira, M. (2014). *A Influencia dos Eventos na Taxa de Ocupação Hoteleira: Study Case – Montebelo Viseu Hotel & Apa*. Relatório de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Paulo, M. (2015). *Carnaval de Torres Vedras: História e Identidade*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Peres, R. e Rita, P. (2017). *Marketing e Comunicação dos Destinos*. In Silva, F. e Umbelino, J. (Coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. (Cap. 26, pp. 363-376). Lisboa: Lidel.
- Pérez, X. (2009). *Turismo Cultural: Uma visão antropológica*. (N.º 2). Tenerife: Colección Pasos Edita.
- Pérez, X. (2009). *Turismo cultural: Uma visão antropológica*. ACA y PASOS, RTPC. Tenerife, Espanha: El Sauzal.
- Pinto, R. e Veiga, A. (2005). *Torres Vedras: Na Esteira do Passado...* Lisboa: Héstia Editores.
- Pires, E. (2004). *As Inter-relações Turismo, Meio-ambiente e Cultura*. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança.
- Pires, M. (2004). *Teorias da Cultura*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Poit, D. (2006). *Organização de Eventos Esportivos* (4ª ed.). São Paulo: Editora Phorte.
- Portugal Num Mapa. (2014). *Zés Pereiras*. Disponível em: <https://www.portugalnummapa.com/zes-pereiras/> [Consultado a 06/08/2018].
- Posto de Turismo de Torres Vedras. (n. d.a). *Torres Vedras na primeira linha*. Torres Vedras: Edições da CMTV.
- Posto de Turismo de Torres Vedras. (n. d.b). *Torres Vedras*. Torres Vedras: Edições da CMTV.
- Posto de Turismo de Torres Vedras. (n. d.c). *Área de Paisagem Protegida das Serras do Socorro e Archeira*. Torres Vedras: Edições da CMTV.
- Promotorres E.M. (2014). *Promotorres EM*. Disponível em: <http://www.promotorres.pt/paginas/view/4> [Consultado a 08/01/2018].
- Puertas, X. (2004). *Animación en el Ámbito Turístico*. Madrid, Editorial Síntesis, S.A.

- Quivy, R. e Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (5.<sup>a</sup> ed.). Lisboa: Gradiva.
- Raj, R. & Musgrave, J. (2009). *Event Management and Sustainability*. UK: Leeds Metropolitan University.
- Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. (2009). *Events Management: An Integrated and Practical Approach*. Londres, U.K: Sage.
- Ralha, J. (2006). Carnaval de Torres: um relatório de processo. In Silva, C. (Coord.) *História das Festas*. (pp. 305-314). Torres Vedras: Edições Colibri, CMTV, Universidade de Lisboa.
- Ralha, J. (2016). À espera do carnaval de Torres: um curso por Lisboa, Porto, Nice e Torres Vedras, com um saltinho ao Rio de Janeiro (sem samba). In Silva, C. (Coord.). *Carnaval: História e Identidade*. (pp. 127-170). Torres Vedras: Edições Colibri, CMTV, Instituto Alexandre Herculano.
- Raposo, P. (2001). Imagens do Carnaval de Torres Vedras: processos de objetificação da cultura. In: *Turres Veteras III: Atas de História Contemporânea*. (pp. 199-209). Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras; Lisboa: Instituto de Estudos Regionais e do Municipalismo Alexandre Herculano.
- Raposo, P. (2003). *O Papel das Performances Culturais na Contemporaneidade: Identidade e Cultura Popular*. Dissertação de Doutoramento. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Ribeiro, J., Vareiro, L., Fabeiro, C. & Blas, X. (2005). Importância da Celebração de Eventos Culturais para o Turismo da Minho-Lima: Um Estudo de Caso. *Estudos Regionais*, 11, 61-76. Coimbra: Coimbra University Press.
- Richards, G. & Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization*. Amesterdam: Butterworth-Heinemann.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CAB International, Wallingford.
- Richards, G. (1996). Introduction: Culture and Tourism in Europe. In Richards, G. (ed.). *Cultural Tourism in Europe*. (pp. 3-17). Oxon: CAB International.
- Ritchie, J. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events. *Journal of Travel Research*, 23 (1).
- Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity*. Olympics and Expos in the Growth of Global Culture. London and New York: Routledge.

- Rodrigues, C. (2012). *O Turismo de Eventos Culturais em Lisboa: Santos Populares*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Rodrigues, C. et al. (1996). *Torres Vedras Passado e Presente* (Vol. I). Torres Vedras: Edições da Câmara Municipal de Torres Vedras.
- Sales, A. (2007). *Torres Vedras Roteiro Turístico*. Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras.
- Sarmiento, M. (2013). *Metodologia Científica para a Elaboração Escrita e Apresentação de Teses*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Serra, P. (2009). *Turismo Activo no Concelho de Torres Vedras: Contributo para o Plano Estratégico*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Serrano, G. (2008). *Elaboração de Projetos Sociais: Casos Práticos*. Porto: Porto Editora.
- Serreira, T. (2014). *Eventos como Promotores Culturais de um Destino Turístico: O caso das Capitais Europeias da Cultura*. Dissertação de Mestrado. Leiria: Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.
- Shone, A. & Parry, B. (2004). *Successful Event Management: A Practical handbook*. Bedford Row. London: Thomson.
- Silva, C. (2008). *Torres Vedras Antiga e Medieval*. Lisboa: Edições Colibri.
- Silva, J. (2017). O Planeamento de Produtos Turísticos. In Silva, F. e Umbelino, J. (Coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. (Cap. 14, pp. 197-219). Lisboa: Lidel.
- Silva, M. (2006). *Poder e Família em Torres Vedras no Antigo Regime: Espalho de Atuação e Formas de Controlo Social (1663-1755)*. Lisboa: Edições Colibri.
- Simões, F. (2012). *Os eventos e a atratividade e competitividade turística das cidades: O caso de Lisboa*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Smith, C. & Jenner, P. (1998). The Impact of Festivals and Special Events on Tourism. *Travel & Tourism Analyst*, 4, 73-91. New York.
- Sousa, M. e Batista, C. (2011). *Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios* (Segundo Bolonha (3.<sup>a</sup> ed.)). Lisboa: Pactor - Edições de Ciências Sociais e Pulíticas Contemporânea.

- Survey Monkey. (2018). Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/> [Consultado a 20/08/2018].
- Syme, G. (1989). *The Planning and Evaluation of Hallmark Events*. England: Avebury.
- Termas de Portugal. (2018). *Estâncias Termais*. Disponível em: <http://www.termasdeportugal.pt/estanciastermais/Termas-do-Vimeiro> [Consultado a 17/03/2018].
- Torres Vedras Web. (2015b). *Termas dos Cucos*. Disponível em: <https://torresvedrasweb.pt/termas-dos-cucos/> [Consultado a 20/02/2018].
- Torres Vedras Web. (2018a). *Cidade de Torres Vedras*. Disponível em: <https://torresvedrasweb.pt/cidade-de-torres-vedras/> [Consultado a 20/02/2018].
- Umbelino, J. (2005). *A Literatura nos Carnavais de Torres*. Torres Vedras: Câmara Municipal.
- Umbelino, J. (2017). O Turismo: Caracterização e Prospetiva. In Silva, F. e Umbelino, J. (Coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. (Cap. 26, pp. 363-376). Lisboa: Lidel.
- UNESCO. (1972). *Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural*. Disponível em: <https://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf> [Consultado a 05/07/2018].
- UNESCO. (2003). *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*. Paris: UNESCO. Disponível em: <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-PT-Portugal-PDF.pdf> [Consultado a 05/07/2018].
- Vieira, J. (2011). *Torres Vedras Antiga e Moderna* (2.<sup>a</sup> ed.). Lisboa: Edições Livrododia.
- Visitar Portugal. (2018). *Torres Vedras (Concelho)*. Disponível em: <https://www.visitarportugal.pt/distritos/d-lisboa/c-torres-vedras> [Consultado a 03/02/2018].
- Watt, D. (1998). *Event Management in Leisure and Tourism*. Essex: Addison Wesley Longman.
- Xavier, B. (2016). *O Carnaval no Concelho de Torres Vedras: Novas Estratégias de Desenvolvimento Turístico*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade Europeia.
- Zanella, L. (2008). *Manual de Organização de Eventos: Planeamento e Operacionalização* (4.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Atlas.
- Zanini, C. & Faria, A. (2007). Eventos: Uma Ferramenta para o Desenvolvimento Turístico. *Estudos Turísticos*, 25.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – RECURSOS TURÍSTICOS EXISTENTES EM TORRES VEDRAS

Quadro 15- Recursos Turísticos de Torres Vedras

<b>Categoria</b>	<b>Tipo</b>	<b>N.º de Recursos</b>
Património Ambiental e Natural	Praias	23
	Outras manifestações aquáticas (Nascentes)	8
	Serras	2
	Fauna e Flora	56
	<b>Total</b>	<b>89</b>
Património Arqueológico, Histórico, Monumental	Edifícios e monumentos	33
	Industrial	572
	Obras Técnicas	2
	Património Religioso	61
	Núcleos Urbanos	1
	Zonas Ribeirinhas	2
<b>Total</b>	<b>671</b>	
Património Etnográfico, Artesanal, Gastronómico e Cultural	Museus (espólio etnográfico)	13
	Gastronomia	Em destaque: Pastel de feijão, Uvada, Arroz de Matança, Cachola de Porco, Pratos Oitocentistas [época Linhas de Torres])
	Artesanato	10
	Folclore	9
	Feiras e Mercados	6
	Vinhos/Adegas	28
	Tradições	4
	<b>Total</b>	<b>70</b>
Atividades de Recreio e Lazer	Circuitos Culturais/Lúdicos	2
	Golfe	1
	Agricultura/Produção animal/Caça/Floresta/Pesca	894
	Parques Turísticos	5
	Parques Aquáticos (piscinas)	2
	Atividades de ar livre de Natureza	3
	Animação Noturna	36
	<b>Total</b>	<b>943</b>
Eventos e Acontecimentos Programados	Culturais	22
	Desportivos	6
	Ligados a tradições locais/história/à atividade económica	4
	<b>Total</b>	<b>32</b>
Alojamento, Restauração e Comércio Local	Alojamento	77
	Restauração	116
	Comércio Local	4
	<b>Total</b>	<b>197</b>
Recursos institucionais/cooperativos	Associação ambiental	1
	Associações culturais	256
	Agências de viagens	10
	Rent-a-car	3

	Transportes	3
	Associações desportivas	124
	<b>Total</b>	<b>397</b>
Infraestruturas e equipamentos	Centros culturais/Salas exposições	67
	Estádios	1
	Complexos desportivos	7
	Pedestres/Cicláveis	16
	<b>Total</b>	<b>91</b>

Fonte: Elaboração própria, baseado nos dados fornecidos pela CMTV

## APÊNDICE B – CLASSIFICAÇÃO DOS RECURSOS TURÍSTICOS

Quadro 16 - Classificação dos Recursos Turísticos de Torres Vedras

Recursos Primários	Património	Natural		Praias oceânicas, Fauna, Flora, Área de Paisagem Protegida, Paleontologia etc.
		Cultural	Histórico	Castelos, Monumentos, Aqueduto, Linhas de Torres, Castro do Zambujal, etc.
			Artístico	Museus, Teatro-Cine, Centros Interpretativos das Áreas de Paisagem Protegida, da Comunidade Judaica, da Azenha de Santa Cruz, das Linhas de Torres Vedras, etc.
			Etnográfico	Cortejo Etnográfico, artesanato, etc.
			Religiosos	Conventos, igrejas, Judiaria, etc.
			Complementar	Parques, jardins públicos, etc.
	Atividades	Roteiros e circuitos		Percursos pedestres, circuitos turísticos, rotas, etc.
		Animação Turística		Desfile de Carnaval, festas da cidade, etc.
	Equipamentos	Culturais		Teatro-Cine, Museus, Centros Interpretativos, espaços de exposição, etc.
		Desportivos		Campos de golfe, centro de hipismo, centro de parapente, etc.
		Recreativos		<i>surf, bodyboard, kitsurf, kayaksurf, waveski, windsurf, stand up paddle</i> , etc.
		Negócios		Bancos, feiras, cooperativas, adegas, etc.
	Eventos	Religiosos		Festas religiosas em honra dos padroeiros, etc.
		Culturais		Carnaval TV, Festa da Criança, Carnaval de Verão, BEFASHION, STATIC, <i>Bang Awards</i> -cinema, arte ao centro, Campanha de Natal, Passagem do ano, exposições, etc.
		Animação		Carnaval TV, Festa da Criança, Carnaval de verão, Acordeões do Mundo, Festas da cidade, etc.
		Desportivos		<i>Ocean Spirit</i> , Pré-Mundial ANR, Troféu Joaquim Agostinho, Circuito Nacional de <i>Bodyboard</i> , QS3.000-Pro Santa Cruz, Circuito <i>Surf</i> do Centro, etc.
Negócios		Feira rural, Feira de S. Pedro, Festival da sapateira, Cidade Europeia do vinho, etc.		
Recursos Secundários	Atividades			Gastronomia, vinhos, circuitos turísticos, percursos pedestres, rotas e compra de artigos típicos, etc.
	Equipamentos	Animação e outros		Centros comerciais, mercados, etc.
		Turísticos		Hotelaria, restaurantes, bares, agências de viagem, rent-a-car, parques de campismo, etc.
		Transportes		Aeroporto, aeródromo, caminho-de-ferro, etc.
Infraestruturas sociais			Autocarros, estradas, portos de recreio, etc.	

Fonte: Adaptado de Silva (2017), com base nos dados fornecidos pela CMTV

## APÊNDICE C – FESTAS E EVENTOS DINAMIZADOS PELA CMTV

Quadro 17 - Festas e eventos dinamizados pela Câmara Municipal de Torres Vedras

<b>Eventos e Festas</b>	<b>Data</b>	<b>Local</b>
Cidade Europeia do Vinho	Todo o ano	
Carnaval de Torres Vedras	09 a 14 fevereiro	
Circuito <i>Surf</i> do Centro	21 e 22 março	Azenha de Santa Cruz
Feira Rural	1.º sábado de cada mês, de abril a outubro	Centro Histórico de Torres Vedras
QS3.000 – Pro Santa Cruz	24 a 29 abril	Praia de Santa Cruz
Circuito Nacional de Bodyboard	05 e 06 de abril	Praia de Santa Cruz
Grande Festa da Criança – Oeste Infantil	05 a 09 de junho	
Santa Cruz <i>Spring Break</i>	29 março a 01 de abril	
BEFASHION	16 de junho	Santa Cruz
Carnaval de Verão	23 de junho	Santa Cruz
Feira de São Pedro	28 de junho a 08 de julho	Vila de Torres Vedras
Troféu Joaquim Agostinho	12 a 15 de julho	Todo o concelho
Santa Cruz <i>Ocean Spirit</i>	20 a 29 de julho	Praia de Santa Cruz
Cortejo Etnográfico	15 de agosto	Santa Cruz
STATIC	20 a 26 de agosto	Santa Cruz
Festival da Sapateira	Mês de setembro	Santa Cruz
Pré – Mundial ANR ( <i>Air Navigation Race</i> )	06 a 09 de setembro	Santa Cruz
<i>Bang Awards</i> – Cinema	24 de setembro a 06 de outubro	
Festas da Cidade	26 de outubro a 11 de novembro	Cidade de Torres Vedras
Acordeões do Mundo – Festival Internacional de Acordeão de Torres Vedras	26 de outubro a 11 de novembro	Cidade de Torres Vedras; Teatro-Cine
Arte ao Centro	26 de outubro a 11 de novembro	Centro Histórico da Cidade
Campanha de Natal	23 de novembro a 06 de janeiro	Cidade de Torres Vedras
Passagem de Ano	28 de dezembro a 01 de janeiro	Santa Cruz

Fonte: Elaboração própria, baseado no *site* da CMTV

## APÊNDICE D – N.º DE INDIVÍDUOS ENVOLVIDOS NA ORGANIZAÇÃO DO CARNAVAL

Quadro 18 - N.º de indivíduos envolvidos na organização do Carnaval TV, 2018

<b>N.º de indivíduos envolvidos na organização do Carnaval, 2018</b>	
Curso escolar	8 000
Curso trapalhão (Referente a Carros Espontâneos)	435
Grupos mascarados	2 200
Banda dos Cavalinhos	200
Baile tradicional	850
Tripulação dos carros alegóricos	14
Cabeçudos e Zés Pereiras	12 + 50
Bandas e DJ's	8
Construção de carros alegóricos	50
Logística ao longo do evento	12
Secretaria e Tesouraria	10
Produção e Gestão	6
Gabinete de Comunicação do evento	10
PSP e GNR	700
Segurança Privada, Bombeiros Voluntários, Cruz Vermelha, Administração Regional de Saúde e Serviço Municipal de Proteção Civil	500
Higiene Pública	20
<b>Total</b>	<b>13 077</b>

Fonte: *Promotorres EM*, 2018



	- Ida ao teatro	<p>Ao regressar à empresa, a estagiária solicitou documentação para fazer a caracterização da mesma. Como toda a informação necessária estava no <i>site</i> oficial da <i>Promotorres</i> foi possível começar a investigação.</p> <p>Durante a tarde, a estagiária teve oportunidade de acompanhar a sua orientadora até ao Teatro, onde foi apresentada uma nova música do Carnaval “O Samba da Matrafona”, composta e cantada pela Susana Felix. No Teatro estavam vários convidados para uma minientrevista e duas “matrafonas” para darem alusão ao Carnaval. Foi apresentado um vídeo com a música que seria ouvida pelos torrienses e seus visitantes, ao longo dos seis dias que decorre o evento.</p> <p>Na sala do teatro, e antes da apresentação da música, foi necessário verificar se tudo estava em ordem, desde o vídeo, o áudio, os microfones, etc.</p>
<p><b>05/01/2018</b></p> <p><b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	- Reunião sobre a segurança do evento	<p>No segundo dia de estágio foi possível assistir a uma reunião sobre a segurança do evento. Nela estiveram presentes várias entidades, desde o Comissário dos Bombeiros, os responsáveis da Proteção Civil e os responsáveis da PSP.</p> <p>Em conjunto, estiveram a analisar o Plano Prévio de Intervenção – Carnaval de Torres, para verificar se tudo estava em ordem ou se era necessário mudar alguma coisa.</p> <p>Durante o resto do dia foi possível pesquisar e ler informação sobre a <i>Promotorres</i>.</p>
<p><b>08/01/2018</b></p> <p><b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	- Ida ao Quartel dos Bombeiros	<p>A estagiária acompanhou a Dra. Joana ao Quartel dos Bombeiros, para mais uma reunião sobre a segurança do evento Carnaval de TV. Nesta reunião estiveram presentes dois responsáveis da PSP, o Comandante dos Bombeiros, a Proteção Civil e o responsável pela <i>Prosegur</i>.</p>

	- Reunião sobre a segurança do evento	Esta reunião teve como objetivo definir a segurança do evento e, novamente verificar se tudo estava em ordem para o mesmo. Durante o resto do dia, a estagiária esteve a recolher informação pertinente para a elaboração do relatório.
<b>10/01/2018</b>  <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b>	- Ida ao Ferreiro	A estagiária acompanhou a Dra. Joana e a cantora Susana Félix, autora da nova música de Carnaval, ao Ferreiro. Houve uma entrevista com a CMTV, acerca dos carros alegóricos e era necessário os responsáveis pelo evento estarem presentes. Os jornalistas entrevistaram a cantora, com o intuito de conhecerem os pormenores da música e entrevistaram dois dos trabalhadores do Ferreiro, para conhecerem e perceberem um pouco mais de como eram feitos e construídos os carros alegóricos. Durante o resto do dia, a estagiária esteve a pesquisar e a recolher informação pertinente para a elaboração do relatório.
<b>19/01/2018</b>  <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b>	- Preparativos para o Carnaval  - Preparativos para a ida a Lisboa e almoço	A estagiária esteve a cortar pulseiras para vender no Carnaval. Depois ajudou a Dr. Joana nos preparativos para a deslocação da organização e grupos de Carnaval a Lisboa, com o objetivo de mostrar o Carnaval de Torres Vedras à população e turistas e fazer publicidade do mesmo. A meio da tarde, a estagiária colaborou na organização do almoço ocorrido na Expotorres, para todos os elementos que se deslocaram a Lisboa.
<b>20/01/2018</b>  <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b>	- Colaboração nos preparativos do Carnaval	Hoje foi inaugurada a estátua do Carnaval – A Ira de Neptuno. A estagiária esteve a ajudar nos preparativos para o Carnaval. Depois deslocou-se ao Mercado de TV, juntamente com uma voluntária, para receber os grupos de mascarados

	<p>- Inauguração da estátua do Carnaval</p> <p>- Ida à Expotorres</p>	<p>e entregar-lhes alguns dos convites para o jantar, na Expotorres.</p> <p>De seguida, a estagiária acompanhou a Dr.ª Joana até à estátua de Neptuno, com o cortejo e grupos de Carnaval para a sua inauguração. Esta foi efetuada pelo Sr. Presidente da CMTV. Foi uma autêntica festa de Carnaval.</p> <p>Após a inauguração da estátua, a estagiária dirigiu-se à Expotorres, juntamente com toda a comitiva que fazia parte do evento, para um jantar. Aí esteve a distribuir os convites do jantar a quem ainda não os tinha.</p> <p>Após o jantar houve várias animações no recinto.</p>
<p><b>31/01/2018</b></p> <p><b>10:00h</b></p> <p><b>às</b></p> <p><b>18:00h</b></p>	<p>- Ida à estação de comboios</p> <p>- Preparativos para a ida a Lisboa</p>	<p>A estagiária foi até à estação dos comboios adquirir o bilhete de comboio para a deslocação dos organizadores e grupos de Carnaval a Lisboa.</p> <p>Na parte da tarde organizou as pulseiras que iriam ser entregues a todos os elementos que do grupo que ia a Lisboa.</p>
<p><b>03/02/2018</b></p> <p><b>10:00h</b></p> <p><b>às</b></p> <p><b>16:00h</b></p>	<p>- Ida a Lisboa</p> <p>- Ida à Expotorres</p>	<p>Hoje, as bandas, os grupos de Carnaval e os organizadores do Evento levaram o Carnaval de TV às ruas de Lisboa. Foi uma forma de incentivar as pessoas a irem ao Carnaval de Torres e uma questão de marketing. A estagiária acompanhou-os.</p> <p>O grupo partiu da estação do Rossio e desfilou pela Baixa Chiado, pela Câmara Municipal de Lisboa, pelo Terreiro do Paço, onde se encontrou com o Ex-Presidente da Câmara Municipal de Torres Vedras. Aí, os Reis do Carnaval e os responsáveis de alguns grupos e bandas foram condecorados pelo Sr. Ex-Presidente da Câmara. Este, os Reis do Carnaval e os responsáveis pela organização do Evento foram entrevistados pelas várias estações de televisão, que se encontravam no local e acompanhou o cortejo.</p> <p>De regresso a TV, todos os elementos se dirigiram à Expotorres, para um merecido almoço. Aqui, a</p>

		estagiária ajudou a controlar a entrada no recinto, pois só podia entrar quem tivesse pulseira.
<b>05/02/2018</b>  <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b>	- Ida à loja de turismo de Torres Vedras  - Preparativos para o Carnaval	Hoje, a estagiária foi até à loja de turismo de Torres Vedras entregar alguns materiais referentes ao Carnaval.  Depois, esteve a fazer brindes para oferecer às crianças das várias escolas do concelho, que irão desfilarem no primeiro dia do Evento Carnaval.
<b>09/02/2018</b>  <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>21:00h</b>	- Distribuição de informação, sobre o Carnaval  - Elaboração de credenciais e outros materiais  - Ajuda na organização dos Eco copos  - Observação do desfile das Escolas do concelho	Neste primeiro dia do evento, a estagiária esteve a distribuir panfletos com informações sobre o Carnaval, pelas caixas de correio dos vários prédios que ficam dentro do recinto do Corso.  Depois foi ao escritório da <i>Promotorres</i> fazer credenciais e preparar outros materiais que faziam falta ao evento.  Por fim ajudou a compor e a organizar os Eco copos para serem vendidos por todos os estabelecimentos comerciais, durante os seis dias do evento. Todo o trabalho foi realizado na Escola do 1.º Ciclo, local onde estava instalada toda a logística do Evento Carnaval.  A estagiária teve oportunidade de observar de perto, o desfile das crianças das várias escolas do concelho de TV. Apesar da chuva, o curso decorreu bem e as crianças estavam bastante divertidas e animadas com o Carnaval.
<b>10/02/2018</b>  <b>13:00h</b> <b>às</b> <b>01:00h</b>	- Organização de Eco copos  - Entrega de autocolantes ao Sr. Presidente da Câmara  - Colaboração no desfile de Carnaval	No segundo dia do evento, a estagiária esteve toda a manhã a organizar os Eco copos, na escola do 1.º Ciclo. Depois foi ao escritório da <i>Promotorres</i> buscar umas camisolas para venda e uns autocolantes para entregar ao Sr. Presidente da Câmara Municipal de Torres Vedras.  No final da tarde, a estagiária colaborou na organização dos grupos de mascarados e no desfile de Carnaval.

		Houve concurso para o público, os grupos de Carnaval e a Real Confraria elegerem o melhor grupo participante no Corso.
<b>11/02/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>21:00h</b>	- Contagem e organização dos votos do concurso de Carnaval  - Entrega de lanches aos participantes no curso de Carnaval	No terceiro dia do evento, a estagiária contou e organizou os votos dos concursos ocorridos no dia anterior. Os resultados foram os seguintes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• O Prémio da Real Confraria 2018 – “Suadas e Safadas”.</li> <li>• Prémios de Grupos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1.º Lugar – “Escondidinhos no Buraquinho”;</li> <li>2.º Lugar – “Suadas e Safadas”;</li> <li>3.º Lugar – “Foliões Cá do Sítio”.</li> </ol> </li> <li>• Prémio do Público: <ol style="list-style-type: none"> <li>1.º Lugar – “Alforrecas e Gradilenses”;</li> <li>2.º Lugar – “Escondidinhos no Buraquinho”;</li> <li>3.º Lugar – “Suadas e Safadas”.</li> </ol> </li> </ul> <p>No final da tarde, a estagiária ajudou a distribuir os lanches a todas as pessoas que trabalharam e participaram no Evento Carnaval.</p>
<b>13/02/2018</b> <b>13:00h</b> <b>às</b> <b>21:00h</b>	- Divisão e organização dos lanches para os participantes no Corso de Carnaval  - Elaboração de tabelas de Excel com pulseiras de livre-trânsito	Hoje, dia de Carnaval, a estagiária esteve a organizar e a dividir os lanches para os grupos de Carnaval, participantes no Corso.  Depois, em conjunto com outro estagiário, elaborou tabelas de Excel com o número de pulseiras de livre-trânsito (6 dias), que foram distribuídas aos comerciantes que se encontravam no interior do recinto do Corso.
<b>15/02/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b>	- Contagem e arrumação de camisolas  - Arrumação das sobras de copos e fitas	A estagiária, juntamente com o colega estiveram a contar as camisolas que sobraram do evento do Carnaval. Depois, em conjunto com o Dr. Tony arrumaram as mesmas, nos armários da arrecadação, por tamanhos, bem como as fitas e os copos.

<p><b>19/02/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	<p>- Pesquisa de <i>Street Food</i> vegan/vegetariano/bio lógico</p>	<p>A pedido da Dra. Joana, a estagiária esteve a pesquisar <i>Street Food</i> para o evento que vem a seguir ao Carnaval.</p>
<p><b>21/02/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	<p>- Ajuda ao Dr. Tony  - Arrumação de prateleiras</p>	<p>A estagiária esteve a ajudar o Dr. Tony a transportar e arrumar os materiais dos eventos na arrecadação. Depois ajudou a arrumar as prateleiras do escritório da empresa.</p>
<p><b>10/03/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	<p>- Ida à Biblioteca</p>	<p>A estagiária visitou a Biblioteca de TV, a fim de fazer pesquisas e recolher informação pertinente ao relatório, nos livros que não podem ser requisitados.</p>
<p><b>27/03/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	<p>- Ida à Biblioteca</p>	<p>A estagiária visitou a Biblioteca de TV, a fim de fazer pesquisas e recolher informação pertinente ao relatório.</p>
<p><b>09/04/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	<p>- Distribuição de cartazes sobre a Feira da Saúde</p>	<p>A estagiária em conjunto com outro colega, também estagiário, estiveram a distribuir cartazes pelos vários estabelecimentos da cidade para fazer publicidade ao evento Feira da Saúde. Depois estiveram a cortar as credenciais para o evento.</p>
<p><b>10/04/2018</b> <b>10:00h</b> <b>às</b> <b>18:00h</b></p>	<p>- Ida à Biblioteca</p>	<p>A estagiária foi à Biblioteca de TV pesquisar e requisitar livros com informação importante e pertinente, sobre o Carnaval de TV e sobre o concelho, para a elaboração do relatório.</p>

## APÊNDICE F – GUIÃO DA ENTREVISTA AO SR. PRESIDENTE DA *PROMOTORRES*

### Entrevista

**Entrevistado:**

**Cargo / na qualidade de:**

**Tipo:                      Local:                      Dia:                      Início:                      Fim:                      Tempo:**

#### APRESENTAÇÃO:

Gostaria de agradecer a sua disponibilidade para esta entrevista. Se me permite peço-lhe autorização para gravar e posteriormente transcrever a entrevista utilizando-a para o relatório de estágio de mestrado em Turismo, sobre os impactos do Carnaval de Torres Vedras.

---

#### **Sr. Presidente da *Promotorres***

1. O que distingue o Carnaval de Torres Vedras de todos os outros Carnavais e o torna único e especial? Que fatores contribuem para o seu sucesso?
2. Qual o impacto do Carnaval na sociedade e na economia local?
3. Quais as entidades envolvidas na organização do Carnaval e qual a sua importância?
4. Com que antecedência começam a preparar o Carnaval?
5. Qual o modelo de financiamento e de planeamento e gestão deste evento?
6. Que tipo de apoios e patrocínios recebem para o Carnaval?
7. Como avalia toda a organização do Carnaval?
8. Tem dados sobre a dimensão do impacto do Carnaval de Torres Vedras em termos sociais, económicos e culturais?
9. O que destacaria como mais positivo neste evento?
10. Como correu o Carnaval de 2018, comparativamente aos anteriores?
11. Por que motivo usam a sátira social no Carnaval? E por que está relacionada com questões da atualidade?
12. Que critérios usam na escolha do tema do Carnaval? E porquê?
13. Como é feito o *follow-up* deste evento?
14. O que pode ser modificado para melhorar o Carnaval de Torres Vedras?
15. Quais as perspetivas de futuro?

Agradeço a sua colaboração e o tempo dedicado a esta entrevista.  
A sua opinião foi fundamental.  
Muito obrigada!

## APÊNDICE G – GUIÃO DA ENTREVISTA AO CHANCELER DA REAL CONFRARIA

### Entrevista

**Entrevistado:**

**Cargo / na qualidade de:**

**Tipo:                    Local:                    Dia:                    Início:                    Fim:                    Tempo:**

APRESENTAÇÃO:

Gostaria de agradecer a sua disponibilidade para esta entrevista. Se me permite peço-lhe autorização para gravar e posteriormente transcrever a entrevista utilizando-a para o relatório de estágio de mestrado em Turismo, sobre os impactos do Carnaval de Torres Vedras.

---

#### **Chanceler da Real Confraria do Carnaval de Torres Vedras**

1. O que distingue o Carnaval de Torres Vedras de todos os outros Carnavais e o torna único e especial? Que fatores contribuem para o seu sucesso?
2. Qual a importância da sua presença para o Carnaval?
3. Quais as entidades envolvidas na organização do Carnaval e qual a sua importância?
4. Com que antecedência começam a preparar o Carnaval?
5. Que tipo de apoios e patrocínios recebem para o Carnaval?
6. Como avalia toda a organização do Carnaval?
7. Tem dados sobre a dimensão do impacto do Carnaval de Torres Vedras em termos sociais e culturais?
8. O que destacaria como mais positivo neste evento?
9. Como correu o Carnaval de 2018, comparativamente aos anteriores?
10. Por que motivo usam a sátira social no Carnaval? E por que está relacionada com questões da atualidade?
11. O que fazem para preservar as tradições e a cultura do Carnaval?
12. Como é feita a escolha dos Reis do Carnaval?
13. Como é feito o *follow-up* deste evento?
14. O que pode ser modificado para melhorar o Carnaval de Torres Vedras?
15. Quais as perspetivas de futuro?

Agradeço a sua colaboração e o tempo dedicado a esta entrevista.  
A sua opinião foi fundamental.  
Muito obrigada!

## APÊNDICE H – GUIÃO DA ENTREVISTA AO ELEMENTO DE UM DOS GRUPOS DE CARNAVAL

### Entrevista

**Entrevistado:**

**Cargo / na qualidade de:**

**Tipo:                    Local:                    Dia:                    Início:                    Fim:                    Tempo:**

#### APRESENTAÇÃO:

Gostaria de agradecer a sua disponibilidade para esta entrevista. Se me permite peço-lhe autorização para gravar e posteriormente transcrever a entrevista utilizando-a para o relatório de estágio de mestrado em Turismo, sobre os impactos do Carnaval de Torres Vedras.

---

#### Grupo de Carnaval

1. Há quanto tempo participa como grupo de Carnaval no Carnaval de Torres Vedras?
2. Com que antecedência começam a preparar os fatos de Carnaval?
3. Quantas horas despendem na confeção dos fatos de Carnaval?
4. Quantas pessoas estão envolvidas neste grupo? Fazem-no sempre a título gracioso?
5. Como fazem a escolha das pessoas para o grupo? São apenas familiares e amigos, ou outras pessoas que se querem juntar a vocês?
6. Qual a importância da vossa presença para o Carnaval de Torres Vedras?
7. Que tipos de apoio recebem para o Carnaval?
8. O que fazem para preservar as tradições e a cultura do Carnaval?
9. Como avalia toda a organização do Carnaval por parte da *Promotorres*?
10. O que destacaria de mais positivo e de menos positivo neste evento?
11. Por que motivo usam a sátira social no Carnaval? E por que está relacionada com questões da atualidade?
12. Como correu o Carnaval de 2018, comparativamente aos anteriores?
13. O que pode ser modificado para melhorar o Carnaval de Torres Vedras?
14. Quais as perspetivas de futuro que têm para o Carnaval e que acham que têm mesmo de ser feitas?

Agradeço a sua colaboração e o tempo dedicado a esta entrevista.  
A sua opinião foi fundamental.  
Muito obrigada!

## APÊNDICE I – GUIÃO DA ENTREVISTA AO SR. PRESIDENTE DA CÂMARA

### Entrevista

**Entrevistado:**

**Cargo / na qualidade de:**

**Tipo:**

**Local:**

**Dia:**

**Início:**

**Fim:**

**Tempo:**

#### APRESENTAÇÃO:

Gostaria de agradecer a sua disponibilidade para esta entrevista. Se me permite peço-lhe autorização para gravar e posteriormente transcrever a entrevista utilizando-a para o relatório de estágio de mestrado em Turismo, sobre os impactos do Carnaval de Torres Vedras.

---

#### **Sr. Presidente da Câmara Municipal de Torres Vedras**

1. O que distingue o Carnaval de Torres Vedras de todos os outros Carnavais e o torna único e especial? Que fatores contribuem para o seu sucesso?
2. Qual o impacto do Carnaval na sociedade e na economia local?
3. Que importância acha que tem a vinda dos embaixadores para a economia local?
4. Quais as entidades envolvidas na organização do Carnaval e qual a sua importância?
5. Com que antecedência começam a preparar o Carnaval?
6. Qual o modelo de financiamento e de planeamento e gestão deste evento?
7. Que tipo de apoio prestam à *Promotorres* para a dinamização do Carnaval?
8. Como avalia toda a organização do Carnaval?
9. Tem dados sobre a dimensão do impacto do Carnaval de Torres Vedras em termos sociais, económicos e culturais?
10. O que destacaria como mais positivo neste evento?
11. Como correu o Carnaval de 2018, comparativamente aos anteriores?
12. O que pode ser modificado para melhorar o Carnaval de Torres Vedras?
13. Quais as perspectivas de futuro?

Agradeço a sua colaboração e o tempo dedicado a esta entrevista.  
A sua opinião foi fundamental.  
Muito obrigada!

## APÊNDICE J – GRELHA COM AS QUESTÕES DAS ENTREVISTAS

Quadro 19 - Grelha com as Questões das Entrevistas

Questões	Presidente CMTV	Presidente Promotorres	Chanceler Real Confraria	Grupo Carnaval
O que distingue o Carnaval de Torres Vedras de todos os outros Carnavais e o torna único e especial? Que fatores contribuem para o seu sucesso?	X	X	X	.....
Qual o impacto do Carnaval na sociedade e na economia local?	X	X	.....	.....
Quais as entidades envolvidas na organização do Carnaval e qual a sua importância?	X	X	X	
Com que antecedência começam a preparar o Carnaval?	X	X	X	X
Qual o modelo de financiamento e de planeamento e gestão deste evento?	X	X	.....	.....
Que tipo de apoios e patrocínios recebem para o Carnaval?		X	X	X
Como avalia toda a organização do Carnaval?	X	X	X	X
Tem dados sobre a dimensão do impacto do Carnaval de Torres Vedras em termos sociais, económicos e culturais?	X	X	X	.....
O que destacaria como mais positivo neste evento?	X	X	X	X
Como correu o Carnaval de 2018, comparativamente aos anteriores?	X	X	X	X
Por que motivo usam a sátira social no Carnaval? E por que está relacionada com questões da atualidade?	.....	X	X	X
Que critérios usam na escolha do tema do Carnaval? E porquê?	.....	X	.....	.....
Como é feito o <i>follow-up</i> deste evento?	.....	X	X	
O que pode ser modificado para melhorar o Carnaval de Torres Vedras?	X	X	X	X
Quais as perspetivas de futuro?	X	X	X	X
Que importância acha que tem a vinda dos embaixadores para a economia local?	X	.....	.....	.....
Que tipo de apoio prestam à <i>Promotorres</i> para a dinamização do Carnaval?	X	.....	.....	.....
Qual a importância da sua presença para o Carnaval?	.....	.....	X	X
O que fazem para preservar as tradições e a cultura do Carnaval?	.....	.....	X	X
Como é feita a escolha dos Reis do Carnaval?	.....	.....	X	.....
Há quanto tempo participa como grupo de Carnaval no Carnaval de Torres Vedras?	.....	.....	.....	X
Quantas horas despendem na confeção dos fatos de Carnaval?	.....	.....	.....	X
Quantas pessoas estão envolvidas neste grupo? Fazem-no sempre a título gracioso?	.....	.....	.....	X
Como fazem a escolha das pessoas para o grupo? São apenas familiares e amigos, ou outras pessoas que se querem juntar a vocês?	.....	.....	.....	X

Fonte: Elaboração própria

## APÊNDICE K – INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

### Inquérito por Questionário

(Destina-se à população em geral e será aplicado a seguir ao Carnaval.)

Este questionário destina-se a quem já tenha participado no Carnaval de Torres Vedras (TV) e visa avaliar o impacto do Carnaval de Torres Vedras no concelho, estando inserido num estudo desenvolvido no âmbito do Mestrado em Turismo da Escola Superior de Hotelaria do Estoril e de um estágio na *Promotorres*, que é responsável pela dinamização do Carnaval.

Todas as respostas são confidenciais e a informação recolhida serve apenas para fins académicos e para o estudo em causa. A sua colaboração é de extrema importância, pelo que desde já agradeço.

Muito obrigada!

---

### Questionário

(Assinale com um **X** a opção que mais se adequa à sua situação ou preencha os espaços em branco.)

#### Caracterização sociodemográfica do/a inquirido/a

1. Sexo:     M            F

2. Idade:

Até 25 anos

26 – 35 anos

36 – 45 anos

46 – 55 anos

56 – 65 anos

Mais de 65 anos

3. Nacionalidade:   Portuguesa     Outra     Qual? \_\_\_\_\_

4. Habilitações:

Ensino Básico [ ]

Secundário [ ]

Licenciatura [ ]

Mestrado [ ]

Doutoramento [ ]

5. Qual o seu concelho de residência? \_\_\_\_\_

6. Quantas vezes já participou no Carnaval de Torres Vedras?

Em todas [ ]

5 a 9 vezes [ ]

2 a 4 vezes [ ]

Uma vez [ ]

7. Com quem se deslocou ao Carnaval de Torres Vedras?

Sozinho(a) [ ]

Com a família [ ]

Com amigos [ ]

Com o(a) namorado(a) [ ]

Com a família e namorado(a) [ ]

8. Caso tenha participado na edição de 2018 indique quantos dias participou?

Sempre (seis dias) [ ]

Quase sempre (quatro a cinco dias) [ ]

Algumas vezes (dois a três dias) [ ]

Raramente (um dia) [ ]

**Enquadrar historicamente o Carnaval e verificar a sua importância para a cultura**

9. Concorda que a escolha do tema do Carnaval de Torres Vedras esteja relacionada com as questões da atualidade?

(1 – Nada importante 2- Pouco importante 3 – Médio 4 – Importante 5 – Muito importante)

1                      2                      3                      4                      5

--	--	--	--	--

10. Qual a importância do Carnaval para a promoção da imagem do concelho de Torres Vedras?

(1 – Nada importante 2- Pouco importante 3 – Médio 4 – Importante 5 – Muito importante)

1                      2                      3                      4                      5

--	--	--	--	--

11. Qual a importância do Carnaval no desenvolvimento das tradições e cultura de Torres Vedras?

(1 – Nada importante 2- Pouco importante 3 – Médio 4 – Importante 5 – Muito importante)

1                      2                      3                      4                      5

--	--	--	--	--

**Investigar qual o impacto do evento a nível socioeconómico e compreender qual a percepção da comunidade local e dos visitantes, relativamente ao Carnaval**

12. Na sua opinião e em relação ao desenvolvimento socioeconómico do concelho, o evento “Carnaval de Torres Vedras” contribui para os seguintes aspetos:

(1 – Discordo completamente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo completamente)

	1	2	3	4	5
Cria emprego					
Melhora as infraestruturas locais (acessos, saneamento, apoio social)					
Melhora a qualidade de vida das populações locais					
Impulsiona a economia local					
Atrai mais investimento					
Diminui a sazonalidade					
Promove as empresas e os negócios					
Promove a imagem do concelho					
Valoriza a comunidade local e preserva a cultura e tradições					
Desenvolve o turismo					
Oferece divertimento e proporciona troca de experiências					
Estimula o relacionamento entre os residentes e os visitantes					

13. Considerando que a dinamização de eventos de grandes dimensões pode alterar a rotina diária da população residente, avalie o contributo do Carnaval de Torres Vedras em relação aos seguintes aspetos:

**(1 – Discordo completamente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo completamente)**

	1	2	3	4	5
Aumento dos preços dos bens e serviços					
Aumento da insegurança					
Aumento do ruído					
Aumento da poluição ambiental					
Aumento e congestionamento do tráfego rodoviário e urbano					
Alteração dos comportamentos individuais					
Alteração dos valores da sociedade					
Destruição do património histórico e cultural					
Interferência nas rotinas diárias dos cidadãos de TV					
Desconforto nos moradores					

### Satisfação da população face ao Carnaval de Torres Vedras

14. Qual o seu nível de satisfação global com o Carnaval de Torres Vedras?

**(1 – Nada satisfeito 2 – Pouco satisfeito 3 – Indiferente 4 – Satisfeito 5 – Muito satisfeito)**

1                      2                      3                      4                      5

15. Está satisfeito com o desenvolvimento que o Carnaval traz a Torres Vedras?

**(1 – Nada satisfeito 2 – Pouco satisfeito 3 – Indiferente 4 – Satisfeito 5 – Muito satisfeito)**

1                      2                      3                      4                      5

16. Indique até três aspetos a implementar pela organização que poderiam melhorar o Carnaval de Torres Vedras?

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_

17. Tem mais algum comentário que gostaria de acrescentar sobre o Carnaval de Torres Vedras?

---

---

---

Como respondeu a este questionário?

Online [ ]

Em papel? [ ]

Muito obrigada pela sua colaboração!

APÊNDICE L – FIGURAS E QUADROS DO INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

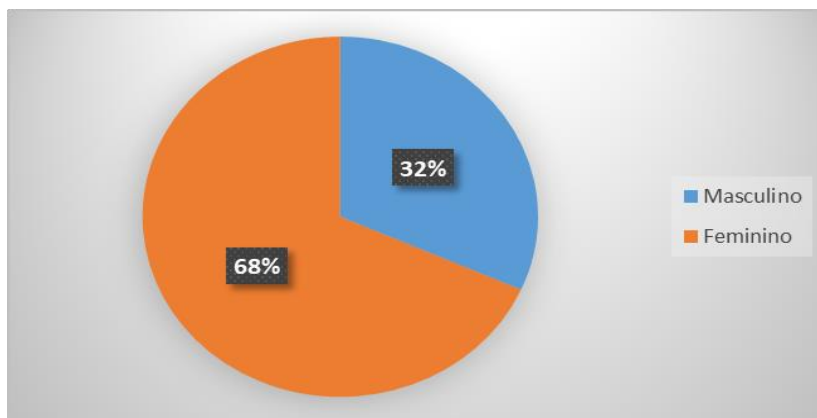


Figura 7 – Género dos inquiridos

Quadro 20 - Nacionalidade dos Inquiridos

Nacionalidade	Fa	Fr
Portuguesa	312	99,0%
Luso Francesa	1	0,3%
Angolana	1	0,3%
Romena	1	0,3%
Canadiense	1	0,3%
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100,0%</b>

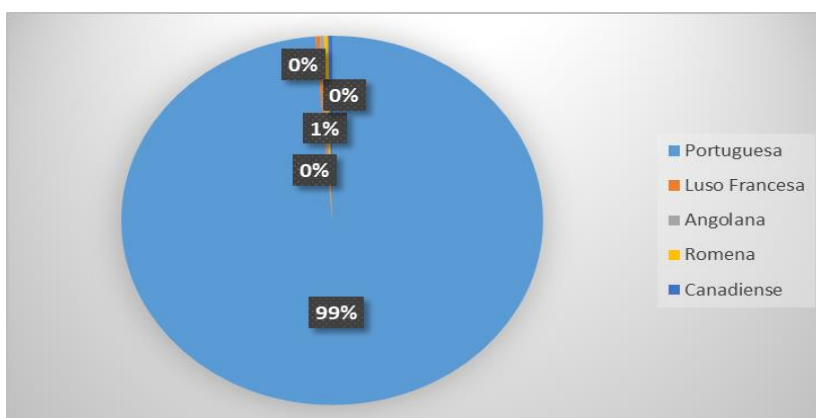


Figura 8 – Nacionalidade dos inquiridos

Quadro 21 - Residência dos Inquiridos

Residência	Fa	Fr
Torres Vedras	238	75,3%
Lisboa	11	3,5%
Mafra	9	2,8%
Sintra	8	2,5%
Lourinhã	8	2,5%
Caldas da Rainha	5	1,6%
Loures	3	0,9%
Alenquer	8	2,5%
Agualva-Cacém	2	0,6%
Setúbal	1	0,3%
São Pedro e Santiago	1	0,3%
Arruda-dos-Vinhos	1	0,3%
Oliveira do Hospital	1	0,3%
Portela de Sintra	1	0,3%
Cascais	2	0,6%
Oeiras	1	0,3%
Estremoz	1	0,3%
Tomar	1	0,3%
Palmela	1	0,3%
Paris	1	0,3%
Sobral Monte Agraço	3	0,9%
Santa Maria do Castelo	1	0,3%
Bombarral	1	0,3%
Turcifal	2	0,6%
Madrid	1	0,3%
Não responderam	4	1,3%
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100,0%</b>

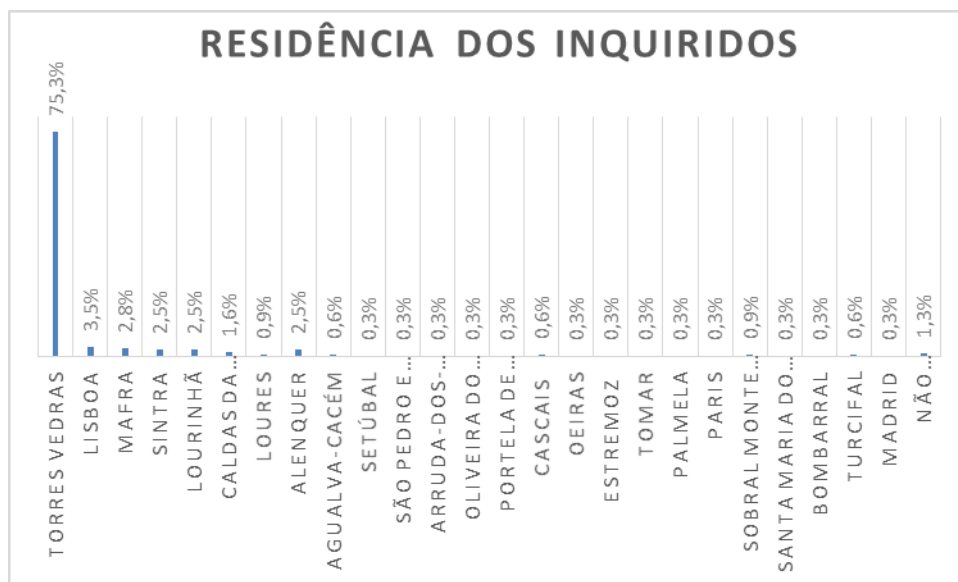


Figura 9 – Residência dos inquiridos

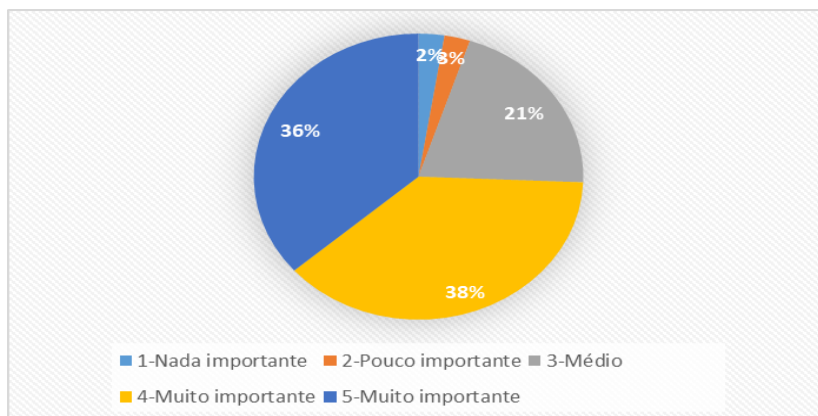


Figura 10-Concordância com a escolha do tema

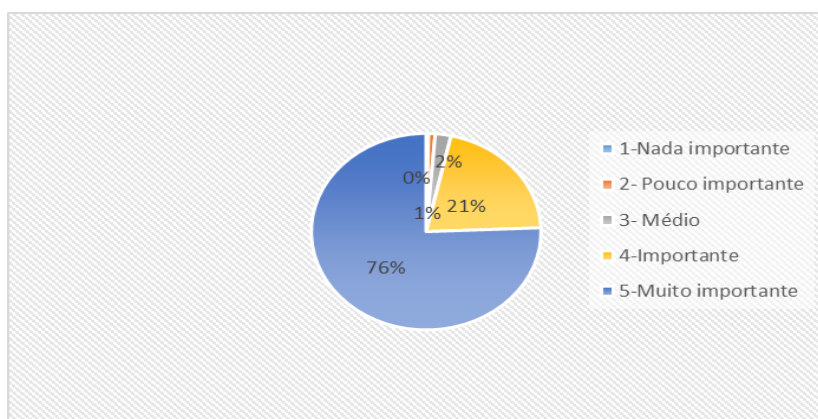


Figura 11- Importância do Carnaval na promoção da imagem

Quadro 22 - Impacto do Carnaval de Torres Vedras

Dimensões	1		2		3		4		5	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
Cria emprego	24	7,6%	58	18,4%	96	30,4%	74	23,4%	64	20,3%
Melhora as infraestruturas locais (acessos, saneamento, apoio social)	39	12,3%	85	26,9%	102	32,3%	51	16,1%	39	12,3%
Melhora a qualidade de vida das populações locais	46	14,6%	71	22,5%	127	40,2%	45	14,2%	27	8,5%
Impulsiona a economia local	7	2,2%	23	7,3%	69	21,8%	54	17,1%	163	51,6%
Atrai mais investimento	7	2,2%	46	14,6%	85	26,9%	74	23,4%	104	32,9%
Diminui a sazonalidade	27	8,5%	60	19,0%	116	36,7%	59	18,7%	54	17,1%
Promove as empresas e os negócios	8	2,5%	55	17,4%	79	25,0%	92	29,1%	82	25,9%
Promove a imagem do concelho	4	1,3%	20	6,3%	60	19,0%	57	18,0%	175	55,4%
Valoriza a comunidade local e preserva a cultura e tradições	5	1,6%	20	6,3%	75	23,7%	87	27,5%	129	40,8%
Desenvolve o turismo	4	1,3%	13	4,1%	74	23,4%	58	18,4%	167	52,8%
Oferece divertimento e proporciona troca de experiências	2	0,6%	15	4,7%	64	20,3%	57	18,0%	178	56,3%
Estimula o relacionamento entre os residentes e os visitantes	6	1,9%	26	8,2%	85	26,9%	73	23,1%	126	39,9%

Quadro 23 - Contributo Negativo do Carnaval de Torres Vedras

Dimensões	1		2		3		4		5	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	fr
Aumento dos preços dos bens e serviços	33	10,4%	72	22,8%	98	31,0%	87	27,5%	26	8,2%
Aumento da insegurança	26	8,2%	71	22,5%	48	15,2%	114	36,1%	57	18,0%
Aumento do ruído	18	5,7%	52	16,5%	50	15,8%	89	28,2%	107	33,9%
Aumento da poluição ambiental	24	7,6%	63	19,9%	73	23,1%	72	22,8%	84	26,6%
Aumento e congestionamento do tráfego rodoviário e urbano	14	4,4%	57	18,0%	60	19,0%	88	27,8%	97	30,7%
Alteração dos comportamentos individuais	27	8,5%	69	21,8%	78	24,7%	98	31,0%	44	13,9%
Alteração dos valores da sociedade	61	19,3%	78	24,7%	106	33,5%	46	14,6%	25	7,9%
Destruição do património histórico e cultural	73	23,1%	90	28,5%	82	25,9%	47	14,9%	24	7,6%
Interferência nas rotinas diárias dos cidadãos de TV	33	10,4%	59	18,7%	86	27,2%	79	25,0%	59	18,7%
Desconforto nos moradores	50	15,8%	64	20,3%	100	31,6%	62	19,6%	40	12,7%

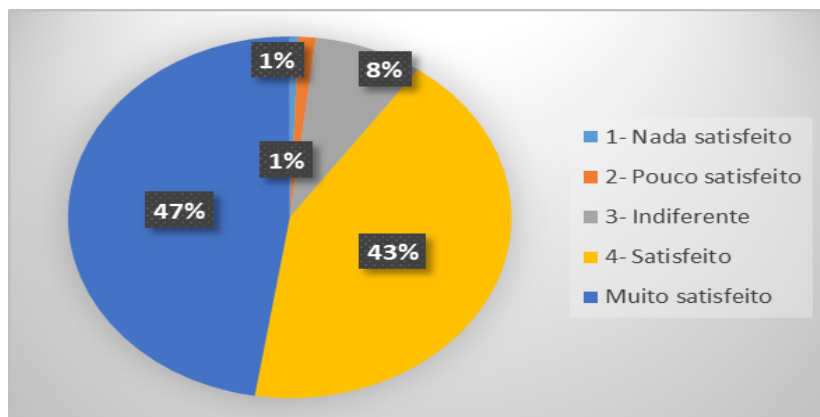


Figura 12 – Satisfação com o CTV

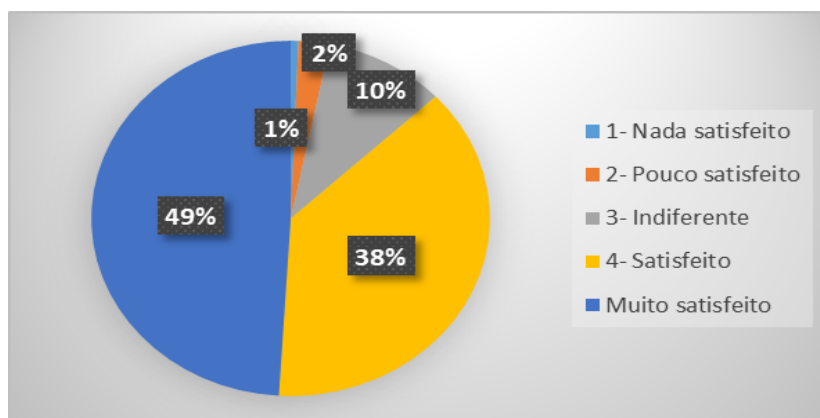


Figura 13 – Satisfação com o desenvolvimento que o Carnaval traz ao Concelho

Quadro 24 - Sugestões para Melhorar o Carnaval de Torres Vedras

Aspetos a implementar pela organização que poderiam melhorar o Carnaval de Torres Vedras	Fa	Fr
Maior segurança, sobretudo à noite.	14	4,4 %
Permitir música nas praças até mais tarde.	4	1,3 %
Aumentar o circuito, alargando o perímetro do curso de Carnaval.	45	14,2 %
Aumento do horário do recinto fechado (abertura de portas mais tardia).	2	0,6 %
Aumento do policiamento.	5	1,6 %
Venda limitada de bilhetes.	8	2,5 %
Baixa de preço.	4	1,3 %

Diminuição de grupos de mascarados nos corsos.	3	0,9 %
Proibição de carros no corso, exceto carros alegóricos e associações carnavalescas.	3	0,9 %
Inovação de reportório.	5	1,6 %
Mais WC com casas de banho auto limpáveis e portáteis.	20	6,3 %
Melhores DJs.	2	0,6 %
Podia ser interessante trazer uma figura do Carnaval que seja consensual (Ivete Sangalo, Daniela Mercury, Cláudia Leitte).	2	0,6 %
Maior investimento nos palcos, nas decorações (bandeiras, placas).	2	0,6 %
Acabar com a promoção do consumo de álcool.	2	0,6 %
Entradas mais baratas para moradores.	2	0,6 %
Maior variedade de música.	5	1,6 %
Redução de copos de plástico. Deixar de haver copos de plástico, tendo as pessoas de adquirir o copo e receber de volta o dinheiro caso o devolva.	3	0,9 %
Deveria existir mais entradas para quem tem pulseiras, evitando as extensas filas.	5	1,6 %
Alargamento do horário de funcionamento do som.	1	0,3 %
Mais dias.	3	0,9 %
O ruído não ser tão insuportável. Volume de som demasiado alto.	8	2,5 %
Convidar um canal de TV para vir fazer reportagem à noite, nas praças e nos bares.	1	0,3 %
Nada a apontar.	8	2,5 %
Bilhetes mais caros.	10	3,2 %
Mais estacionamento.	17	5,4 %
Mais transportes para não se levar carros.	8	2,5 %
Mais espaços com música.	1	0,3 %
Preço das bebidas, mais baixos.	2	0,6 %
Privilégio para residente (pulseira).	2	0,6 %
Medidas que visam a sustentabilidade.	2	0,6 %
Redução de lixo como copos/garrafas de plástico no recinto.	3	0,9 %
Diferenciar os temas.	1	0,3 %
Mais apoio dos organizadores, ao longo do corso, para evitar que o cortejo esteja sempre a parar.	15	4,7 %
Maior Operação Stop.	3	0,9 %
Tradição e envolvimento Social.	1	0,3 %
Melhorar a qualidade do som nos palcos das Praças.	7	2,2 %
Mais caixotes do lixo.	1	0,3 %
Melhor organização do tráfego rodoviário, nas entradas e saídas.	4	1,3 %
Baias para separar público de nós (grupos de carnaval).	7	2,2 %
Mais infraestruturas de saneamento (WC), restauração e logística.	2	0,6 %
Continue a ser o que é.	6	1,9 %
Desenvolver o comércio local durante o ano inteiro.	2	0,6 %
Apoio aos moradores em caso de danos materiais.	2	0,6 %
Regalias para participantes.	2	0,6 %
Ter mais palcos para dispersar multidões. Alargar o recinto criando mais um palco no antigo sporting (em vez do bang que foi um falhanço). Palcos menos centrais para alargar o perímetro do evento e evitar a superlotação de algumas ruas.	8	2,5 %
Venda de garrafas dentro do recinto.	2	0,6 %
Reformular o curso das escolas.	5	1,6 %
Maior fiscalização nas entradas. Controlar o nº de entradas. Mais bilheteiras para diminuir a fila de espera.	3	0,9 %

Menos publicidade nacional (já está superlotado).	1	0,3 %
Maior controlo das bebidas que entram no recinto. Horário dos bares ilimitado. Delimitar as zonas dos bares. Aumentar a oferta de bares.	4	1,3 %
Diminuir o número de carros alegóricos derivado ao número de grupos estar a crescer, para que os grupos consigam dar mais de uma volta ao corso.	2	0,6 %
Não respondeu.	31	9,8 %
Não sei.	5	1,6 %
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100,0 %</b>

Fonte: Elaboração própria

Quadro 25 - Comentários Sobre o Carnaval

Comentários sobre o Carnaval	Fa	Fr
Épico.	1	0,3 %
Não haver o prémio da Confraria que infelizmente são os resultados mais viciados de sempre e toda a gente sabe disso!	1	0,3 %
O melhor do mundo!	12	3,8%
É lindo!	3	0,9 %
Cada vez mais é preciso tomar medidas de segurança.	2	0,6%
Repensar o Carnaval mais amigo dos habitantes.	1	0,3 %
É espetacular!	10	3,2%
Ampliar o espaço do corso.	6	1,9%
Este evento deveria de ser para maiores de 16 anos.	1	0,3 %
Continuem a divertir-se e a divertir o público.	2	0,6 %
O melhor deste planeta.	1	0,3 %
É bastante bonito, o Carnaval.	1	0,3 %
Melhor Carnaval em que participei.	1	0,3 %
Adoro!	4	1,3%
Regular mais e melhor os espaços de diversão noturna.	1	0,3 %
Bem bom!	2	0,6 %
Mais pode ser demais, demais pode deitar tudo a perder.	1	0,3 %
Excelente!	11	3,5%
Tenho pena que a juventude beba tanto e que haja violência.	2	0,6%
Pena, que o aproveitamento político queira estragar a essência do nosso Carnaval.	1	0,3 %
Gosto de tudo.	1	0,3 %
Apenas que não deixem morrer o espírito do nosso Carnaval.	1	0,3 %
Já chega de publicidade.	2	0,6%
Viva o Carnaval de Torres!	1	0,3 %
Música portuguesa.	1	0,3 %
Haver algum controlo sobre os assaltos.	1	0,3%
Dar mais visibilidade nacional ao Carnaval.	1	0,3 %
Baixar o valor dos bilhetes.	1	0,3 %

O mais português de Portugal.	3	0,9 %
Não caiam na tentação de comercializar algo tão genuíno.	1	0,3 %
Preço especial para os residentes no concelho de Torres Vedras.	1	0,3 %
Não se devia trabalhar 5 dias antes e 5 dias depois.	1	0,3 %
A cidade é muito grande para o Carnaval ser apenas no centro.	1	0,3 %
Os carros instantâneos não deveriam estar tanto tempo à espera para entrar no curso.	1	0,3 %
Mais distribuição de receitas pela comunidade civil que integra.	1	0,3 %
Produtos recicláveis durante o evento.	1	0,3 %
Pena, haver tantas drogas!	1	0,3 %
Mais casas de banho.	1	0,3 %
Mantenham o Carnaval dos torrienses.	1	0,3 %
Que o Carnaval deixe de ser um negócio autárquico e manipulador de votos e estratégias políticas.	1	0,3%
A música acabar cedo e fazer com que assim comessem a criar descatos.	1	0,3 %
Uniformização do som ao longo do curso.	1	0,3 %
Que os habitantes tivessem direito a livre transito garantido.	1	0,3 %
Deixem entrar garrafas de plástico no recinto e proibam apenas as de vidro.	1	0,3 %
Mais publicidade a nível dos kits do Carnaval.	1	0,3 %
Não respondeu.	224	70,9%
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100,0 %</b>

Fonte: Elaboração própria

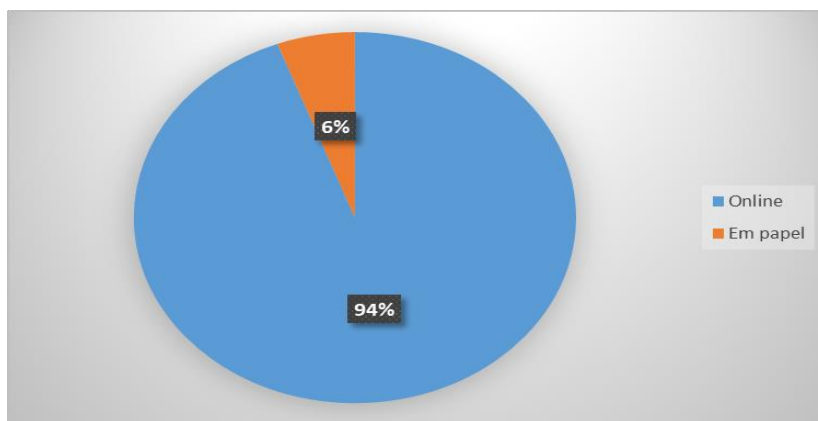


Figura 14 – Resposta ao questionário

## **ANEXOS**

ANEXO I - MAPAS DO CONCELHO DE TORRES VEDRAS E MAPA TURÍSTICO



Figura 15- Posição, freguesias e limites do concelho de Torres Vedras  
Fonte: Visitar Portugal, 2018



Figura 16- Mapa do concelho de Torres Vedras  
Fonte: CMTV, 2018

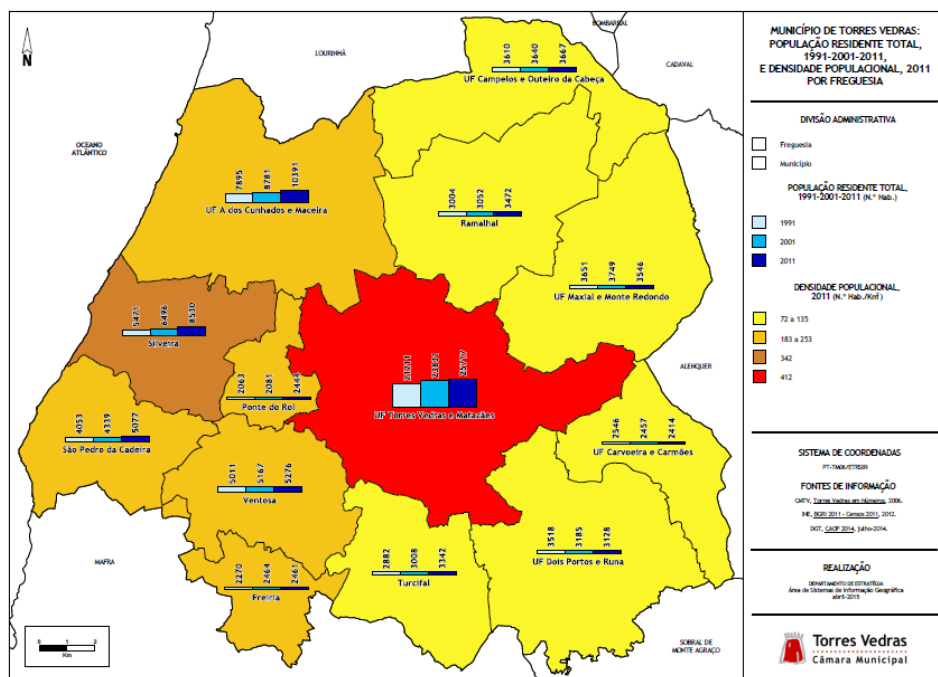


Figura 17- Densidade populacional por freguesia  
Fonte: CMTV, 2018

Mapa Turístico da Cidade de Torres Vedras



Figura 18- Mapa Turístico da Cidade de Torres Vedras  
Fonte: CMTV, 2018

## ANEXO II - QUADRO DA POPULAÇÃO RESIDENTE EM TORRES VEDRAS

MUNICÍPIO DE TORRES VEDRAS: POPULAÇÃO RESIDENTE TOTAL E DENSIDADE POPULACIONAL, POR FREGUESIA, 1991-2001-2011									
FREGUESIA	POPULAÇÃO RESIDENTE TOTAL						DENSIDADE POPULACIONAL		
	1991		2001		2011		1991	2001	2011
	N.º Hab.	%	N.º Hab.	%	N.º Hab.	%	N.º Hab./Km <sup>2</sup>		
Freiria	2 270	3,4	2 464	3,4	2 461	3,1	169	183	183
Ponte do Rol	2 063	3,1	2 081	2,9	2 444	3,1	213	215	253
Ramalhal	3 004	4,5	3 052	4,2	3 472	4,4	82	83	94
São Pedro da Cadeira	4 053	6,0	4 339	6,0	5 077	6,4	170	182	213
Silveira	5 471	8,1	6 496	9,0	8 530	10,7	219	260	342
Turoifal	2 882	4,3	3 008	4,2	3 342	4,2	117	122	135
Ventosa	5 011	7,5	5 167	7,2	5 276	6,6	193	199	203
UF A dos Cunhados e Maceira	7 895	11,8	8 781	12,2	10 391	13,1	150	167	197
UF Campelos e Outeiro da Cabeça	3 610	5,4	3 640	5,0	3 667	4,6	120	121	122
UF Carvoeira e Carmões	2 546	3,8	2 457	3,4	2 414	3,0	121	117	115
UF Dois Portos e Runa	3 518	5,2	3 185	4,4	3 128	3,9	81	74	72
UF Maxial e Monte Redondo	3 651	5,4	3 749	5,2	3 546	4,5	95	98	92
UF Torres Vedras e Mataoães	21 211	31,6	23 831	33,0	25 717	32,4	340	382	412
<b>Município</b>	<b>67 185</b>	<b>100,0</b>	<b>72 250</b>	<b>100,0</b>	<b>79 465</b>	<b>100,0</b>	<b>165</b>	<b>177</b>	<b>195</b>

UF União de Freguesias.

Fontes: CMTV, *Torres Vedras em Números*, 2006.

INE, *Censos 2011 - XV Recenseamento Geral da População e V Recenseamento Geral da Habitação (Dados Definitivos)* 2012.

DGT, *CAOP 2014*, julho-2014.

Realizado por CMTV - Departamento de Estratégia - Área de Sistemas de Informação Geográfica, abril-2015.

Figura 19- População Residente em Torres Vedras

Fonte: INE, 2011

**ANEXO III - POPULAÇÃO RESIDENTE ATIVA EMPREGADA SEGUNDO O SETOR DE ATIVIDADE**

MUNICÍPIO DE TORRES VEDRAS: POPULAÇÃO RESIDENTE ATIVA EMPREGADA SEGUNDO O SETOR DE ATIVIDADE, POR FREGUESIA, 2011							
FREGUESIA	POPULAÇÃO RESIDENTE ATIVA EMPREGADA SEGUNDO O SETOR DE ATIVIDADE						
	N.º Hab.				Representatividade (%)		
	Setor I	Setor II	Setor III	Total	Setor I	Setor II	Setor III
A dos Cunhados	434	864	2.559	3.857	11,3	22,4	66,3
Campelos	151	465	642	1.258	12,0	37,0	51,0
Carmões	32	83	192	307	10,4	27,0	62,5
Carvoeira	30	167	431	628	4,8	26,6	68,6
Dois Portos	53	205	584	842	6,3	24,3	69,4
Freiria	89	381	581	1.051	8,5	36,3	55,3
Matacães	22	109	267	398	5,5	27,4	67,1
Maxial	76	413	534	1.023	7,4	40,4	52,2
Monte Redondo	11	78	211	300	3,7	26,0	70,3
Ponte do Rol	82	283	740	1.105	7,4	25,6	67,0
Ramalhal	109	469	954	1.532	7,1	30,6	62,3
Runa	18	125	230	373	4,8	33,5	61,7
Santa Maria	61	663	2.407	3.131	1,9	21,2	76,9
São Pedro da Cadeira	118	867	1.234	2.219	5,3	39,1	55,6
São Pedro e Santiago	136	1.565	6.299	8.000	1,7	19,6	78,7
Silveira	342	930	2.538	3.810	9,0	24,4	66,6
Turcifal	80	360	1.055	1.495	5,4	24,1	70,6
Ventosa	203	920	1.238	2.361	8,6	39,0	52,4
Outeiro da Cabeça	22	167	185	374	5,9	44,7	49,5
Maceira	83	198	525	806	10,3	24,6	65,1
<b>Município</b>	<b>2.152</b>	<b>9.312</b>	<b>23.406</b>	<b>34.870</b>	<b>6,2</b>	<b>26,7</b>	<b>67,1</b>

Fonte: INE, Censos 2011 - XV Recenseamento Geral da População e V Recenseamento Geral da Habitação (Dados Definitivos), 2012.

Realizado por: CMTV-Área de Informação Geográfica e Cartografia-Departamento de Urbanismo, março-2013.

Figura 20- População Ativa Empregada Segundo o Setor de Atividade  
Fonte: INE, 2011

## ANEXO IV – RECURSOS DE TORRES VEDRAS



Figura 21- Rota Histórica das Linhas de Torres  
Fonte: Município de Arruda dos Vinhos, 2018



Figura 22- Termas dos Cucos  
Fonte: Alves, 2017



Figura 23- Termas do Vimeiro  
Fonte: Termas de Portugal, 2018



Figura 24 - Alguns dos percursos pedestres e rotas do concelho  
Fonte: CMTV, 2018

## ANEXO V - FOTOGRAFIAS DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS, 2018



Figura 25 - Carro dos reis do Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 26 - Carro alegórico do Polvo Marcelo, Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 27 - Tramp(a) para o planeta, Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 28 - Corso das Crianças no Carnaval de Torres Vedras, 2018.

Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 29 - Zés Pereiras e bombos do Carnaval de Torres Vedras, 2018.

Fonte: Site oficial do Carnaval de Torres Vedras



Figura 30 - Matrafonas do Carnaval de Torres Vedras, 2018.

Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 31 - Carro das Lúmbias, no Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 32 - Monumento “A Ira do Neptuno”, do Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 33 - Curso do Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: Site do CTV, 2018



Figura 34 - Cabeçudos do Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: *Site do CTV*, 2018



Figura 35 - To'candar no Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: *Site do CTV*, 2018



Figura 36 - Palco dos Dj's, no Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: *Site do CTV*, 2018

**ANEXO VI - FOTOGRAFIAS DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS DESDE OS ANOS**

20



Figura 37 - Carnaval de Torres Vedras na década de 20 do século XX, no largo da estação do Caminho-de-ferro.

Fonte: Umbelino, 2005: 27



Figura 38 - A primeira Rainha (Jaime Alves) do Carnaval de Torres Vedras, coroada em 1924.

Fonte: Umbelino, 2005: 144

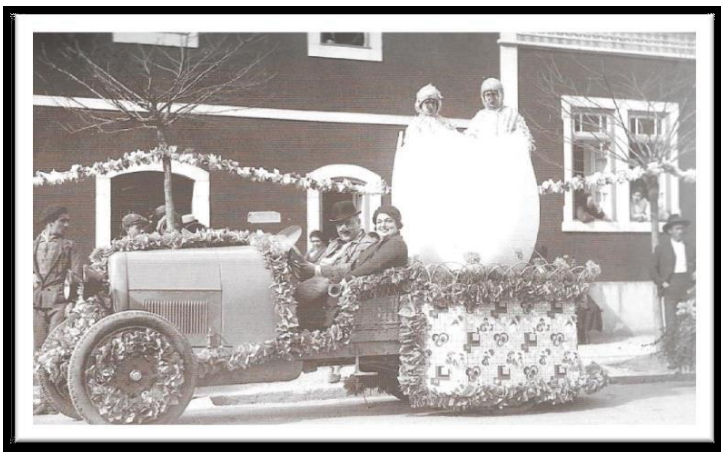


Figura 39 - Carro alegórico denominado O Ovo, no Carnaval de 1933.

Fonte: Umbelino, 2005: 41



Figura 40 - Carro real designado de *O Elefante de São João*, no Carnaval de 1933.

Fonte: Umbelino, 2005: 37



Figura 41 - Carro Real na década de 60.

Fonte: Umbelino, 2005: 179



Figura 42 - Grupo Carnavalesco Ministros e Matrafonas no Carnaval de Torres Vedras, 2015.

Fonte: Site oficial do CTV



Figura 43 - Grupo Carnavalesco As Lúmbias no Carnaval de Torres Vedras, 2015.

Fonte: Site oficial do CTV



Figura 44 - Grupo Carnavalesco «As Marias Cachuchas» no Carnaval de Torres Vedras, 2015.

Fonte: Site oficial do CTV



Figura 45 - Cabeçudos do Carnaval de Torres Vedras, 2015.  
Fonte: *Site oficial do Carnaval de Torres Vedras*

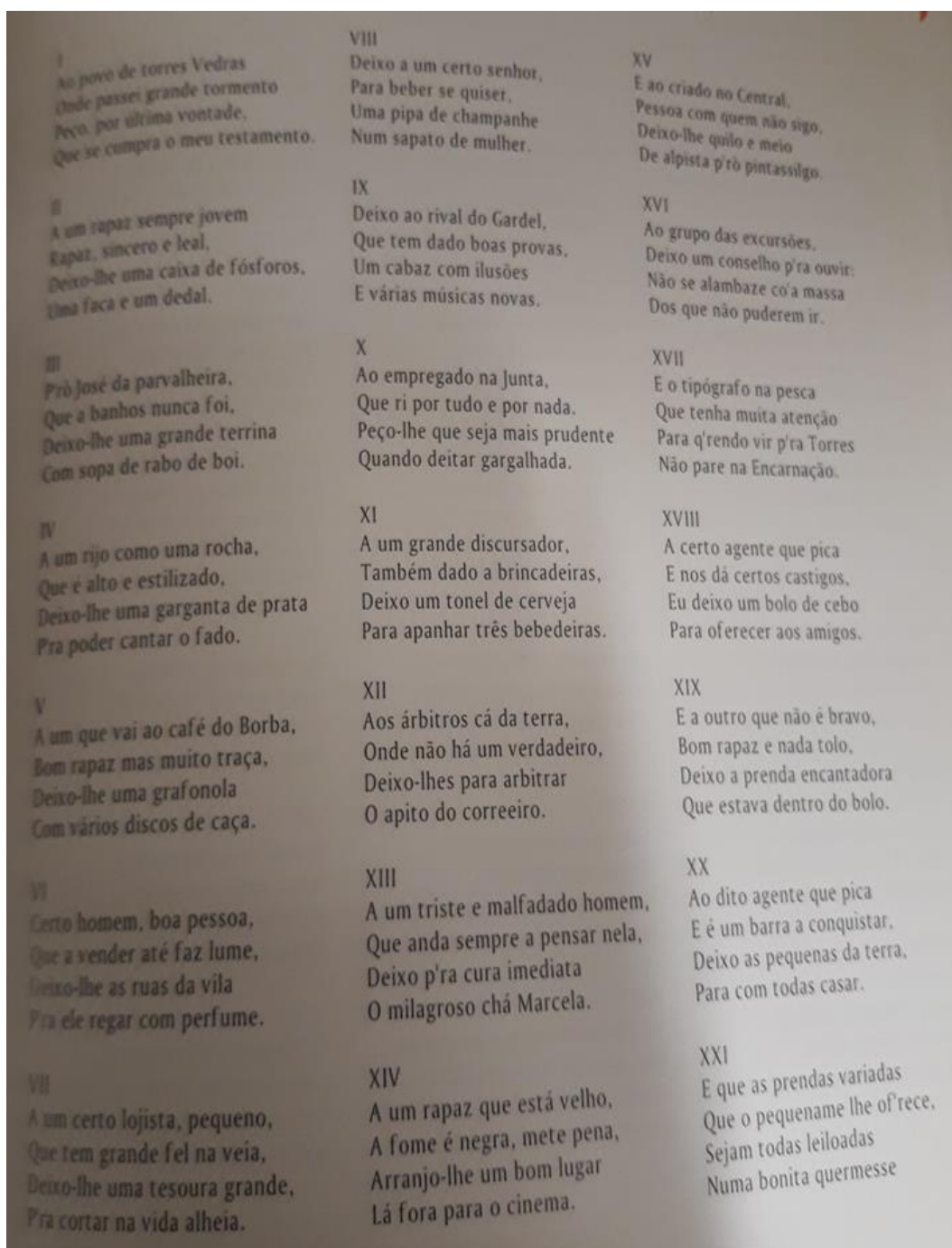


Figura 46 - Cabeçudos e bombos do Carnaval de Torres Vedras, 2018.  
Fonte: *Site oficial do Carnaval de Torres Vedras*



Figura 47 - Morte e enterro do Rei de Carnaval.  
Fonte: *Site do CTV*

## ANEXO VII - TESTAMENTO DO REI DO CARNAVAL DOM BONITO BRANQUINHO



XXII  
A um gajo dos trigos,  
Que algumas vezes se entorna,  
Deixo o circo e coisas mais  
Para ele ir bater "sorna".

XXIII  
Imponho aos filhos da terra  
Que tenham menos "garganta"  
E apresentem para o ano  
Um Carnaval com mais "planta".

XXIV  
Com a alma dolorida  
E os olhos postos no céu,  
Conto-lhes uma partida  
Que há bem pouco aconteceu.

XXV  
Em certa adega afamada  
Teve lugar um contrato  
Entre alguém que não tem nada  
E certa gente de tacto.

XXVI  
Um anjinho aqui de perto  
Negociante de palha,  
Pretendeu ser muito esperto,  
E por fim caiu na malha.

XXVII  
Meteu-se-lhe lá no caco  
Vinte contos arranjar,  
Sem ter de seu um pataco  
E sem ter de trabalhar.

XXVIII  
Esqueceu-se o panãozão  
Que nos tempos actuais  
Para se ter um tostão  
Há que ter mil vezes mais.

XXIX  
Vem o "severo" da Justiça  
Para que a "massa" não fuja  
E em fala toda castiça,  
Numa voz que não intruja.

XXX  
O capitalista chama  
As testemunhas legais:  
A das carnes, as dos trigos,  
E muitas e muitas mais.

XXXI  
A ínclita geração  
Dos Henriques imortais  
Acha-se representada  
Da conquista e navegação  
Até à auto-estrada.

XXXII  
Fez-se então a escritura  
E uma letra se preencheu.  
Mas nisto a tal criatura  
Com carinha de sandeu

XXXIII  
Fitando os olhos em alvo,  
Com ares de grande bimbo.  
Diz com modos de papalvo,  
- Então que é dele o carimbo?

XXXIV  
Aparece o instrumento  
Objecto da diabrura  
E o homem num lamento  
Sem perder a compostura.

XXXV  
Vê por terra os seus projectos  
Que além da borracha dura  
O selo tinha defeitos:  
Era duma grande altura

XXXVI  
O carimbo era ilegal,  
Ficou tudo sem efeito,  
Pois coisa tamanha e igual  
(Dizia o tal sujeito)  
Não existe em Portugal!!!

XXXVII  
A um menino barbeiro,  
Que por ser grande caçador,  
Deixo-lhe muitas galinholas  
P'ra as tratar com amor.

XXXVIII  
Quem julga peças de caça  
No lugar do Ramalhal,  
Obrigo-o a comer patos mansos  
P'ra ver se lhe faz mal.

XXXIX  
P'ra os bons caçadores  
Há muitos meios diversos  
E eu lego a todos eles  
Estes meus poucos versos.

XL  
Eu conheci uma lebre  
Que era mesmo um amor  
Porém receou visitar-me  
Por meu pai ser caçador.

XLI  
Peguei na espingarda  
Mas a vista receosa  
De errar, parece que adivinhava,  
Que a lebre era manhosa.

XLII  
Acabou-se o testamento  
Com mania de caçar,  
Receei não acabar  
Até ao último alento.

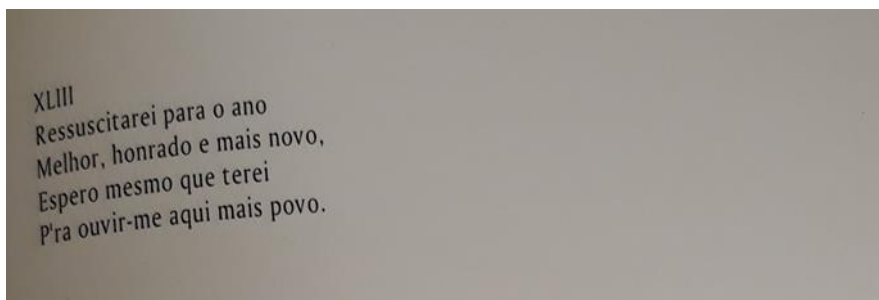


Figura 48 – Testamento do Rei de Carnaval Dom Bonito Branquinho

Fonte: Umbelino, Jaime (2005), *A Literatura nos Carnavais de Torres Vedras*: Câmara Municipal, pp. 79-

81

**ANEXO VIII - TEMA DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS**



Figura 49- Tema de Carnaval de 2018 (CTV, 2016)

## ANEXO IX - MAPA DO RECINTO DO CORSO DE CARNAVAL DE TORRES VEDRAS

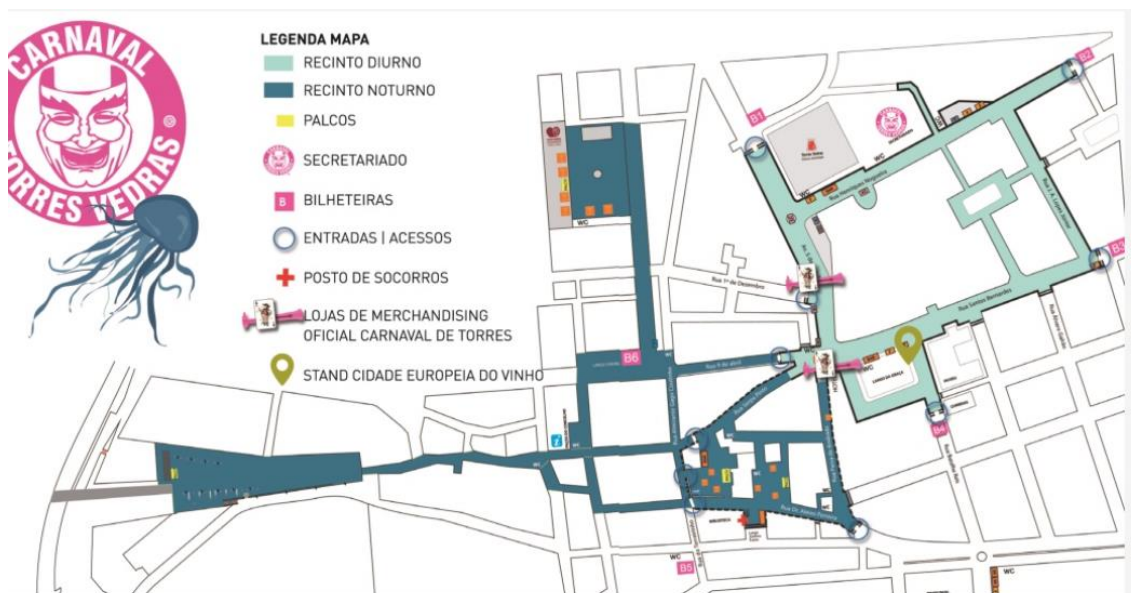


Figura 50 - Mapa do Recinto do Corso de Carnaval de Torres Vedras

Fonte: Site CMTV, 2016

## ANEXO X - PROGRAMA DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS, 2018

### 20 janeiro | sábado

19h00| Inauguração do Monumento ao Carnaval de Torres Vedras 2018

Loca: Praça da República, Torres Vedras

### 9 fevereiro | sexta-feira

09h30 | Corso Escolar

22h30 | Chegada e entronização dos Reis

22h30 | Dj's Carnaval

- Palco 1 | Praça Machado Santos
- Palco 2 | Praça Sagres

04h00 | Encerramento dos Palcos

### 10 fevereiro | sábado

21h00 | Corso Noturno, Concurso de Grupos de Mascarados, Tó' Candar

22h30 | DJ's Carnaval

- Palco 1 | Praça Machado Santos
- Palco 2 | Praça Sagres
- Palco 3 | Mercado Municipal
- Palco 4 | Praça Dr. Alberto Manuel Avelino (Choupal)

03h00 | Abertura de portas do recinto

04h00 | Encerramento dos palcos

### 11 fevereiro | domingo

14h00 às 20h00 | Programa "Somos Portugal" TVI

14h30 | Corso Diurno, Desfile de Carros Alegóricos, Grupos de Mascarados, Tó' Candar

19h00 | Abertura de Portas do recinto

22h30 | Dj's Carnaval

- Palco 1 | Praça Machado Santos
- Palco 2 | Praça Sagres

04h00 | Encerramento dos Palcos

### 12 fevereiro | segunda-feira

14h30 | Baile de Máscaras Tradição (Pavilhão Multiusos da Expotorres)

21h00 | Corso Noturno/ Corso Trapalhão, Tó' Candar

22h30 | DJ's Carnaval

- Palco 1 | Praça Machado Santos
- Palco 2 | Praça Sagres
- Palco 3 | Mercado Municipal
- Palco 4 | Praça Dr. Alberto Manuel Avelino (Choupal)

23h00 | Concurso Matrafonas (Av. 5 Outubro)

03h00 | Abertura de portas do recinto

04h00 | Encerramento dos palcos

**13 fevereiro | terça-feira**

14h30 | Corso Diurno – Desfile de Carros Alegóricos, Grupos de Mascarados, Tó’Candar

19h00 | Abertura de portas do recinto

**14 fevereiro | quarta-feira**

21h00 | Enterro do Entrudo com Fogo de Artifício (Praça da República ao Tribunal)

Fonte: *Site* do CTV

ANEXO XI - REAL CONFRARIA DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS



Figura 51 – Real Confraria do Carnaval de Torres Vedras

Fonte: *Site Confraria do CTV*

## ANEXO XII - O SAMBA DA MATRAFONA

### Samba da Matrafona

Ela tem hora de partida na Caravela  
Só o final do Túnel a fará voltar  
É matrafona  
Que não há noutro lugar  
Matrafona tem mulher na casa dela  
Nem esse sapato a fará parar  
É matrafona  
Ninguém se vai enganar

E quem se rir só por te ver  
Cumpre bem certo o teu querer  
É matrafona, que o samba é de cá...  
O sol na praça vai nascer  
E a matrafona só quer viver  
Esperou o ano inteiro  
É carnaval!

Lá, lá, lá...

Matrafona é Matrafona  
Não tem...  
Matrafona é Matrafona  
Não tem samba no pé!

Ela tem hora de partida na Caravela  
Só o final do Túnel a fará voltar  
É matrafona  
Ninguém se vai enganar  
O sol na praça vai nascer  
E a matrafona só quer viver  
Esperou o ano inteiro  
É carnaval!

Lá, lá, lá...

Lá vem ela, lá vem ela a tropeçar no salto  
Abraça todo o mundo e cantando alto  
Manda beijo de batom borrado  
Num vestido que parece do tamanho errado  
Alegria, alegria, alegria  
Nessa toada vai até ao raiar do dia  
meia calça rasgada  
A perna cabeluda  
Pulando animada nesse “Deus nos acuda”

Ela tem hora de partida na Caravela  
Só o final do Túnel a fará voltar  
É matrafona  
Que não há noutro lugar

Matrafona tem mulher na casa dela  
Nem esse sapato a fará parar  
É matrafona  
Ninguém se vai enganar

Música: Susana Félix/ João Cabrita  
Letra: Susana Félix/ Emicida  
Voz: Susana Félix/ Zeca Pagodinho e  
Emicida  
Edição: Promotorres EM

Fonte: Site do CTV