

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais
Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade

Organização de eventos no contexto local:
a Feira Cultural de Coimbra

António Manuel Gil Rodrigues Cardoso

Coimbra, 2020

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

António Manuel Gil Rodrigues Cardoso

Organização de eventos no contexto local:
a Feira Cultural de Coimbra

Dissertação de Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a
Sustentabilidade, apresentada ao Departamento de Comunicação e Ciências
Empresariais da Escola Superior de Educação de Coimbra para obtenção do
grau de Mestre

Constituição do júri:

Presidente: Professora Doutora Adília Rita Cabral de Carvalho

Arguente: Professora Doutora Andreia Filipa Antunes Moura

Orientadora: Professora Doutora Susana Maria Peixoto Godinho Lima

agosto, 2020

Agradecimentos

Após a frequência do Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade na Escola Superior de Educação de Coimbra e decorrido o período de estágio na Câmara Municipal de Coimbra é tempo de, ao fazer uma retrospectiva, lembrar todos os que direta ou indiretamente permitiram que atingisse este patamar do meu projeto de vida.

Assim e, em primeiro lugar, um especial agradecimento à minha orientadora de estágio, Dr.^a Susana Lima e a todos os restantes professores do mestrado, pelo profissionalismo e abertura revelados.

À minha supervisora na Câmara Municipal de Coimbra, Dr.^a Filomena Dias, um agradecimento pela forma proativa e diligente com que sempre me acompanhou, bem como à restante equipa da Divisão de Cultura e Promoção Turística, pela receptividade e gentileza com que sempre me acolheram.

Um reconhecimento sentido ao Dr. António Monteiro, por me ter inserido e instruído no processo de planeamento / organização da Feira Cultural de Coimbra e pela orientação facultada.

Ao Dr. Joaquim Correia, um agradecimento especial por me ter aceite na Divisão de Cultura e Promoção Turística e pelo profissionalismo demonstrado no decorrer da Feira Cultural.

À Dr.^a Dina de Sousa, da Casa Municipal da Cultura de Coimbra, pelos esclarecimentos sobre a Feira Medieval e por ter permitido que participasse na Ceia deste mesmo evento e ao senhor Ilídio Soares, pela inserção no Posto de Turismo do Município, a fim de acompanhar durante uma semana o dia a dia do espaço.

Aos diversos técnicos superiores, funcionários e colaboradores da Câmara Municipal de Coimbra como os quais trabalhei e confraternizei no decurso da Feira Cultural e da Ceia Medieval.

Ao Dr. Francisco Paz e aos expositores presentes no evento, pela amabilidade, disponibilidade e receptividade demonstradas durante a realização das entrevistas para recolha de informações relativas à Feira Cultural, que em muito contribuíram para o enriquecimento do trabalho desenvolvido.

À minha colega estagiária Andreia Gomes, pela colaboração prestada durante a Feira Cultural e pelo acompanhamento nos diversos dias do evento.

Aos meus colegas de mestrado, especialmente aos que comigo elaboraram os diversos trabalhos de grupo nas diversas disciplinas frequentadas, também um agradecimento. Com eles vivi dias espetaculares, de amizade, entreajuda, partilha e dedicação conjuntos, mas também de saudável camaradagem nos momentos de relaxamento e convívio entre aulas.

Por fim à minha família, um especial agradecimento pela ternura, apoio, incentivo e por sempre terem acreditado nas minhas capacidades.

Resumo

O turismo é um setor em constante crescimento, sendo que, mais do que nunca, os destinos tentam atrair visitantes através da dinamização de eventos nas mais diversas áreas. O presente trabalho procurou perceber quais os fatores determinantes para o sucesso de um evento no contexto local de um destino, através da análise do caso concreto da Feira Cultural de Coimbra.

O estudo decorreu no âmbito de um estágio na Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra. Durante dois meses e meio, foi possível perceber as dinâmicas turísticas da cidade, contactar com profissionais habituados a planear e realizar eventos e participar na Feira, desde a fase de planeamento até ao encerramento.

Relativamente aos aspetos específicos da investigação, pretendeu-se verificar quais os pontos que podiam ser melhorados no processo de planeamento, refletir sobre algumas questões observadas aquando da participação no evento e avaliar o potencial da Feira em termos turísticos para a cidade de Coimbra.

No que concerne à metodologia de trabalho adotada, optou-se por desenvolver uma análise qualitativa da informação coligida. Esta foi recolhida, quer através de notas retiradas aquando da observação direta durante o evento, quer através de entrevistas semiestruturadas levadas a cabo a alguns expositores e ao diretor do Departamento de Cultura e Turismo da autarquia.

Os resultados obtidos permitiram verificar que a Feira tem potencial para crescer e continuar a apresentar-se como um evento-bandeira da cidade, sendo um exemplo para possíveis eventos noutros locais com um conceito similar. Para isso, há que continuar o bom trabalho desenvolvido, ainda que seja necessário rever e adequar algumas questões de índole estrutural, de forma a potenciar ainda mais o evento, principalmente a nível nacional.

Palavras-chave:

Gestão e planeamento de eventos; evento como estratégia de *marketing*; Feira Cultural de Coimbra.

Abstract

Tourism is a growing sector and, more than ever, destinations try to attract visitors by promoting events in very diverse areas. The present report tries to understand which factors shape the success of an event in the local context of a destination, through the analysis of the specific case of the Coimbra Cultural Fair.

This study derives from an internship at the Culture and Tourism Promotion Division of the Coimbra City Council. For two and a half months, it was possible to understand the tourism dynamics of the city, to contact professionals familiar with planning and holding events and to participate in the fair, from the planning phase until the closing.

Regarding the specific aspects of the investigation, it was intended not only to verify which aspects could be improved in the planning process, but also to reflect on some issues observed when participating in the event as well as to assess the potential of the fair in terms of tourism for the city of Coimbra.

Regarding the methodology of this dissertation, the study adopts a qualitative analysis of the collected information. Data was gathered both in notes taken through direct observation during the event, and in semi-structured interviews carried out with some exhibitors and the Director of the Department of Culture and Tourism of the municipality.

The results confirmed that the fair has the potential to grow and continues to present itself as a flagship event in the city, being an example for possible events in other cities with a similar concept. To achieve that, it is necessary to continue the good work developed, even though it is advisable to review and adapt some structural issues in order to further enhance the event, especially at the national level.

Keywords:

Event management and planning; event as a marketing strategy; Coimbra Cultural Fair.

Índice

Abreviaturas	VIII
Índice de figuras	IX
Índice de quadros	XI
Introdução	1
I. REVISÃO DA LITERATURA	5
I.1. Conceptualização	7
I.1.1. Nota introdutória	7
I.1.2. Os eventos: enquadramento conceptual	8
I.1.3. Os eventos como produto turístico e fator de contribuição para a dimensão turística dos territórios	16
I.1.4. Tipologias de eventos	23
I.1.5. Síntese.....	33
I.2. Gestão de eventos e planeamento	35
I.2.1. Nota introdutória	35
I.2.2. A gestão de eventos	35
I.2.3. Planeamento estratégico	39
I.2.4. Evento como estratégia de marketing.....	44
I.2.5. Síntese.....	46
I.3. A importância dos eventos para a dinamização do turismo local	48
I.3.1. Nota introdutória	48
I.3.2. Atratividade dos destinos urbanos e modalidades de turismo em contexto urbano	48
I.3.3. Avaliação de eventos para o contexto local	54
I.3.4. Síntese.....	56
II. CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DO ESTÁGIO	59
II.1. Nota introdutória.....	61
II.2. Caracterização da entidade onde foi realizado o estágio	63
II.2.1. Câmara Municipal de Coimbra	63
II.2.2. Organograma / Estrutura Orgânica	64
II.3. Caracterização das atividades desenvolvidas no estágio	65

II.4. Participação na Feira Medieval de Coimbra 2019	67
II.5. Feira Cultural de Coimbra	69
II.5.1. Contextualização histórica	69
II.5.2. Perspetiva dos autarcas.....	70
II.5.3. Áreas temáticas da Feira	71
II.5.4. Edição de 2019: dinâmicas, características e contributos	72
II.5.5. Tarefas desempenhadas.....	75
II.6. Análise crítica	76
III. ESTUDO EMPÍRICO	77
III.1. Nota introdutória.....	79
III.2. Objetivos e metodologia.....	80
III.3. Resultados da investigação	83
III.3.1. Caracterização dos entrevistados	83
III.3.2. Análise das entrevistas	86
III.3.3. Discussão de resultados	104
III.4. Síntese.....	114
IV. CONCLUSÕES	115
IV.1. Nota introdutória	117
IV.2. Conclusões gerais	117
IV.3. Limitações do estágio e da investigação	121
IV.4. Principais contributos e perspetivas futuras	122
Bibliografia.....	125
Créditos das Figuras	132
Anexos.....	134
I - Executivo municipal e respetivas competências.....	134
II - Distribuição da estrutura orgânica da Câmara Municipal de Coimbra	136
III - Competências da Divisão de Cultura e Promoção Turística	139
IV - Imagens da Ceia Medieval de 2019	142
V - Imagens da Feira Cultural de Coimbra 2019.....	144
VI - Tarefas desempenhadas no pré, durante e pós-Feira Cultural de 2019.....	149
VII - Imagens relativas às tarefas desempenhadas no decorrer da Feira Cultural de 2019	153

VIII - Guião das entrevistas efetuadas a nove expositores da Feira Cultural.....	157
IX - Entrevistas efetuadas a nove expositores da Feira Cultural.....	158
X - Guião da entrevista efetuada ao diretor do DCTCMC.....	180
XI - Entrevista efetuada ao diretor do DCTCMC	182
XII - Análise da entrevista efetuada ao diretor do DCTCMC.....	189
XIII - Quadro-síntese da discussão de resultados.....	204

Abreviaturas

APECATE - Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos

CAE - Classificação das Atividades Económicas

CEARCAL - *Centro Regional de Artesanía de Castilla y León*

CEARTE - Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património

CMC - Câmara Municipal de Coimbra

DCPT - Divisão de Cultura e Promoção Turística

DCPTCMC - Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra

DCT - Departamento de Cultura e Turismo

DCTCMC - Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Coimbra

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

ESEC - Escola Superior de Educação de Coimbra

EXPO'98 - Exposição Internacional de Lisboa de 1998

FCC - Feira Cultural de Coimbra

FOACAL - *Federación de Organizaciones Artesanas de Castilla y León*

ICCA - Associação Internacional de Congressos e Convenções

OMT - Organização Mundial do Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

SMTUC - Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Índice de figuras

Figura 1. Criação de conhecimento e pesquisa no estudo dos eventos	15
Figura 2. Estrutura orgânica da Câmara Municipal de Coimbra	64
Figura 3. Cartaz da Feira Medieval de Coimbra 2019	67
Figura 4. Cartaz da Feira Cultural de Coimbra 2019	72
Figura 5. Preparação da sala para a receção aos convidados	142
Figura 6. Mesa destinada aos anfitriões do evento	142
Figura 7. Disposição do lugar para cada participante	142
Figura 8. Personagem interpretada no decorrer do evento.....	142
Figura 9. Algumas iguarias presentes no evento.....	143
Figura 10. Algum do pessoal responsável pela preparação do evento e da Viv'Arte	143
Figura 11. Os anfitriões - Infante D. Pedro e D. Isabel de Urgel.....	143
Figura 12. Alguns participantes vestidos a rigor.....	143
Figura 13. Um dos muitos momentos de animação ao longo do evento.....	143
Figura 14. Palco do Coreto (principal).....	144
Figura 15. Palco dos Livros (secundário)	144
Figura 16. Auditório.....	144
Figura 17. Pavilhão da Biblioteca Municipal de Coimbra.....	144
Figura 18. Principal área de esplanada.....	145
Figura 19. Perspetiva da área principal de esplanada	145
Figura 20. Kid zone.....	145
Figura 21. Reconstituição de uma antiga sala de aula dirigida a miúdos e graúdos	145
Figura 22. Exemplo de um expositor de gastronomia	145
Figura 23. Exemplo de um espaço de street food	145
Figura 24. Um dos corredores da área reservada aos livros.....	146
Figura 25. Exemplo de dois expositores ligados aos livros	146
Figura 26. Um dos corredores da área reservada ao artesanato	146
Figura 27. Exemplo de um expositor de artesanato oriundo de Nisa	146
Figura 28. Exemplo de um expositor de artesanato com origem em Coimbra	146
Figura 29. Exemplo de um expositor de artesanato vindo de Bragança	146

Figura 30. Exemplo de um expositor de artesanato oriundo de Arganil.....	147
Figura 31. Exemplo de um expositor de artesanato oriundo de Barcelos	147
Figura 32. Exemplo de um expositor de artesanato vindo de Santarém	147
Figura 33. Exemplo de um expositor de artes plásticas com origem em Coimbra ..	147
Figura 34. Exemplo de dois expositores de edições musicais.....	147
Figura 35. Exemplo de um expositor ligado à representação institucional.....	147
Figura 36. Exemplo de um expositor ligado à cultura e criatividade oriundo de Coimbra.....	148
Figura 37. Exposição de fotografias "A Fita do Tempo" sobre a crise académica de 1969.....	148
Figura 38. Palestra relativa à comemoração dos 30 anos da atribuição do Prémio Camões a Miguel Torga	148
Figura 39. Palestra "O Jornalista e o Autor" com José Rodrigues dos Santos.....	148
Figura 40. Exemplo de uma atuação diurna no Palco do Coreto	148
Figura 41. Exemplo de uma atuação noturna no Palco do Coreto	148
Figura 42. Excerto da tabela dos expositores de artesanato	153
Figura 43. Excerto da tabela dos expositores de livros	153
Figura 44. Tabela dos expositores institucionais	153
Figura 45. Panorâmica do Parque Dr. Manuel Braga com a distribuição dos expositores	154
Figura 46. Excerto da tabela relativa à distribuição dos expositores na base de dados do evento	154
Figura 47. Diferentes fases de montagem da Feira	155
Figura 48. Exemplo de uma placa de numeração / localização dos expositores.....	155
Figura 49. Exemplo de placas de indicação / localização das áreas temáticas	155
Figura 50. Ficha de check-in a ser preenchida no serviço de secretariado da Feira	156
Figura 51. Folhas de indicação por ramo / tema a serem preenchidas no serviço de secretariado do evento	156

Índice de quadros

Quadro 1. Contributo de algumas disciplinas para o estudo de eventos.....	13
Quadro 2. Semelhanças e diferenças entre eventos e turismo	17
Quadro 3. Fatores de motivação de visita	18
Quadro 4. Indicadores quantitativos de avaliação da dimensão turística dos eventos	22
Quadro 5. Indicadores qualitativos de avaliação da dimensão turística dos eventos.	22
Quadro 6. Compilação das diferentes tipologias de eventos e ideias por autor.....	31
Quadro 7. Modalidades de turismo na cidade e tipos de visita.....	51
Quadro 8. Identificação dos entrevistados	85
Quadro 9. Aspetos positivos e negativos identificados através da técnica de observação direta ao processo de planeamento e realização da Feira Cultural de Coimbra 2019	204

Introdução

A atividade turística é, atualmente, uma área com um peso significativo em qualquer economia local, contribuindo muito positivamente para o desenvolvimento das regiões. Esta crescente importância do setor deve-se, entre outras razões, não só à própria liberalização dos mercados e desenvolvimento dos meios de transporte (especialmente aéreos), mas também à grande evolução tecnológica verificada nos últimos anos, não esquecendo ainda o aumento da qualidade de vida das populações (que valorizam cada vez mais os tempos de lazer e relaxamento). Apesar disso, a atividade turística se inadequadamente gerida, pode também provocar efeitos negativos, afetando recursos locais e respetiva comunidade podendo, em certos casos, comprometer a herança das gerações futuras.

Ao longo do Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade, foi recorrente a ideia de ser imprescindível garantir e/ou salvaguardar a preservação ambiental, cultural, social e económica, tanto em centros urbanos, como em áreas rurais, destacando-se alguns exemplos dentro da atividade turística, como o turismo ativo, cultural e patrimonial, o *green tourism* e a realização de eventos.

Através desta linha de pensamento, surgiu a oportunidade de realizar um trabalho de investigação que permitisse dar ênfase ao processo de planeamento de um evento e perceber a sua importância para o local onde é realizado. Sendo que o estágio se realizaria em Coimbra, a escolha recaiu num evento que decorresse na cidade na mesma altura, de modo a simplificar a obtenção e análise de informações, tendo para o efeito sido selecionada a Feira Cultural.

Os eventos têm um peso bastante importante no setor do turismo, exercendo um papel multifacetado (de âmbito cultural, social, político e económico) no destino onde os mesmos tenham lugar, apresentando-se como meio para aumentar o consumo, promover o desenvolvimento local, melhorar a imagem dos territórios e diminuir a sazonalidade (Marujo, 2012, & OMT, 2003, citado por Marujo, 2014). Para além disso, a realização de eventos pode servir como veículo para proteger / preservar o património histórico e heranças culturais dos destinos.

Sendo o setor do turismo um dos maiores beneficiários com a expansão da vertente dos eventos (principalmente ao nível dos impactos económicos), este cenário advém da chegada constante de visitantes e da vinda de pessoas ligadas ao segmento *corporate*, com o objetivo de participar nas atividades desenvolvidas, dinamizando indiretamente os setores ligados aos transportes públicos, hotelaria e restauração, contribuindo para a criação de mais empregos (para fazer face à procura) e estimulando a economia dos destinos.

De acordo com Coutinho e Coutinho (2007), o turismo de eventos exige atualização, especialização e aperfeiçoamento diário, por forma a que os organizadores possam reinventar as atividades que levam a cabo e mantenham, ao mesmo tempo, os seus índices competitivos. Assim, os eventos permitem a experimentação e a partilha de emoções através de um convívio social, enriquecendo a experiência dos participantes, para além de contribuírem para a dinamização dos territórios, através da riqueza gerada e os impactos que daí podem resultar. Para Melo Neto (1999, citado por Coutinho & Coutinho, 2007), a participação em eventos, pode ainda desenvolver o espírito crítico dos visitantes.

Por essa razão, a relação eventos-turismo contribui para a afirmação dos territórios enquanto pólos turísticos (Gomes & Devile, 2017), surgindo a partir desta ligação diversas tipologias de eventos que, em maior ou menor escala, permitem a atração de visitantes ao local onde são realizados. De acordo com Vieira (2015), os turistas que viajam por motivos profissionais, constituem a maior parte dos participantes em reuniões / congressos. Para além deste segmento, existem ainda os visitantes que se deslocam para assistir, por exemplo, a eventos religiosos, desportivos, festivais de música, feiras temáticas ou que celebrem datas festivas como o Carnaval, Páscoa e Passagem de Ano. O autor refere ainda que uma das questões que deve ser seguida pelos destinos / organizadores aquando do planeamento de um evento, é o de assentar a base da sua realização nos recursos que cada local tem para oferecer, mas tendo consciência que estes devem ser utilizados de forma sustentável.

Neste contexto, definiu-se como principal objetivo desta dissertação, analisar o impacto que a Feira Cultural de Coimbra tem para a cidade. Quanto aos objetivos específicos da investigação, pretendeu-se:

- ✓ Verificar os aspetos que poderiam ser melhorados no processo de planeamento do evento;
- ✓ Refletir sobre algumas questões observadas aquando da participação no evento, inferindo o que poderia ser melhorado em futuras edições;
- ✓ Refletir sobre o potencial da Feira em termos turísticos para a cidade de Coimbra.

Para isso recorreu-se, em termos de metodologia, à modalidade de estudo de caso, realizando uma pesquisa qualitativa a partir das notas tomadas no decurso da observação direta / participante durante os onze dias de realização do evento, complementada com informações diversas recolhidas durante o estágio curricular efetuado no âmbito do mestrado, para além de terem sido realizadas entrevistas semiestruturadas a pessoas com envolvimento direto e indireto na preparação / decurso do acontecimento, de forma a perceber as suas perspetivas em relação ao mesmo.

No que se refere à estrutura do presente trabalho, este está organizado em quatro partes distintas.

A primeira parte apresenta num capítulo inicial (Conceptualização), uma contextualização sobre a temática dos eventos e o respetivo estado da arte neste domínio científico, abordando aspetos como os acontecimentos, no âmbito da atividade turística dos territórios e algumas das tipologias de eventos com maior representatividade / reconhecimento. No capítulo seguinte (Gestão de eventos e planeamento), explora-se a temática relativa ao processo de gestão e planeamento estratégico de eventos (diferenciando os dois conceitos), para além de ser elaborada uma análise sobre como é que os acontecimentos podem constituir-se como estratégia de *marketing* eficaz para os destinos onde são concretizados. O terceiro e último capítulo da primeira parte (A importância dos eventos para a dinamização do turismo local), está orientado para a análise da capacidade dos destinos urbanos para realizarem

eventos, identificar algumas modalidades turísticas com maior representatividade para estes territórios (opta-se por realizar uma análise ao contexto urbano, tendo em conta o local escolhido pelo aluno para concretizar o seu estágio e o tipo de evento escolhido para efetuar o estudo empírico) e avaliar a importância dos eventos para a afirmação do turismo local.

Quanto à segunda parte do trabalho, direciona-se para a caracterização e análise do estágio curricular realizado na Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra (DCPTCMC) entre 8 de abril e 14 de junho, incluindo para isso uma caracterização geral da autarquia, organograma, atividades desenvolvidas no decorrer do período de estágio, análise da participação na Feira Medieval de Coimbra 2019, caracterização geral da Feira Cultural de Coimbra (FCC), evento que serviu de base à elaboração do estudo empírico e uma análise crítica final.

A terceira parte constitui-se como a mais importante do trabalho, já que incide no estudo empírico sobre a FCC. Nesta, apresentam-se os objetivos e a metodologia utilizada no decorrer da investigação, seguindo-se uma análise qualitativa aos resultados da investigação, encontrando-se a mesma distribuída da seguinte forma: caracterização resumida dos intervenientes escolhidos para as entrevistas semiestruturadas, análise geral das mesmas e ainda um subcapítulo dedicado à discussão de resultados, com o objetivo de refletir sobre as informações recolhidas junto dos entrevistados, fazendo-se ainda uma ponte com as temáticas exploradas no decorrer da primeira parte do trabalho atendendo também às anotações do aluno, através da técnica de observação direta / participante, durante os onze dias de realização da Feira Cultural.

Finalmente, a quarta parte inclui as conclusões gerais do trabalho e as principais limitações no decurso do estágio e da investigação. Apresenta ainda uma análise ao contributo do trabalho para a compreensão da importância e complexidade inerentes à organização de eventos, bem como para a afirmação dos destinos urbanos enquanto espaços de cultura e com potencial atrativo junto dos visitantes de diferentes perfis. Elaboram-se, para isso, algumas recomendações para investigações futuras que possam vir a ser desenvolvidas sobre estes domínios científicos.

I. REVISÃO DA LITERATURA

I.1. Conceptualização

I.1.1. Nota introdutória

De modo a contextualizar a temática do trabalho de investigação pretende-se, neste primeiro capítulo, elaborar uma discussão conceptual sobre os eventos e sua importância para a dinamização dos destinos turísticos.

Assim, o segundo subcapítulo (Os eventos: enquadramento conceptual) apresenta algumas definições apontadas por autores e investigadores com ligação à atividade turística e, em concreto à área dos eventos, explorando-se igualmente alguns dos contributos que este tipo de acontecimentos acarretam para os destinos. Através da análise / pesquisas efetuadas e a fim de resumir a informação, procura-se formular uma definição geral da temática, para além de ser apresentada uma análise relativa ao contributo das diversas disciplinas académicas para o estudo dos eventos.

No subcapítulo seguinte (Os eventos como produto turístico e fator de contribuição para a dimensão turística dos territórios), intenta-se efetuar a ponte entre o setor turístico e a área dos eventos, introduzindo para isso o termo turismo de eventos. Para além disso, analisam-se os contributos e benefícios inerentes à realização de determinados acontecimentos, bem como o papel estratégico das ações de *marketing* para atrair visitantes. Para concluir o subcapítulo, avaliam-se as diferenças entre a perspetiva dos eventos e a do turismo (ao nível da procura e oferta), os diversos fatores de motivação que contribuem para que as pessoas se desloquem para um determinado local com o objetivo de participar nas dinâmicas, perceber como é que os eventos podem apresentar-se como um produto estratégico para os destinos (com base no potencial que revelam para captar visitantes e gerar o máximo de impactos positivos) e identificar alguns indicadores de âmbito quantitativo e qualitativo necessários para avaliar a dimensão dos acontecimentos.

O quarto subcapítulo apresenta primeiramente uma compilação de algumas tipologias de eventos, temáticas ligadas ao processo de planeamento dos acontecimentos, bem como algumas perspetivas sobre a área dos eventos, defendidas por autores e investigadores ligados ao setor do turismo. Após esta análise, procede-se à caracterização / diferenciação entre as tipologias Mega Eventos, Eventos de Grandes

Dimensões e Eventos Especiais e, em conclusão, para facilitar a sua interpretação, apresenta-se sob a forma de quadro, uma compilação das perspetivas defendidas por cada autor ao longo deste subcapítulo.

I.1.2. Os eventos: enquadramento conceptual

Nos últimos anos, a realização de eventos em determinados locais, tem contribuído para melhorar a sua imagem, seja pela capacidade em atrair novos visitantes, seja pela retenção de riqueza e desenvolvimento social da respetiva comunidade.

De acordo com Getz (2005, citado por Pimentel, Vieira, & Biz, 2017, p. 2218), “os eventos são acontecimentos únicos, mesmo quando estão na segunda edição, e são singulares, decorrente dos diferentes tipos de gestão, programa, configurações e pessoas”. Estes podem divergir em dimensão, forma como são realizados, tema estrutural, comunicação social representada no decorrer dos mesmos, meios utilizados pelos organizadores para promover o evento, infraestruturas necessárias, custos associados e respetivo retorno financeiro, benefícios e consequências para o local (Bowdin, Allen, O’Toole, Harris, & McDonnell, 2006), categoria onde se inserem, local(ais) escolhido(s) para a sua realização e características gerais que permitem identificar a tipologia a que pertencem (Britto & Fontes, 2002, citado por Pimentel *et al.*, 2017).

Getz (2009, citado por Simões, 2012) refere ainda que os eventos são fenómenos temporais planeados que apresentam um começo e fim. O programa e restantes dinâmicas do acontecimento, incluem-se num processo de planeamento que necessita de ser bem ponderado e detalhado, para além de ser necessário efetuar com a devida antecedência a divulgação do evento através dos diversos meios promocionais. Geralmente, os acontecimentos estão confinados a um determinado espaço / lugar, podendo este apresentar-se sob a forma de instalação / infraestrutura específica (fixa ou temporária), num espaço aberto de grandes dimensões (como por exemplo recintos de feiras agrícolas e/ou industriais), ou englobar diversos locais em simultâneo.

Já Watt (1998, citado por Simões, 2012) refere que o conceito de evento deve ser flexível, de forma a adequar-se aos diferentes contextos, sendo que os organizadores devem estabelecer parâmetros e objetivos de trabalho, por forma a facilitar o processo de planeamento do acontecimento.

Para descrever o significado de eventos, Vieira (2015, p. 18) apoia-se em três dicionários distintos. De acordo com “o *Oxford Advanced Learner’s Dictionary* (7ª edição, 2005)”, os eventos são “o que acontece, especialmente algo importante”. Já “o *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea* da Academia das Ciências de Lisboa (2001)” refere que um evento é “o que tem lugar ou sucede, especialmente quando é invulgar ou importante”. Por fim, “o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* do Instituto António Houaiss de Lexicografia Portugal (2003)”, descreve um evento como sendo um “acontecimento geralmente observável” que pode ser uma “festa, espetáculo, comemoração, solenidade, etc., organizado por especialistas, com objetivos institucionais, comunitários ou promocionais”.

Com base nas definições observadas, Vieira (2015, p. 18) dá a sua perspetiva sobre a temática. Assim, “os eventos são acontecimentos efémeros promovidos por (...) empresas, organismos e instituições, organizados para comemorar uma data, para divertimento dos participantes ou por qualquer outra razão relacionada com a sua vida, a vida das empresas, a vida das cidades ou a vida de uma comunidade local, regional ou nacional”, distinguindo ainda dois tipos de eventos no que diz respeito ao seu nível de organização: os mais simples e fáceis de organizar (reuniões empresariais) e os de maior complexidade (campeonatos da Europa e do mundo de futebol ou os jogos olímpicos). Apesar disso, em qualquer dos casos, existe uma apresentação de um ou mais produtos / conteúdos subordinados ao tema do evento que, para ser adequadamente apresentado / divulgado junto do público, deve ser alvo de um processo de planeamento que seja adaptado à realidade de cada caso.

No que diz respeito aos eventos de maior dimensão, onde são necessários recursos financeiros superiores, as “funções de planeamento, organização e controlo” estão bem definidas, ajudando os organizadores a distribuir as tarefas entre si. Caso haja uma

conjugação destas três fases, a realização do evento vai ser bem sucedida (Vieira, 2015, p. 18).

Já Coutinho e Coutinho (2007) referem que os eventos apresentam-se vulgarmente como uma festa, algo para divertimento e/ou comemoração de um determinado acontecimento / data festiva, tendo como característica principal a capacidade para entreter os que nele participam.

Com base num conjunto de atividades, dinâmicas e serviços, a realização de eventos num destino pode trazer ao mesmo diversos benefícios, sendo os de âmbito económico os que porventura oferecem um maior contributo ao território. Outra consequência é a redução da sazonalidade, ajudando na revitalização do setor hoteleiro em épocas baixas (aumentando assim a taxa de ocupação) e do comércio local com tendência para reduzir o volume de vendas nos meses de menor procura turística.

Para que um destino possa retirar o máximo de benefícios ao nível da realização de eventos, é importante que os empresários e população local tenham um maior envolvimento nas tomadas de decisão, de forma a facilitar o planeamento do acontecimento por parte dos organizadores, nomeadamente através da elaboração de planos de ação mais adequados à realidade local e que permitam fazer face às necessidades de cada grupo. Por essa razão, duas das tarefas que se impõem aos organizadores de eventos são proceder ao levantamento dos recursos locais e realizar um diagnóstico territorial aprofundado (Coutinho & Coutinho, 2007).

O investimento a ser realizado pelas autarquias e respetivas divisões de cultura e turismo a respeito da organização de eventos, deve estar de acordo com as possibilidades reais do território e nunca sobrepor-se, possibilitando a criação de objetivos concretos que “permitam uma visão global (...) e a projeção de cenários futuros” (Petrocchi, 2001, citado por Coutinho & Coutinho, 2007, p. 4).

A criação de uma agenda cultural que comporte eventos de forma mensal, pode ser uma solução eficaz e uma mais-valia para que os territórios consigam ter uma maior capacidade de atração turística e possam aumentar a riqueza gerada no destino, sendo que os principais beneficiados acabam por ser as unidades hoteleiras e os estabelecimentos de restauração e comércio (Coutinho & Coutinho, 2007).

Para se ter uma ideia do potencial da realização de eventos, Coutinho e Coutinho (2007, p. 4) apoiam-se no Relatório da EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) divulgado em 1998, que refere que um turista de eventos em território brasileiro gasta “três vezes mais do que um turista convencional de férias”, para além de permanecer entre dois a cinco dias no mesmo local. O mesmo relatório indica alguns impactos positivos associados à indústria dos eventos, tais como o maior equilíbrio entre a procura e a oferta por bens e serviços; aumento da taxa de ocupação turística nas unidades hoteleiras; possibilidade de realização de acontecimentos em épocas consideradas baixas (reduz a sazonalidade); aumento das receitas para o território que acolhe o evento; benefícios importantes para a população onde o acontecimento é realizado (o mesmo deve ser bem planeado); transmissão de uma imagem positiva do destino, comparativamente a outros locais próximos geograficamente (a interação entre visitantes e comunidade local tem um peso bastante importante); possibilidade de tornar o turismo de eventos num nicho turístico relevante, devido à capacidade dos territórios para atrair um número considerável de acontecimentos; enriquecimento cultural da comunidade local; e ainda a possibilidade de, em certos casos, existir um maior envolvimento da comunidade e empresários locais nos processos de tomadas de decisão. Apesar deste relatório estar direcionado para o exemplo brasileiro, a verdade é que o contexto das informações se pode aplicar perfeitamente a outros países, Portugal incluído.

Associada à preparação de eventos, os organizadores devem planear atempadamente todas as dinâmicas inerentes ao acontecimento, sendo igualmente necessária uma promoção / estratégia de *marketing* eficaz. Estes devem identificar as necessidades dos futuros participantes e da população residente do local onde se realiza o evento, nomeadamente os produtos e recursos que mais hipóteses têm de satisfazer ambos os grupos (Carneiro & Fontes, 1997).

Com base na pesquisa efetuada, uma possível definição que pode descrever de forma homogénea o significado de um evento turístico é: realização de um acontecimento que apresente maior ou menor grau de planeamento por parte dos seus organizadores, durante um ou mais dias, em horário e local a definir, para comemoração ou não de uma determinada data / época festiva. Paralelamente, os organizadores devem utilizar

os recursos presentes nos territórios, tendo sempre como objetivo principal o entretenimento dos participantes, promovendo assim o intercâmbio social e o próprio local onde o evento se realiza. Os acontecimentos podem, igualmente, contribuir para a geração de riqueza ou numa vertente sem fins lucrativos, permitindo ainda que seja criado um cenário de cooperação entre setores / serviços.

Até aqui, a análise efetuada incidiu / pretendeu contextualizar a temática dos eventos, através da enumeração de algumas definições apontadas por um conjunto de autores. Importa agora analisar as perspetivas relativas ao estudo académico dos eventos e as razões / objetivos que permitem a formulação de conhecimento sobre a área.

Como foi possível constatar, duas das características que podem ser imputadas à temática dos eventos são a sua complexidade e multidimensionalidade, que, em determinados casos, exigem um planeamento prévio exaustivo. Para além disso, o processo acaba por ter tendência para ir evoluindo, de acordo com as alterações de mercado e consequentes variações ao nível das motivações / necessidades dos participantes que constituem o denominado público-alvo do evento (Quinn, 2009).

Getz (2007, citado por Marujo, 2014) refere a existência de quatro aspetos que não devem ser descurados na área dos eventos: em primeiro lugar, a questão do planeamento para quem tem de o realizar; em segundo, o envolvimento das pessoas nos eventos com base na sua experiência pessoal; em terceiro lugar, a avaliação que é feita do evento, tanto pelos organizadores, como pelos participantes (depois de o mesmo ter terminado); e, por fim, os estudos que têm de ser efetuados para melhorar o evento nas edições seguintes.

Nas últimas décadas, o estudo dos eventos tem vindo a destacar-se no panorama literário académico, nomeadamente no que concerne ao turismo. Assim, os investigadores da área têm por norma apoiar-se em diferentes disciplinas, permitindo que seja elaborado um estudo multidisciplinar sobre vários aspetos inerentes à temática dos eventos, em especial os que remetem para a sociedade e economia (Getz, 2004, citado por Marujo, 2014).

Marujo (2014, p. 6) identifica alguns exemplos de disciplinas que maior contributo têm dado para o estudo dos eventos, como sejam a “Antropologia, Sociologia, Economia, Gestão, Psicologia, História, Geografia”. Com o objetivo de contextualizar a informação por si recolhida, a autora apresenta uma síntese (quadro 1) que compila alguns dos contributos de cada uma das disciplinas referidas para o estudo da temática dos eventos, bem como os motivos que levam à participação e os impactos que podem decorrer da sua concretização, baseando-se para isso nas perspetivas de Getz (2007); Marujo (2012); e de Quinn (2009).

Quadro 1. Contributo de algumas disciplinas para o estudo de eventos

Antropologia Social e Cultural	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comparação sistemática das culturas em eventos ♦ Foco nas representações simbólicas da cultura 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Importância cultural e significados das festas e festivais ♦ Simbolismo do evento ♦ Autenticidade
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Influências culturais para participar nos eventos (tradições)
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Impactos culturais (interações entre turistas e anfitriões) ♦ Mercantilização do evento
Sociologia	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Estudo das interações sociais nos eventos 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Significados sociais dos eventos ♦ Experiências sociais em eventos ♦ Interação ♦ Comportamento social
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Fatores sociais que influenciam a procura (família, etnia, religião, cultura, comunidade)
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Impactos sobre grupos sociais e a sociedade como um todo ♦ Perceções dos residentes e atitudes sobre os eventos ♦ Efeitos sociais na sociedade recetora
Geografia Humana	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Estudo da interação humana a nível espacial e temporal nos eventos ♦ Estudo da localização, a diferenciação regional, as relações homem / meio 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Eventos ligados aos recursos, cultura e atividade humana ♦ Tempos associados ao evento ♦ Experiência e significado do lugar do evento
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Procura ligada à distância e acessibilidades ♦ Influência da religião e da cultura entre as regiões
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Impactos ambientais, sociais e culturais ♦ Atitudes sobre o espaço e o lugar do evento ♦ Sustentabilidade do evento ♦ Interação oferta / procura

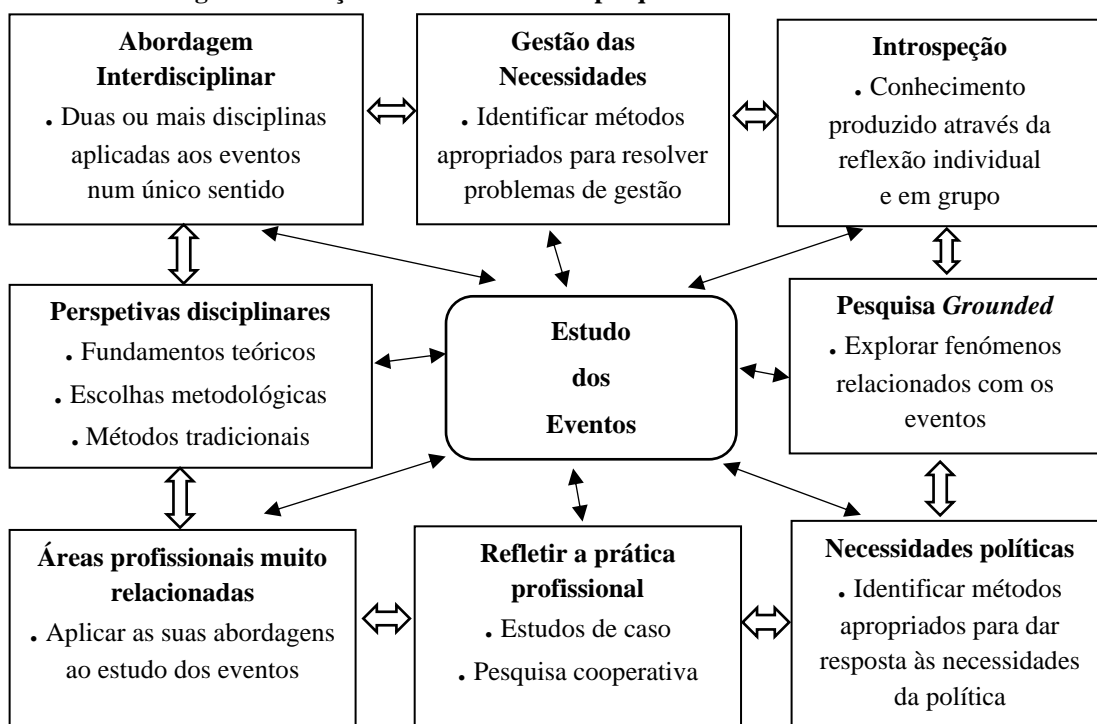
Psicologia Social	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Estudo do comportamento humano em situações sociais ♦ Estudo da perceção, memória, sentimento e conhecimento do evento 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Papel social ♦ Necessidades pessoais, motivos, preferências
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Efeito da idade, sexo, educação, estilo de vida ♦ A influência dos grupos de referência social ♦ Necessidades sociais
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Satisfação das necessidades ♦ Impactos na personalidade, valores e atitudes
Economia	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Estudo dos comportamentos de consumo nos eventos 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Significados do consumo ♦ Justificação do valor monetário para a experiência do evento
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Incentivos económicos e barreiras ao consumo ou participação ♦ Custo de viagem
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Medição de impactos económicos
História	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Análise da evolução histórica dos eventos ♦ Interpretações dos eventos 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Importância dos eventos através da história ♦ Mudanças nos significados anexados aos eventos ♦ Mudanças na forma como as pessoas experimentam os eventos
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Tendências da procura e o consumo de eventos ♦ Razão de frequentar eventos e o que se deseja deles
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Evidências históricas dos impactos ♦ Análise dos impactos a longo prazo
Gestão	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Estudo da empresa relacionado com o evento ♦ Gestão governamental do destino do evento 	
Natureza, significados e experiência do evento	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comercialização de eventos
Motivos para participar nos eventos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Imagem e marca do evento ♦ Eficácia do <i>marketing</i>
Resultados e impactos	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Os impactos nos intervenientes

Fonte: Adaptado de Getz (2007); Marujo (2012); & Quinn (2009), citado por Marujo (2014)

Através do quadro 1, é possível ter uma noção sobre os diversos contributos multidisciplinares para a temática dos eventos, sendo que o conhecimento vai sendo aperfeiçoado a partir das mudanças que se verificam regularmente no mercado turístico e nas respetivas tendências. Os organizadores de eventos, podem assim apoiar-se nos estudos de investigadores ligados à área, de forma a facilitar a criação de dinâmicas adaptadas à realidade dos locais numa ótica sustentável.

De acordo com Getz (2007, citado por Marujo, 2014), a interligação de ideias com base no contributo de diversas disciplinas académicas, permite analisar os eventos de acordo com os objetivos pretendidos por cada investigador, promovendo a criação de novo conhecimento. A figura 1 permite sistematizar algumas das dinâmicas necessárias para a formulação de estudos relativos à área dos eventos.

Figura 1. Criação de conhecimento e pesquisa no estudo dos eventos



Fonte: Adaptado de Getz (2007), citado por Marujo (2014)

A análise da figura 1 permite verificar as diversas fontes para obtenção de conhecimento, através da utilização de conceitos que se insiram na temática dos eventos, definição dos seus limites e respetiva categorização. Para estudar um determinado acontecimento no seu todo, é importante que os investigadores recorram às diversas disciplinas académicas, para assim terem uma visão mais alargada do cenário pretendido para as suas pesquisas (Getz, 2007, citado por Marujo, 2014).

I.1.3. Os eventos como produto turístico e fator de contribuição para a dimensão turística dos territórios

Numa conjuntura em constante mudança, a relação entre eventos e turismo está consolidada. Se por um lado existem pessoas que viajam para um determinado destino porque o seu objetivo é participar num evento, outras existem que, aproveitando a estadia num território onde decorre um acontecimento, acabam por a este aderir mesmo que apresentem outras motivações para realizar a deslocação. Comprovando este cenário, Getz (2008) refere que o turismo de eventos tem experienciado um crescimento substancial nas últimas décadas.

Apesar dos eventos terem uma forte componente turística, existem casos em que estes não têm como propósito principal a captação de visitantes (congressos e conferências) mas que indiretamente acabam por gerar a deslocação de pessoas e riqueza nos territórios (com maior preponderância para os setores hoteleiro e da restauração). Os eventos acabam por se distinguir entre si, tendo em conta os objetivos, tempo de duração, dimensão e/ou espaço disponível para albergar o acontecimento, data escolhida de realização e as motivações que levam a que os visitantes tenham interesse em participar. Por essa razão, quanto maior for a capacidade do evento para se distinguir dos demais, maior é a “oportunidade para que este se diferencie no mercado e conquiste o seu público-alvo” (Gomes & Devile, 2017, p. 448).

A relação eventos-turismo assenta então a sua base numa vertente económica e na capacidade de retenção dos destinos, pois os participantes acabam por comprar / consumir diversos produtos / serviços turísticos complementares no decorrer dos eventos (desde o alojamento e restauração aos transportes públicos). Este cenário acaba por ter maior incidência no decorrer de eventos desportivos ou musicais de grandes dimensões (Vieira, 2015).

Para compreender a relação entre os eventos e o turismo, Vieira (2015) identificou algumas semelhanças e diferenças entre ambos (quadro 2).

Quadro 2. Semelhanças e diferenças entre eventos e turismo

	Eventos	Turismo
A nível da procura	Dependem da motivação dos participantes	Depende da motivação dos visitantes
	Dependem da capacidade económica dos participantes e dos patrocinadores	Depende da capacidade económica dos turistas. Não tem patrocínios
	Dependem de fatores externos à indústria dos eventos, como por exemplo a segurança	Depende de fatores externos ao turismo como a segurança
A nível da oferta	São acontecimentos efémeros com datas de início e final previamente definidas	São serviços oferecidos permanentemente e que os turistas utilizam enquanto quiserem
	«Escondem-se» em atividades como a organização de eventos, o aluguer de espaços e os transportes	«Esconde-se» em atividades como a hotelaria, a restauração, os transportes e a animação que o turista compra e utiliza diretamente

Fonte: Adaptado de Vieira (2015)

Através da análise ao quadro 2, pode dizer-se que os eventos se apresentam como a experiência a ser adquirida pelo participante, possibilitando o convívio social num determinado espaço. Já o turismo apoia-se nos recursos que os destinos têm para oferecer, a fim de criar dinâmicas e atividades que possam contribuir para a atração de visitantes aos locais onde são realizadas (Vieira, 2015).

Apesar de não existir um consenso entre os investigadores ligados à compreensão do fenómeno dos eventos, uma visão que tem suscitado debate ao longo dos anos e que é descrita por Vieira (2015), é a definição redutora da Organização Mundial do Turismo. Para esta entidade, um determinado acontecimento só pode ser considerado como evento, caso tenha pelo menos dez participantes, quatro horas de duração, seja realizado num local onde geralmente não é permitida a passagem / estada dos participantes e tenha como dois dos principais objetivos o educar e/ou informar (os eventos de carácter académico não contam para a estatística).

Por aqui se percebe a razão para tal definição suscitar debate, não existindo menção a algumas das tipologias ligadas à indústria dos eventos, como sejam os casos dos concertos musicais, inaugurações e reuniões. Por essa razão, a análise ao setor dos eventos numa vertente económica (permita a criação de empregos e gere riqueza para os territórios), social (contribua para o bem-estar das populações residentes nos locais

onde os eventos são realizados) e cultural (mantenha as tradições), são essenciais para garantir a viabilidade dos acontecimentos (Vieira, 2015).

No que se refere às motivações que levam os visitantes a quererem participar num determinado evento, Gomes e Devile (2017) apoiam-se em Mohammad (2014); Shanka e Alamiyo (2012); e em Woo, Yolal, Cetinel, & Uysal (2012) que indicam alguns dos fatores que contribuem para que os visitantes tenham interesse em se deslocar a um destino, com o objetivo de participar num acontecimento que esteja a decorrer nesse período. Para sistematizar as informações, procede-se à elaboração do quadro 3.

Quadro 3. Fatores de motivação de visita

Dimensão	Fator de Motivação	Autor(es)
Social	Estar com pessoas que se estão a divertir e que partilham os mesmos gostos / interesses	Shanka e Alamiyo (2012); & Woo <i>et al.</i> (2012)
	Assistir ao evento com amigos e divertir-se em viagem	Mohammad (2014); & Shanka e Alamiyo (2012)
	Observar pessoas que estão no festival e conhecer novas pessoas	Shanka e Alamiyo (2012); & Woo <i>et al.</i> (2012)
Reputação do Evento	O festival é único e de reconhecida qualidade	Mohammad (2014); Shanka e Alamiyo (2012); & Woo <i>et al.</i> (2012)
Fuga	Momento de lazer e recreação capaz de aliviar o <i>stress</i> e que represente um escape do quotidiano	Mohammad (2014); Shanka e Alamiyo (2012); & Woo <i>et al.</i> (2012)
Coesão Familiar	Experiência em família e incrementar a coesão social	Mohammad (2014); Shanka e Alamiyo (2012); & Woo <i>et al.</i> (2012)
Experiência	Experienciar a cultura e costumes locais	Mohammad (2014); & Shanka e Alamiyo (2012)
	Viver novas experiências autênticas e excitantes	Mohammad (2014); Shanka e Alamiyo (2012); & Woo <i>et al.</i> (2012)
	Curiosidade e experienciar o festival na primeira pessoa	Woo <i>et al.</i> (2012)
	Variedade de oferta	
Turismo	Recursos naturais e culturais, tradições locais e atrações turísticas	Mohammad (2014); & Shanka e Alamiyo (2012)
	Conhecer um território desconhecido	Mohammad (2014)

Fonte: Adaptado de Mohammad (2014); Shanka e Alamiyo (2012); & Woo *et al.* (2012), citado por Gomes e Devile (2017)

A realização de eventos, contribui assim para atenuar as desigualdades entre territórios (especialmente entre cidades e áreas rurais), numa tentativa de desenvolver os mesmos de forma sustentável (Gomes & Devile, 2017).

No caso dos grandes centros urbanos, os Mega Eventos apresentam-se como um meio de atração turística em grande escala, tornando-se num dos principais motivos para a chegada de visitantes aos territórios. Para isso, devem ser bem planeados pelas entidades responsáveis pelo processo de organização (câmaras municipais e/ou organizadores), em consonância com um trabalho em rede entre todos os *stakeholders* pois, tanto comunidade local, como hotelaria, comércio e transportes, podem beneficiar com a realização destes acontecimentos. Assim, os locais que apresentem uma cultura de eventos relativamente consolidada, são aqueles que maior probabilidade têm de receber um fluxo constante de visitantes, contribuindo para a economia dos territórios e para reduzir a sazonalidade turística (Šušić & Đorđević, 2011).

Essencialmente nas últimas décadas, o turismo de eventos “tornou-se um sector bastante competitivo, em parte devido ao carácter apelativo generalizado dos eventos” e à capacidade que cada local apresenta para os realizar (Getz, 2007, citado por Marujo, 2014, p. 3), significando que os aspetos positivos da realização destes acontecimentos, podem servir como fator diferenciador entre destinos, permitindo a formulação de uma imagem apelativa dos mesmos junto dos visitantes. Para Marujo (2012, citado por Marujo, 2014), os eventos têm o potencial de ser utilizados como uma importante ferramenta de *marketing*, permitindo o posicionamento ou reposicionamento de um destino no mercado turístico.

Tal como foi referido anteriormente, a criação de uma agenda cultural mensal que comporte os eventos que ocorrem num determinado território, permite compilar um conjunto de acontecimentos religiosos, gastronómicos, culturais, desportivos ou empresariais, promovendo uma procura turística constante durante todo o ano.

Para Getz (2008), podem ser identificadas duas perspetivas associadas à temática dos eventos em contexto turístico. A primeira, diz respeito às viagens dos turistas que tenham como motivação (pode ser ou não a razão principal da viagem) a participação

num determinado evento e as razões porque o fazem. A segunda, remete para a perspetiva de quem organiza e promove o evento, que tem como uma das principais missões, a promoção de uma correta interação entre população local e visitantes.

Outro dado importante é referido por Coutinho e Coutinho (2007) que se apoiam na Associação Internacional de Congressos e Convenções (ICCA). Segundo esta mesma entidade, o período de maior incidência dos eventos, ocorre preferencialmente entre os meses de maio e outubro (sendo setembro o mês com maior expressão), apresentando uma duração média de aproximadamente cinco dias (vertente dos eventos de maior dimensão).

Em território português, é visível o crescente interesse dos locais (autarquias) em acolher determinados eventos, sendo que, em certos casos, podem passar a ser o local-sede para as edições posteriores de um mesmo acontecimento, como são os casos do *RFM Somnii* na Figueira da Foz (festival de música eletrónica) ou, mais recentemente, a *Web Summit* que se realiza na Altice Arena / Feira Internacional de Lisboa (FIL). Este cenário advém da preocupação dos territórios em se quererem afirmar no panorama turístico nacional e internacional, para assim obterem os benefícios que daí poderão resultar, seja na promoção de uma imagem positiva dos próprios locais junto dos possíveis visitantes, ou na captação de maior riqueza.

Apesar de todos os aspetos positivos inerentes à realização de eventos, é no entanto fundamental definir limites, para se perceber o real contributo dos acontecimentos para os territórios e o seu papel dentro da dimensão turística, através da identificação dos objetivos que levam a que um determinado evento se realize, a tipologia dos respetivos participantes e os impactos que o mesmo pode provocar no destino. Simultaneamente, os objetivos / conceito do evento devem ser planeados atempadamente, resultando daí o sucesso ou insucesso do acontecimento. Esta ação permite que seja feita uma monitorização e avaliação adequada à dimensão e importância que o evento detém (Gomes & Devile, 2017).

A título de exemplo, um estudo levado a cabo por Palmer, Jones e Will (2004), permitiu verificar os impactos da nomeação de Capital Europeia da Cultura para as cidades escolhidas para receberem as dinâmicas relativas a este acontecimento. Para

além de possibilitar a captação de mais visitantes, pode incentivar a requalificação de infraestruturas (principalmente as de âmbito cultural), criar uma oferta artística integrada e diversificada nos territórios, estimular o gosto pela arte e cultura e promover o sentimento de pertença entre a comunidade local. Já Bergsgard, Garcia e Jøsendal (2016) referem nas suas conclusões que os eventos contribuem de forma inequívoca para a economia das regiões, permitem a promoção da identidade cultural dos locais e respetivos habitantes, apresentam forte capacidade para gerar competitividade, desenvolver os territórios e incentivar a reestruturação urbanística.

De acordo com Gomes e Devile (2017), para que um destino possa ficar a ser conhecido através dos eventos que realiza, é necessário adotar um conjunto de estratégias de comunicação eficazes, para que a divulgação tenha os resultados esperados e suscite interesse nos visitantes. O contributo sociocultural dos eventos é ainda, na ótica das autoras, uma das questões mais importantes para os territórios, na medida em que os organizadores têm de proceder ao planeamento sustentado dos acontecimentos, de forma a que este promova um conjunto de impactos assertivos para as respetivas populações, mas também para os próprios participantes. Assim, alguns impactos de cariz sociocultural decorrentes do processo de planeamento dos eventos são o aumento do sentimento de pertença / identidade das comunidades locais, introdução de ideias inovadoras que contribuem para revitalizar a cultura e respetivas tradições nos territórios e criação de experiências autênticas que satisfaçam as motivações dos participantes (Carvalho, Costa, & Ferreira, 2015; Derret, 2003; Etiosa, 2012; & Palmer *et al.*, 2004, citado por Gomes & Devile, 2017), devendo os seus efeitos ser analisados a longo prazo (Santos, 2000), de forma quantitativa e qualitativa, para não se ficar pela simples “medição do número de dormidas em estabelecimentos de alojamento, do número de chegadas ao destino, das receitas do evento, do número de público” (Gomes & Devile, 2017, p. 451).

De modo a compilar alguns indicadores de natureza quantitativa e qualitativa que contribuem, em maior ou menor escala, para avaliar o contexto dos eventos dentro do setor turístico, procede-se à elaboração dos quadros 4 e 5, tendo em consideração o raciocínio de Gomes e Devile (2017), que, por sua vez, se apoiaram nas perspetivas de outros autores como Bergsgard *et al.* (2016); Clark (2008); Coutinho e Coutinho

(2007); Etiosa (2012); Gonçalves (2008); Liu (2015); Palmer *et al.* (2014); Ribeiro, Vareiro, Fabeiro e de Blas (2006); e ainda Richards e Palmer (2010).

Quadro 4. Indicadores quantitativos de avaliação da dimensão turística dos eventos

Indicadores Quantitativos	Autor(es)
Económicos	
Gastos turísticos	Liu (2015)
Atração de investimento interno e externo para o turismo	
Emprego direto e indireto gerado	Gomes & Devile (2017)
Surgimento de novos negócios turísticos	Coutinho & Coutinho (2007)
Procura	
Número de dormidas em estabelecimentos de alojamento turístico	Coutinho & Coutinho (2007)
Taxa de ocupação cama	
Período de estada média	
Alterações na taxa de sazonalidade	
Número de chegadas ao destino	Gomes & Devile (2017)
Estratégias de Comunicação	
Número de acessos ao <i>website</i> do evento	Gomes & Devile (2017)

Fonte: Adaptado de Coutinho e Coutinho (2007); & Liu (2015), citado por Gomes e Devile (2017)

Quadro 5. Indicadores qualitativos de avaliação da dimensão turística dos eventos

Indicadores Qualitativos	Autor(es)
Imagem do Destino	
Melhoria da reputação do destino	Bergsgard <i>et al.</i> (2016); & Ribeiro <i>et al.</i> (2005)
Alteração do posicionamento do destino O evento tornou-se uma vantagem competitiva	Liu (2015); Gonçalves (2008); & Bergsgard <i>et al.</i> (2016)
Alteração da perceção do destino	Liu (2015); Richards e Palmer (2010); & Clark (2008)
Oferta Turística	
O evento passou a integrar a oferta turística do destino	Palmer <i>et al.</i> (2014)
Ambiente Físico	
Regeneração urbana	Palmer <i>et al.</i> (2014); Liu (2015); & Bergsgard <i>et al.</i> (2016)
Relação entre o evento e o território	Etiosa (2012); & Liu (2015)
Tipo de Visitantes	
Atração de novos segmentos de mercado	Palmer <i>et al.</i> (2014); & Gonçalves (2008)
Propósito / Conceito	
O evento foi desenhado com propósito turístico	Gomes & Devile (2017)

Fonte: Adaptado de Bergsgard *et al.* (2016); Clark (2008); Coutinho e Coutinho (2007); Gonçalves (2008); Liu (2015); Palmer *et al.* (2014); Ribeiro *et al.* (2005); & Richards e Palmer (2010), citado por Gomes e Devile (2017)

Em conclusão, o aparecimento da designação turismo de eventos veio dar maior ênfase ao processo de planeamento e realização dos acontecimentos. De acordo com Carneiro e Fontes (1997), os eventos têm o poder de aproximar grupos de pessoas com interesses comuns, gerar / fortalecer as relações sociais entre os participantes e, em certos casos, ao nível das transações comerciais, gerar fluxos de deslocamento e visitação, tanto maiores quanto o número e diversidade de acontecimentos que um determinado território realize. A temática dos eventos apresenta-se assim como um mecanismo que permite o desenvolvimento / crescimento de setores-chave como sejam a hotelaria, transportes e restauração.

I.1.4. Tipologias de eventos

O setor dos eventos tem experienciado (principalmente nas últimas décadas) um desenvolvimento contínuo na sua importância para a sociedade, apresentando potencial para crescer e evoluir. Sendo uma área dinâmica, é importante existir uma divisão dos diversos contextos associados aos acontecimentos, permitindo desta forma uma compilação de tipologias bastante vasta.

A oferta crescente e variada de eventos tem contribuído para que os destinos minimizem os efeitos da sazonalidade nos seus territórios, com base num fluxo constante de visitantes, em especial naqueles em que a procura turística se encontra em níveis considerados baixos (Marujo, 2012, citado por Marujo, 2014). Assim, os eventos apresentam-se como instrumentos de coesão territorial e de promoção de uma imagem que se pretende ver difundida além-fronteiras (Marujo, 2014), assumindo um papel preponderante para os destinos onde são realizados, ao nível da cultura, renovação / regeneração urbana, desenvolvimento social, promoção de um maior sentimento de pertença entre a população residente e no aproveitamento dos recursos locais (Dimmock & Tiyce, 2001, citado por Marujo, 2014). Para Getz (2009, citado por Simões, 2012), uma das características mais pertinentes acerca do processo de classificação dos eventos por parte dos territórios, diz respeito à forma como estes analisam as questões, tendo por base o potencial turístico do destino e a dimensão do acontecimento que se pretende realizar.

Apesar de não existir uma definição universal sobre a temática, a grande maioria dos autores ligados ao estudo dos eventos defende a necessidade de se acompanharem as mudanças que se verificam, tanto no mercado da procura como no da inovação / tecnologia, de forma a que os destinos continuem a receber um fluxo constante de visitantes, evitando assim a sua deslocação para outros territórios concorrentes. Durante o processo de identificação de tipologias, é importante ter a consciência de que os eventos podem apresentar diferenças entre si, devendo por isso ser agrupados consoante determinados critérios (Serreira, 2014).

De acordo com Getz (1991, citado por Marujo, 2014), a satisfação das necessidades dos turistas, a hospitalidade da população local, a qualidade do evento e as suas acessibilidades, são atributos essenciais para conferir uma atmosfera especial e autêntica a um evento. Para além disso, é necessário que as infraestruturas criadas / aproveitadas para o acontecimento, tenham a possibilidade de serem utilizadas posteriormente para outros eventos (Boukas, Ziakas, & Boustras, 2013).

Na perspetiva de Richards e Palmer (2010), existem duas tipologias de eventos. A primeira, diz respeito aos Eventos Especiais que incluem acontecimentos culturais, desportivos e celebrações de épocas festivas. A segunda, remete para os Mega Eventos, onde os organizadores dão especial relevância às ações de *marketing* e ao papel que desempenham na promoção do evento, através das diversas plataformas de comunicação. Em certos casos, o evento pode apresentar-se como o principal motivo da viagem.

Já Pedro, Caetano, Christiani e Rasquilha (2009, citado por Simões, 2012) referem que os eventos podem ser classificados segundo os seguintes critérios: 1) propósito / objetivos para a sua realização (institucional ou promocional); 2) periodicidade (esporádico, periódico ou consoante a oportunidade), área de abrangência (local, regional, nacional ou internacional) e âmbito (interno ou externo); 3) público-alvo; e, por fim, 4) nível de participação / adesão.

Para Simões (2012), outra possível classificação de eventos está relacionada com o nível de abrangência, podendo estes ser de âmbito local (direcionados para um número determinado de pessoas e/ou privado), regional (maior número de participantes, com

origem no próprio local de realização do evento ou oriundos de outras regiões) ou nacional / internacional (revelam uma projeção mediática significativa fora do destino), podendo ainda incluir-se os designados Mega Eventos. A autora identifica ainda outras três classificações relativas ao tipo de participante, podendo os eventos apresentar-se de forma fechada (com público-alvo previamente definido) ou, em regime aberto (não há qualquer restrição); quanto ao tema / motivo da sua realização (evento ligado à cultura, desporto, religião, etc.); e, por fim, quanto às características que apresenta (seminário, congresso, exposição, feira, etc.), apesar de esta última classificação poder, em certos casos, remeter para o motivo principal da realização do evento.

Outros autores defendem que a classificação dos eventos deve ser feita consoante a temática / motivos que levam à ocorrência de um determinado acontecimento. Assim, algumas das possíveis tipologias são as de âmbito religioso, cultural, musical, ligadas ao segmento *corporate* ou de negócios, comercial, político, pessoal / privado e desportivo. A partir deste ponto, podem identificar-se exemplos de categorias de eventos para cada uma das tipologias, como é o caso dos jogos olímpicos (Mega Evento ligado à vertente desportiva) (Raj, Walters, & Rashid, 2009, citado por Simões, 2012).

Para Getz (2005, citado por Getz, 2008), existem oito grandes temáticas ligadas ao planeamento dos eventos: cultural e de celebração de determinados acontecimentos (festivais, comemorações e eventos religiosos); política (congressos partidários e cimeiras); arte e entretenimento (concertos e cerimónias de entrega de prémios); negócios (reuniões empresariais, convenções e feiras industriais); de carácter educacional e científico (conferências e seminários); desportiva (amador ou profissional e de âmbito nacional ou internacional); recreativa (desportivo ou de lazer); e, por fim, de índole privada (casamentos e festas particulares).

Já Simões (2012) refere que podem ser identificados sete grandes tipos de eventos: 1) arte e espetáculos (festivais / espetáculos musicais, ligados à dança ou ao teatro, exposições artísticas); 2) convenções e congressos (reuniões empresariais, congressos partidários); 3) desportivos (campeonatos de futebol, atletismo, natação, canoagem,

etc.); 4) económicos (feiras, certames ligados à agricultura e à indústria, mostras comerciais); 5) populares e religiosos (celebração de determinadas datas como o Carnaval, Páscoa, Natal, Ano Novo, festas religiosas, marchas populares); 6) multifacetados (eventos que integram, em simultâneo, algumas das tipologias referidas anteriormente); e, por fim, 7) outros.

Com base nestas tipologias, a autora indica alguns atributos associados à temática dos eventos: dimensão que apresentam (dos pequenos aos Mega Eventos); nível de projeção turística (de âmbito local a mundial); impactos gerados no território (económicos, culturais, sociais e territoriais); tempo de realização (singular / durante um dia ou plural / vários dias); local (em espaço fechado e/ou coberto como estádios e pavilhões ou ao ar livre); nível de participação dos visitantes (limitam-se a observar ou têm a oportunidade de se integrarem nas dinâmicas); e ainda o nível de organização que apresentam (podem decorrer sem um programa previamente definido e/ou sem fins lucrativos, como por exemplo uma manifestação ou, em contrapartida, seguir um programa que permita uma melhor organização). A EXPO'98 realizada em Lisboa, acaba por ser um dos melhores exemplos em território português de um evento programado e com elevado nível de organização.

No que concerne à classificação, Tassiopoulos (2005), Jago e Shaw (1998) e Getz (1997, citado por Serreira, 2014) referem que os eventos podem ser classificados em planeados e não planeados.

Para os eventos que apresentam um planeamento concreto das suas dinâmicas, estes podem dividir-se em habituais (também designados de ordinários) ou que tenham por hábito realizar-se uma vez por ano / com um intervalo de tempo significativo (especiais). Se, no primeiro caso, os acontecimentos decorrem frequentemente e são direcionados para um público reduzido, não tendo por isso uma vertente turística, no segundo podem incluir-se quer eventos de reduzidas dimensões / para um público específico, quer de maior dimensão e, conseqüentemente, mais participantes (Eventos *Hallmark* e Mega Eventos), tendo assim uma forte componente turística (Serreira, 2014).

Em relação à tipologia dos Mega Eventos, a realização destes acontecimentos afeta / tem a capacidade de alterar consideravelmente as rotinas da população dos locais onde são concretizados, contribuindo para o desenvolvimento sustentável dos territórios (caso sejam bem planeados e tenham em conta os recursos dos destinos) apesar de, em certos casos, poderem comprometer a evolução pretendida para os territórios a curto, médio e longo prazo (principalmente) que passa, muitas vezes, pelo desenvolvimento social, cultural e investimento em novas infraestruturas e modernização das existentes. Para contrariar esse cenário, os organizadores têm de medir os prós e contras decorrentes da realização do evento que pretendem incrementar, de modo a evitar impactos negativos, tanto para o território, como para a respetiva comunidade.

Os Mega Eventos podem assim contribuir para a melhoria de infraestruturas, modernização dos transportes e regeneração urbana (Horne & Manzenreiter, 2004), devendo os legados deixados ser planeados e geridos eficazmente, para que os territórios possam sair beneficiados (Dansero & Puttilli, 2010, citado por Pimentel *et al.*, 2017). Para além de se estenderem por um determinado período de tempo, estarem ligados à promoção dos destinos e terem a capacidade para atrair um público vasto, gerando assim um fluxo constante de visitantes (Simões, 2012), os Mega Eventos podem ainda apresentar uma característica que muitos dos investigadores da área dos eventos não costumam referir nos seus estudos. O *bidding* apresenta-se como a proposta a ser efetuada por um destino para conseguir acolher um evento, sendo que, para isso, enumera as razões pelas quais considera ser o melhor local para o realizar (Bowdin *et al.*, 2006).

De forma geral, alguns autores consideram que os Mega Eventos só podem ter esta designação caso apresentem mais de um milhão de visitantes, existindo ainda aqueles que defendem a necessidade de atrair investimento e publicidade a uma escala mundial (Simões, 2012), sendo o campeonato do mundo, o europeu de futebol e também os jogos olímpicos, três dos melhores exemplos desta tipologia.

No que diz respeito aos eventos de grandes dimensões, estes apresentam um forte contributo para a atração / difusão do destino enquanto local com potencial turístico, sendo ainda acontecimentos que podem provocar grandes impactos no território,

principalmente a nível social e económico (Pimentel *et al.*, 2017). Para além disso e, tal como acontece com os Mega Eventos, apresentam capacidade para atrair um grande número de visitantes, serem cobertos pela comunicação social e autopromoverem-se nas diversas plataformas eletrónicas, permitindo aos destinos gerar riqueza e, conseqüentemente, aproveitá-la para melhorar a qualidade de vida da respetiva comunidade (Getz, 2005, citado por Pimentel *et al.*, 2017), sendo o *Rock in Rio* ou as grandes feiras internacionais, alguns dos melhores exemplos para esta tipologia de eventos.

Para Müller (2015), podem ser identificadas quatro variáveis anexas à temática dos eventos de grandes dimensões. Primeiro, considera-se a capacidade de atração de visitantes pelo número de bilhetes vendidos; a segunda remete para os meios de comunicação social necessários para cobrir os eventos e, porventura, aqueles que têm a finalidade de os transmitir; em terceiro, os custos operacionais; e, por fim, a quarta que remete para o capital necessário para investir nos eventos. A opinião do autor acaba por ir ao encontro das reflexões de Getz (2005), já que ambos apresentam uma visão idêntica quanto às principais características / impactos decorrentes da realização de eventos de grandes dimensões, seja na duração limitada que apresentam, número considerável de participantes, divulgação efetuada através das diversas plataformas de comunicação e elevados custos operacionais associados.

Tal como foi referido anteriormente, os destinos podem obter diversas vantagens com a realização de determinados eventos, principalmente ao nível do retorno económico, melhoria das condições de vida dos residentes (Getz, 2008), formulação / transmissão de uma imagem de destinos turísticos com qualidade / potencial para atrair visitantes (através do recurso aos meios de comunicação social) (Müller, 2015), aumento do sentimento de pertença das comunidades (Malfas, Theodoraki, & Houlihan, 2004), contributo ao nível da cultura, legado deixado para o futuro e ainda sobre questões relativas ao processo de planeamento, logística associada e competitividade para edições posteriores do evento (Pimentel *et al.*, 2017).

Getz (2009, citado por Simões, 2012) acrescenta que podem existir três tipologias associadas aos eventos de grandes dimensões: os Eventos *Hallmark* que são acontecimentos com tradição, em termos de realização e adaptação ao contexto local, são atrativos do ponto de vista turístico, apresentam qualidade ao nível do planeamento e produção das dinâmicas, são promovidos nas mais diversas plataformas de comunicação e contribuem para o sentimento de pertença das comunidades; os Eventos Especiais (sazonais / acontecem uma vez por ano), tendo a capacidade de proporcionar aos participantes uma experiência autêntica e que divirja da realidade diária; e ainda os Mega Eventos que se apresentam como acontecimentos de elevada importância e prestígio para os locais onde são realizados, permitindo um grande fluxo de visitantes, cobertura mediática pela comunicação social e um impacto económico e social nos territórios e respetivas populações. Como exemplos de Eventos *Hallmark* temos o *Tour de France* e o Carnaval do Rio de Janeiro, de Mega Eventos os jogos olímpicos e campeonatos do mundo de futebol (Bowdin *et al.*, 2006) e de Eventos Especiais o *Rally* de Portugal e a *Web Summit* em Lisboa que se realizam anualmente em território português.

Em relação à tipologia dos Eventos Especiais, Allen, McDonnell, O'Toole e Harris (2003, citado por Marujo, 2014), referem que o conceito costuma ser utilizado em investigações para descrever comemorações que são alvo de um planeamento específico e que apresentam determinados objetivos. Para Shone e Parry (2004, citado por Marujo, 2014, p. 27), um evento desta natureza deve apresentar-se como “aquele fenómeno que surge de ocasiões de não-rotina e que tem objetivos de lazer, culturais, pessoais ou organizacionais separados da normalidade da vida quotidiana, cujo propósito é (...) entreter ou desafiar a experiência de um grupo de pessoas”.

A realização de um Evento Especial (tal como as outras tipologias descritas no decorrer deste subcapítulo), contribui para que os visitantes possam permanecer durante um maior período de tempo no destino, apresentando-se como uma alternativa válida ou, até, um complemento à atividade turística de âmbito cultural / gastronómico. Por essa razão, constata-se a crescente competitividade entre destinos, tanto ao nível da qualidade de planeamento das dinâmicas implementadas, como na diversidade de eventos realizados.

Sendo uma tipologia que apresenta, como características principais, o tempo reduzido de duração, acessibilidade, flexibilidade de horários e oportunidade de adequar os conteúdos a todas as idades, os eventos desta ordem podem ser uma mais-valia, tanto para os visitantes, como para as populações locais, servindo como elo de ligação ao lugar onde são realizados (Jago & Shaw, 1998; & Raj *et al.*, 2009, citado por Marujo, 2014).

Tal como as restantes tipologias analisadas, os Eventos Especiais têm um forte impacto económico para os destinos onde se realizam, suscitam a curiosidade da comunicação social, têm como objetivo proporcionar uma experiência social e enriquecedora para o visitante, apresentam capacidade para atrair muitos visitantes e para desenvolver turisticamente o território onde acontecem e têm por hábito realizar-se durante um curto período de tempo (Jago & Shaw, 1998, citado por Serreira, 2014).

No caso dos eventos de maiores dimensões, o tamanho e contexto que apresentam, justifica o elevado investimento que lhes está associado, podendo este ser atenuado, tendo em conta a projeção mediática de alguns acontecimentos (atração de público) e a possibilidade de incorporação de outros eventos de dimensão mais reduzida, contribuindo para a recuperação de grande parte do investimento inicial (Jago & Shaw, 1998, citado por Serreira, 2014).

Em relação aos Eventos Especiais de dimensões superiores (Eventos *Hallmark* e Mega Eventos), estes têm a capacidade de conjugar a tradição e o simbolismo, revelam qualidade ao nível do planeamento das dinâmicas, complementam os serviços secundários dos locais (hotelaria, transportes e restauração), promovendo a sua procura, têm o potencial de incorporar eventos de menor dimensão, de atrair um vasto número de visitantes e fundos comunitários para a região onde o evento tem lugar, apresentam grande estatuto junto das entidades governamentais, promovem a regeneração urbana e a herança futura para os territórios (Jago & Shaw, 1998, citado por Serreira, 2014).

Em resumo e, de modo a compilar as tipologias de eventos e ideias defendidas pelos diversos autores, analisadas no decorrer deste subcapítulo, procede-se à elaboração do quadro 6.

Quadro 6. Compilação das diferentes tipologias de eventos e ideias por autor

Autor(es)	Tipologia(s) / ideia(s) defendida(s)
Allen, McDonnell, O’Toole e Harris (2003)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evento especial: conceito utilizado para distinguir comemorações específicas ▪ Eventos especiais: acontecimentos planeados e de acordo com certos objetivos
Boukas, Ziakas e Boustras (2013)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ As infraestruturas criadas / utilizadas num evento, devem ser posteriormente reutilizadas para outros acontecimentos
Bowdin, Allen, O’Toole, Harris e McDonnell (2006)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Os Mega Eventos têm a si anexada uma ação de <i>bidding</i> que corresponde à proposta do destino para sediar um evento desta natureza
Dansero e Puttilli (2010)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planear, ponderar e gerir da melhor maneira o legado dos Mega Eventos para benefício dos territórios
Dimmock e Tiyce (2001)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Papel importante dos eventos ao nível cultural, social, na regeneração urbana, na promoção de um maior sentimento de pertença entre a população residente e no aproveitamento dos recursos locais
Getz (1991) (1997) (2005) (2008) (2009)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos levada a cabo pelos territórios com base no potencial turístico e dimensão dos acontecimentos ▪ Atributos para criar uma atmosfera positiva num evento: satisfação das necessidades dos visitantes, hospitalidade da comunidade local, qualidade do acontecimento e acessibilidades ao mesmo ▪ Oito grandes temáticas ligadas ao planeamento dos eventos: culturais e de celebração de determinados acontecimentos, políticos, ligados à arte e entretenimento, de negócios, de carácter educacional e científico, desportivos, recreativos e de índole privada ▪ Classificação de eventos: planeados e não planeados ▪ Eventos de grandes dimensões: capacidade para atrair muitos visitantes, serem cobertos pela comunicação social, se autopromoverem nas diversas plataformas eletrónicas e de gerarem riqueza nos destinos onde se realizam ▪ Eventos de grandes dimensões: retorno económico para os destinos e melhoria das condições de vida dos residentes ▪ Três tipologias de eventos de grandes dimensões: Eventos <i>Hallmark</i>, Eventos Especiais e Mega Eventos
Horne e Manzenreiter (2004)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mega Eventos como forma de melhorar infraestruturas, modernizar transportes e contribuir para a regeneração urbana
Jago e Shaw (1998)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos: planeados e não planeados ▪ Eventos Especiais: duração limitada, acessibilidade ao local de realização, horários flexíveis, adequação de conteúdos a todas as idades ▪ Eventos Especiais: impacto económico para os destinos, atraem a comunicação social, proporcionam uma experiência social ao participante, grande capacidade de atração turística e de desenvolver o turismo nos territórios

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventos Especiais: dimensão variada, elevado investimento associado, projeção mediática, possibilidade de inclusão de acontecimentos inferiores ▪ Eventos Especiais (Eventos <i>Hallmark</i> e Mega Eventos): acontecimentos em grande escala, conjugam tradição local e simbolismo, prestígio, servem como complemento aos serviços secundários, têm a capacidade de atrair visitantes, incorporam eventos inferiores, atraem fundos comunitários, promovem a regeneração urbana e a herança futura dos territórios
Malfas, Theodoraki e Houlihan (2004)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Os eventos de grandes dimensões promovem o aumento do sentimento de pertença das comunidades locais
Marujo (2012) (2014)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventos como forma de combater a sazonalidade ▪ Eventos como estratégia de coesão territorial ▪ Eventos como estratégia de promoção dos destinos
Müller (2015)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventos de grandes dimensões: grande capacidade de atração turística, são alvo de acompanhamento por parte da comunicação social, têm elevados custos operacionais e de capital necessário para a sua realização ▪ Utilização das diversas plataformas de comunicação para promoção do destino e respetivos eventos
Pedro, Caetano, Christiani e Rasquilha (2009)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos segundo o propósito / objetivos para a sua realização, periodicidade, área de abrangência, âmbito, público-alvo e nível de participação / adesão aos mesmos
Pimentel, Vieira e Biz (2017)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Os eventos de grandes dimensões provocam impactos nos territórios onde se realizam, principalmente a nível social e económico
Raj, Walters e Rashid (2009)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos consoante a temática / motivos para realizar os acontecimentos: religiosos, culturais, musicais, ligados ao segmento <i>corporate</i>, comerciais, políticos, pessoais / privado e desportivos ▪ Eventos Especiais: mais-valia para os visitantes e comunidades locais, servindo como elo de ligação ao local onde se realizam
Richards e Palmer (2010)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Duas tipologias de eventos: Eventos Especiais e Mega Eventos
Serreira (2014)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos: existem diferenças entre si, devendo agrupar-se de acordo com vários critérios ▪ Tipos de eventos planeados: habituais (direcionados para um público mais reduzido) ou especiais (acontecem uma vez por ano / com um intervalo de tempo significativo, incluindo os acontecimentos de dimensões reduzidas / para um público específico ou de maiores dimensões e com maior número de participantes, como os Eventos <i>Hallmark</i> e Mega Eventos)
Shone e Parry (2004)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventos Especiais: acontecimentos não rotineiros, com objetivos de lazer, culturais, pessoais ou organizacionais ▪ Eventos Especiais: finalidade de entreter ou desafiar a experiência dos participantes

Simões (2012)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos consoante o nível de abrangência (local, regional, nacional e internacional), anexando ainda os Mega Eventos ▪ Classificação de eventos consoante o tipo de participantes (acontecimento fechado ou aberto) ▪ Classificação de eventos consoante o tema principal de realização (cultura, desporto, religião, etc.) ▪ Classificação de eventos consoante as características de cada acontecimento (congresso, seminário, feira, exposição, etc.) ▪ Sete grandes tipos de eventos: arte e espetáculos, convenções e congressos, desportivos, económicos, populares e religiosos, eventos multifacetados e outros ▪ Atributos das tipologias de eventos: dimensão, nível de projeção, impactos nos territórios, número de vezes em que são realizados, locais escolhidos para realização, tipo de participantes e nível de organização apresentado ▪ Mega Eventos: estendem-se por um período de tempo, estão ligados à promoção dos destinos, apresentam grande capacidade para atrair e gerar um fluxo constante de visitantes
Tassiopoulos (2005)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificação de eventos: planeados e não planeados

Fonte: Elaboração própria

As três principais tipologias de eventos exploradas no decorrer do subcapítulo (Mega Evento, evento de grandes dimensões e Evento Especial) apresentam assim diversas semelhanças estruturais entre si, tornando difícil a segmentação das características apontadas a cada uma delas. Ainda assim, os principais aspetos que porventura podem ser díspares em cada uma das tipologias referidas são o tempo de duração dos eventos, o investimento necessário para serem concretizados, a quantidade e diversidade do público e o nível de abrangência de cada acontecimento.

I.1.5. Síntese

Nas últimas décadas, tem-se assistido a um aumento exponencial da realização de eventos, já que os territórios começaram a aperceber-se das suas muitas vantagens, se concretizassem determinados acontecimentos. Por essa razão, as autarquias têm revelado grande interesse em criar / atrair novos eventos e/ou manter os que já são realizados, sendo visível o aumento do investimento e verbas destinadas ao seu planeamento e execução.

Assim, os eventos (sejam eles Especiais, Mega ou *Hallmark*) têm a capacidade de contribuir para melhorar a imagem que os destinos pretendem ver transmitida em termos turísticos, permitindo a chegada de um maior número de visitantes e a consequente riqueza, reduzir a sazonalidade, revitalizar o setor hoteleiro (principalmente na época baixa) e o comércio local, tendo ainda a capacidade de desenvolver os territórios. Estes podem divergir na dimensão, modo de realização, tema que apresentam, impactos que provocam nos destinos, nível de adesão / participação das comunidades locais, recurso à comunicação social, capacidade promocional e infraestruturas necessárias.

Na vertente académica, a área dos eventos tem sido estudada multidisciplinarmente, fazendo uso de disciplinas tão diversas como a Sociologia, Psicologia, Economia, Gestão, Antropologia, História ou Geografia, permitindo assim uma maior perceção acerca da temática.

Como foi possível constatar durante a pesquisa, a relação entre eventos e turismo é inequívoca, existindo uma diversidade ao nível das tipologias de acontecimentos. Enquanto os eventos correspondem à experiência que é adquirida pelos participantes, através do convívio social mantido num determinado espaço e onde o objetivo comum é participar no acontecimento e/ou nas respetivas dinâmicas, o turismo assenta a sua base nos recursos que cada destino tem para oferecer, a fim de criar atividades que possam contribuir para a atração de turistas ao local onde são concretizadas.

Paralelamente, o trabalho em rede de todos os intervenientes, é fundamental para analisar diariamente os eventos (numa ótica económica, social e cultural), permitindo que estes se constituam como importantes ferramentas de *marketing*, eficazes para posicionar ou reposicionar um destino no panorama turístico. Por essa razão, é inequívoca a contribuição dos eventos para a promoção de uma procura turística constante durante todo o ano.

Apesar da inexistência de uma definição exata, a grande maioria dos autores ligados ao estudo da temática dos eventos defende que os territórios devem acompanhar as mudanças de mercado, sob pena de perderem o comboio da inovação, fundamental para atrair visitantes e transmitir uma imagem turística positiva do destino.

I.2. Gestão de eventos e planeamento

I.2.1. Nota introdutória

Com a elaboração do capítulo relativo à gestão de eventos e planeamento, procura-se perceber quais as etapas que os organizadores têm de ter presentes aquando da planificação de um determinado acontecimento (da conceção ao encerramento e balanço final). Para isso, enunciam-se algumas das funções por aqueles desempenhadas, além de se mencionar o modelo português de distribuição por subclasses / divisões das empresas que se dedicam à realização / prestação de serviços na área dos eventos.

Assim, no decorrer do segundo subcapítulo, analisam-se algumas das funções associadas à gestão de eventos por parte dos respetivos organizadores.

O terceiro subcapítulo direciona-se para o processo de planeamento das dinâmicas desenvolvidas nos eventos, nomeadamente as variáveis / estratégias a serem adotadas. No sentido de complementar as informações e, com o objetivo de introduzir o subcapítulo seguinte, analisam-se ainda algumas das estratégias de *marketing* passíveis de serem aplicadas pelos organizadores / destinos que recebem eventos.

A elaboração do quarto subcapítulo, sobre a forma como os eventos podem contribuir para a(s) estratégia(s) de *marketing* adotada(s) pelos territórios, permite avaliar os mecanismos / fatores que devem ser tidos em consideração, para que os eventos possam apresentar-se como um produto estratégico fundamental para os territórios e contribuam para que os mesmos consigam planear e gerir eficazmente a imagem que pretendem transmitir em termos turísticos, a fim de potenciarem a vinda de um maior número de visitantes e a conseqüente geração de riqueza.

I.2.2. A gestão de eventos

As funções de gestão e planeamento são duas características essenciais para que os eventos decorram em conformidade com os planos operacionais definidos pelos organizadores. As mesmas acabam por estar interligadas, facilitando a distribuição e

o *timing* de tarefas entre todos os intervenientes, no processo de planeamento e organização dos acontecimentos.

De acordo com Vieira (2015), a gestão de eventos permite fazer uso simultâneo de recursos humanos, financeiros e físicos para criar, realizar e controlar o desenrolar de um acontecimento. Entre as principais funções ligadas à temática, o autor identifica nove pela seguinte ordem:

- **1º - Pensar e definir o conceito** - uma das principais tarefas dos organizadores de eventos. Inclui o(s) objetivo(s) que levam à realização do acontecimento e as dinâmicas que têm de ser desenvolvidas para a sua concretização;
- **2º - Inventariar os recursos** - os organizadores devem selecionar / definir os recursos necessários para o evento, sejam eles de natureza financeira, pessoal ou outra;
- **3º - Planear** - o evento deve ser planeado com base na construção de um plano estratégico por parte dos organizadores que inclua “a visão, a missão, os objetivos, a estratégia, a política, o programa, as ações a executar e a forma de medir o seu sucesso” (Vieira, 2015, p. 19);
- **4º - Organizar as tarefas** - função importante para que o evento comece a ganhar forma e seja criado no período que antecede a sua realização;
- **5º - Prever os resultados** - os organizadores devem elaborar orçamentos que contemplem uma análise dos custos fixos e variáveis decorrentes do pré, durante e pós-evento;
- **6º - Decidir** - cabe aos organizadores definirem o momento ideal de início do evento. Nesta fase, é importante que já exista um compromisso com patrocinadores, fornecedores e participantes;
- **7º - Executar as tarefas para que o evento aconteça** - aquando desta função, importa que já estejam definidos aspetos relativos à realização do acontecimento, baseando-se estes no processo de planeamento prévio. Inclui ainda a montagem de material necessário no decorrer do evento;

- **8º - Avaliar e partilhar os resultados** - no decorrer e principalmente no final do evento. É importante que os organizadores interajam com os parceiros que estiveram presentes no acontecimento, a fim de proceder ao balanço do dia(s) de atividade;
- **9º - Encerrar o evento** - esta função inclui a desmontagem de material e o finalizar dos contratos acordados com as entidades que patrocinaram o evento ou que prestaram determinado serviço no(s) dia(s) de realização do mesmo.

É inequívoco que as funções de planeamento e respetiva organização requerem diversos tipos de conhecimento por parte de quem as realiza. Em simultâneo, poderemos ter no plano geral do evento, técnicos operacionais, comerciais, financeiros e administrativos, sendo que a correta aplicação dos conhecimentos em cada área está muitas vezes dependente da formulação de certos planos. Estes deverão fazer uma correta previsão económica do evento e referir o orçamento disponível e de tesouraria, o plano de risco / em caso de emergência, os recursos humanos necessários, as ações de *marketing* e o plano operacional (Vieira, 2015).

Para Duarte (2009), a gestão / organização de eventos inclui uma série de ações relativas ao processo de planeamento de um determinado acontecimento, tais como a definição do(s) produto(s), tema e/ou marca, local de realização e data(s), identificação, previsão e respetiva análise dos futuros participantes, definição de estratégias que facilitem a promoção do evento nas mais diversas plataformas de comunicação, escolha do material necessário e/ou dos serviços a serem prestados no decorrer do evento, elaboração do programa definitivo, criação de planos para controlo administrativo e financeiro e realização do balanço final depois do acontecimento ter terminado. Para além disso, o autor refere que a gestão dos recursos deve contemplar simultaneamente os de natureza financeira, humana, logística / material e legal e/ou risco.

Já Isidoro, Simões, Saldanha e Caetano (2013, citado por Duarte, 2015) referem que a organização e gestão de um evento implica a formação de equipas de trabalho que possuam a flexibilidade necessária para tomar decisões, para além de terem a capacidade de trabalhar em conjunto. De acordo com Duarte (2015), as equipas de

trabalho ligadas à gestão de eventos ou que estejam inseridas num contexto empresarial, devem apresentar um líder que tenha a capacidade de gerir o método de trabalho dos colegas, facilitando assim o cumprimento de prazos, a criação de um espírito de entreatajuda entre os membros da equipa e a inexistência de conflitos.

Para Piscopo (2012), existem dois mecanismos de administração estratégica relativos à área dos eventos: o primeiro contempla a gestão com base nas áreas funcionais da entidade organizadora, através de ações de *marketing*, recursos humanos, financeiros ou com ligação ao plano operacional previamente definido; o segundo apoia-se estritamente na gestão de projetos, onde cada evento é considerado de forma isolada.

No caso dos eventos de maiores dimensões, estes são inevitavelmente os que produzem maiores efeitos nos destinos onde são realizados, seja ao nível social, cultural ou económico. Devido ao substancial crescimento do setor e da complexidade anexada à execução de tarefas por parte dos seus profissionais, foi surgindo na literatura dedicada à especialidade e na comunicação social o termo *events industry*, como forma de demonstrar a profissionalização / projeção que o setor tem verificado nas últimas décadas e as respetivas atividades realizadas (Vieira, 2015).

Em relação ao contexto português, a grande maioria das empresas dedicadas ao planeamento e organização de eventos insere-se na Classificação das Atividades Económicas (Revisão 3 de 2007), estando distribuídas em três grupos e, de acordo com o tipo de atividades que realizam: subclasse 82300 (empresas que se dedicam à organização de eventos de âmbito económico [feiras agrícolas e/ou industriais e exposições], social, cultural ou científico [congressos, conferências e debates]); grupo 900 da divisão 90 (empresas que se dedicam à organização de atividades teatrais, musicais, literárias, artísticas e ao nível da dança, explorando igualmente salas de espetáculos com vista à realização de eventos culturais e/ou de entretenimento); e ainda a divisão 93 (empresas que prestam serviços de âmbito desportivo, recreativo e de diversão, podendo incluir-se os torneios de futebol ou futsal, corridas de touros, atividades que contemplem o uso de bicicleta, entre outras) (Vieira, 2015).

Para se perceber a dimensão do setor relativo à organização de eventos em território português, Vieira (2015, p. 21) apoia-se nos dados da Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (APECATE), que refere que o número de empresas a prestar serviços nesta área de atividade, ultrapassa já o milhar, ainda que este número possa não corresponder à realidade, “devido à grande imprecisão na definição do perímetro empresarial desta estatística”.

Outra nota importante da gestão de eventos prende-se com a questão relativa ao espaço / recinto onde é realizado o acontecimento. De acordo com a Portaria nº 102, datada de 15 de maio de 2014, os organizadores são responsáveis por pedir o seu licenciamento. O mesmo documento refere que estes espaços se caracterizam por serem um “conjunto de terrenos, construções e instalações, ainda que provisórias, destinadas ao espetáculo”, para além de serem “espaços reservados ao público e ao estacionamento de viaturas”, sendo que, na maior parte dos casos, os acessos são condicionados e controlados. Em teoria, todos os eventos (especialmente os de maiores dimensões) devem apresentar as características anteriormente referidas para o espaço onde são realizados, mas alguns acabam por fazer uso de instalações já existentes / construídas, facilitando assim o processo de montagem dos mesmos (geralmente acontece em eventos de menor dimensão e que se realizam anualmente), podendo ainda apresentar ou não um local destinado ao estacionamento de viaturas para os colaboradores, expositores e visitantes (conforme o evento analisado no decorrer deste trabalho).

I.2.3. Planeamento estratégico

Quando se procede ao planeamento dos eventos, os organizadores devem adotar certos comportamentos, criar dinâmicas que se enquadrem no contexto do evento que estão a organizar e apostar na utilização (sustentada) dos recursos locais.

De acordo com Carneiro e Fontes (1997), algumas das questões que os organizadores têm de ter em atenção aquando do planeamento dos eventos são: proceder à criação de planos operacionais; realizar uma análise financeira e administrativa; definir orçamentos; contactar possíveis fornecedores e/ou revendedores; contactar a

comunicação social local e, caso necessário, outros órgãos de âmbito nacional; contactar com a população local; identificar e contactar com o público previsível do evento; e ainda identificar / definir os padrões de consumo dos futuros participantes. A adoção / aplicação destas questões, permite aos organizadores identificar e analisar mais facilmente o mercado, previsível concorrência, possíveis consumidores, respetivos comportamentos adotados face ao acontecimento e na obtenção de informações sobre o mesmo, prever com maior facilidade os resultados decorrentes da realização do evento, definir o público-alvo com base nas estratégias equacionadas aquando do planeamento (inclui os preços a serem praticados), os diversos canais de distribuição e a adoção de estratégias de *marketing* que estejam de acordo com a realidade do evento e dos futuros participantes.

No seguimento da adoção de estratégias de *marketing* por parte dos organizadores, Carneiro e Fontes (1997) identificam cinco noções inerentes ao processo de planeamento estratégico (numa vertente empresarial) que podem ser postas em prática pelos organizadores de eventos turísticos:

- ❖ **Marketing de serviços** - estratégia que se baseia nos serviços intangíveis disponibilizados por uma empresa. Os empreendedores devem adotar mecanismos que permitam que os serviços se tornem o mais tangíveis possível (privilegiando a qualidade e melhoramento da capacidade de oferta), de forma a contribuir para o aumento da produtividade dos seus colaboradores, elevando assim a qualidade dentro da empresa. Se esta medida for corretamente implementada, pode servir como vantagem competitiva em relação aos possíveis concorrentes. Habitualmente o setor do turismo apoia-se muito nesta tipologia;
- ❖ **Marketing de organizações** - estratégia cujo objetivo é o de avaliar os comportamentos dos consumidores em relação às empresas. Com base na imagem que transmite para o exterior, a organização pode desenvolver um plano operacional que possa corresponder à imagem que pretende ver difundida junto do seu público-alvo;

- ❖ **Marketing de pessoas** - estratégia que se centra nas necessidades do público-alvo. As empresas devem transmitir uma imagem para o exterior que permita aos seus possíveis clientes confiarem nas organizações e, em última análise, se fidelizarem às mesmas;
- ❖ **Marketing de locais** - estratégia que inclui atividades que podem levar a alterações comportamentais em relação a um determinado local. Costuma ser utilizada pelos destinos para se autopromoverem ao nível do turismo;
- ❖ **Marketing de ideias** - estratégia que define o caminho que deve ser seguido pelas empresas, em relação às necessidades imediatas dos seus consumidores. Esta tipologia é frequentemente utilizada em ações que promovam o desenvolvimento sustentável dos destinos, numa vertente turística e, ao nível do ambiente.

Para Busa (2011), podem ser enumeradas seis medidas de boas práticas para que os eventos possam obter o sucesso desejado, independentemente da sua dimensão, devendo estas constar nas ações de planeamento estratégico definidas pelos organizadores: 1) identificar objetivos, recursos locais com capacidade para serem utilizados e prever os impactos que os acontecimentos possam ter no territórios; 2) selecionar os eventos (tipo e dimensão), que melhor se adequam ao potencial dos territórios, tanto na capacidade que apresentam para receber um maior volume de visitantes, como nas infraestruturas capazes de prestar um serviço de apoio complementar; 3) fomentar a participação das comunidades locais nos processos de tomadas de decisão; 4) os eventos devem constar nos planos estratégicos dos territórios, de forma a contribuírem para o desenvolvimento sustentável a longo prazo; 5) tal como as populações, os parceiros institucionais (*stakeholders*) devem ter a oportunidade de participar nos processos decisórios; e, por fim, 6) estabelecer acordos, parcerias e promover a participação de entidades, empresários, comunidades e instituições escolares em ações de voluntariado e na divulgação de informações relativas aos eventos e aos respetivos locais que os vão receber.

Com base nas seis medidas de boas práticas vinculadas por Busa (2011), Pimentel *et al.* (2017) referem que podem ser realizados dois tipos de estudos ligados à área dos eventos (abrangendo as vertentes do planeamento e gestão) numa fase prévia à formulação da candidatura por parte do destino que quer realizar / receber um determinado acontecimento e após a mesma ter sido aceite:

✓ **Estudos relativos à viabilidade do evento (efetuados antes da candidatura)**

- os organizadores de eventos, devem avaliar os aspetos relativos à viabilidade do acontecimento e o local onde este se vai realizar. Algumas das ações que podem ser identificadas / formuladas, passam pela criação da designada análise SWOT que contempla os pontos fortes e fracos, as oportunidades e os riscos para o destino, identificar os recursos passíveis de serem incorporados no evento, avaliar se o mesmo tem condições para ser realizado no local inicialmente previsto e criar condições para que todos os *stakeholders* (incluindo empresários e comunidade), possam intervir no processo de tomadas de decisão;

✓ **Estudos sobre a gestão do evento (efetuados após a candidatura ter sido aceite)** - nesta fase, a participação dos *stakeholders* é fundamental, facilitando o processo de gestão do evento e indo ao encontro das pretensões dos organizadores. Para além disso, deve ser promovida a participação ativa da comunidade e de diversas entidades escolares, nomeadamente através de ações de voluntariado, ao mesmo tempo que se inicia a promoção e divulgação do evento, através do uso das redes sociais e restantes meios de comunicação social.

Os autores referem ainda que apesar do crescente número de eventos e do interesse pelo tema, a realização dos estudos anteriormente referidos ou de outros com objetivos similares, ainda não tem grande expressão, havendo por isso espaço para melhorar. Segundo Roche (1994), é necessário ter conhecimento das variáveis / questões que levam os destinos a aceitarem que os eventos se realizem nos seus territórios e se estas decisões estão fundamentadas em análises prévias ao processo de candidatura, no sentido de perceber a capacidade real dos destinos para receberem determinados eventos.

De acordo com Halper (2009, citado por Pimentel *et al.*, 2017, p. 2221), o correto planeamento dos eventos (principalmente os que apresentam maiores dimensões), gera para os locais um conjunto de impactos significativos de âmbito económico, no que concerne às despesas de construção, melhoria dos transportes públicos e no aumento dos gastos efetuados pelos turistas durante a realização dos acontecimentos. Para se calcular o impacto económico relativo à realização de um determinado evento, é necessário somar os “impactos diretos (gastos na preparação do evento), indiretos (melhorias nos serviços e bens industriais) e induzidos (gastos dos empregados)”, sendo fundamental efetuar uma análise que contemple, simultaneamente, os custos e benefícios decorrentes da preparação e realização do evento, contribuindo assim para os processos de gestão e planeamento.

Como foi referido no decorrer do subcapítulo, as comunidades locais inserem-se no grupo dos *stakeholders* que podem ter uma envolvimento direta e indireta num evento, devendo, por isso, ser um grupo a ter em conta pelos organizadores. Salvo os devidos condicionalismos decorrentes da tipologia do evento que é realizado, é importante que a comunidade, para além de poder participar nos processos de tomadas de decisão, tenha a oportunidade de ser incluída nas dinâmicas realizadas no decorrer do evento, de forma a assumir o papel de anfitriã dos visitantes, podendo assim retirar diversos benefícios sociais, económicos e culturais dessa interação. Outra questão importante e que acaba por vir na sequência do referido, é a necessidade de existir uma comunicação diária, que promova a entajuda entre todos os intervenientes no evento (não apenas organizadores e colaboradores diretos, mas também em relação ao setor público e demais *stakeholders*) (Pimentel *et al.*, 2017).

Quanto melhor e mais abrangente for o processo de planeamento estratégico do evento e os impactos positivos que origina para o local (aos níveis económico, social, cultural, na transmissão de uma imagem positiva do mesmo e no legado que pode deixar para o futuro), maior probabilidade terão os destinos de obter benefícios. Para isso, as estratégias definidas para os eventos, devem ser reguladas com as realidades locais, de modo a identificar as ações necessárias para a promoção de um desenvolvimento sustentável (Pimentel *et al.*, 2017).

I.2.4. Evento como estratégia de marketing

Nas últimas décadas, os hábitos de consumo dos turistas têm vindo progressivamente a alterar-se, sendo uma das principais razões que levam a que os destinos procedam a alterações estruturais na sua atividade turística e formulem estratégias de *marketing*, com o objetivo de cativar um maior número de visitantes e gerar riqueza, através dos gastos efetuados pelos turistas, tanto na hotelaria, como na restauração, transportes e demais serviços complementares.

De acordo com Cunningham, Taylor e Reeder (1994, citado por Reto, 2012), a maior flexibilidade de horários e o aumento do tempo disponível para férias, vieram contribuir positivamente para a expansão do setor do turismo e, conseqüentemente, da indústria relativa à organização de eventos. Este cenário leva a que os destinos tenham necessariamente de ir acompanhando as tendências e evoluções de mercado, proporcionando aos visitantes a obtenção de experiências cada vez mais autênticas e adaptadas às motivações de cada um, para não se verem ultrapassados por locais que apresentam dimensões e características semelhantes e que podem constituir a designada concorrência.

De forma geral, os eventos de âmbito turístico são planeados, organizados e coordenados (com maior ou menor rigor e sempre consoante a dimensão e contexto), tendo como objetivo principal atrair visitantes a um determinado local numa data concreta, sendo a base assente num conjunto de dinâmicas e projetos relativos a uma ou mais ideias ou produtos, decorrente de um processo de planeamento por parte dos organizadores e dos diversos diagnósticos efetuados para garantir a viabilidade dos acontecimentos. A elaboração de plano(s) de *marketing*, permite que sejam criadas dinâmicas que possam ir ao encontro das expectativas dos participantes, sendo um dos fatores mais importantes para quem organiza e podendo constituir-se como uma das variáveis-chave para que os territórios possam obter maior visibilidade em termos turísticos e algum retorno financeiro (direto ou indireto) (Carneiro & Fontes, 1997).

As mesmas autoras referem ainda que, apesar das constantes mudanças em termos de planeamento, existem eventos que se realizam sem terem sido consideradas as reais potencialidades dos territórios, desperdiçando assim formas de contribuir para o

melhoramento das condições de vida das comunidades, renovação de infraestruturas, promoção eficaz dos recursos locais e adoção de estratégias que visem o desenvolvimento sustentável. Por essa razão, o correto planeamento dos eventos (onde inevitavelmente têm de ser incluídas ações estratégicas de *marketing*), contribui para promover simultaneamente organizações, serviços e produtos locais.

Para que os territórios consigam divulgar a imagem desejada junto dos visitantes através dos eventos realizados, é necessário adotar seis pontos essenciais: 1) incentivar a presença e participação ativa das comunidades nos processos de tomadas de decisão; 2) formular estratégias que permitam a interação entre visitantes e locais; 3) diversificar as dinâmicas / atividades desenvolvidas durante os eventos e rever / renovar a oferta cultural anual dos destinos; 4) criar condições para que os eventos sejam realizados durante vários anos no mesmo território; 5) existir uma cooperação e espírito de entreaajuda entre todos os envolvidos nos processos de planeamento, gestão, realização e balanço final dos eventos; e, por fim, 6) utilizar diversas plataformas de comunicação para promover / divulgar a oferta cultural (Jago, Chalip, Brown, Mulles, & Ali, 2003, citado por Pimentel *et al.*, 2017).

Já Carneiro e Fontes (1997) referem que, no contexto do turismo, os eventos podem ser considerados em duas fases distintas, sendo que, em ambos os casos, é necessária a formulação de ações de *marketing* por parte dos seus organizadores: a primeira perspetiva, remete para a forma como os eventos contribuem para a promoção de um determinado local / empresa; a segunda, inclui os acontecimentos numa tipologia específica dentro da atividade turística (turismo de eventos), acabando por constituir-se como uma motivação para que os visitantes realizem a viagem para um destino, tendo como um dos principais objetivos para realizar essa deslocação, a participação num determinado acontecimento.

No que concerne às dinâmicas inerentes ao *marketing* turístico, um grande contributo advém das motivações apresentadas pelos participantes dos eventos para se deslocarem a um determinado território, seja em termos de atrativos naturais, históricos e/ou culturais, ou em relação à qualidade / preço dos produtos e serviços que cada destino tem para oferecer. Por essa razão, os territórios devem planear as suas

ações de *marketing* e respetiva oferta turística (monitorizando-as diariamente), a fim de satisfazerem as necessidades da procura, muitas vezes associadas aos recursos dos destinos e acompanhando as tendências do mercado turístico, que, como se sabe, está constantemente a sofrer alterações. A não aplicação destas estratégias, pode levar a um decréscimo acentuado para os destinos no fluxo de visitantes e que aqueles, conseqüentemente, se vejam ultrapassados por outros territórios (considerados) concorrentes (Carneiro & Fontes, 1997). Para Bizarro (2015), a melhor forma de contrariar esse cenário, remete para a identificação dos principais motivos da procura pelos destinos, devendo ser repensada a forma como devem estar apresentados os produtos e serviços (de forma a satisfazer as necessidades dos visitantes) e recorrer-se às diversas plataformas de comunicação para se autopromoverem, sendo o modelo do *marketing mix* (produto, preço, distribuição e promoção - 4 P's), uma ferramenta bastante útil para que os territórios possam ter elevada visibilidade e poder de atração turística.

O *marketing* turístico é assim um processo de gestão contínua, com o objetivo de satisfazer as necessidades / motivações dos visitantes, através do acompanhamento das tendências de mercado, permitindo ao mesmo tempo a identificação e análise dos possíveis concorrentes, uma promoção eficiente dos produtos e serviços locais (Carneiro & Fontes, 1997) e a criação de condições para a obtenção do retorno económico desejado. A análise / levantamento das potencialidades turísticas dos territórios contribui assim de forma positiva para o processo de planeamento do turismo local, sendo que, a realização de eventos se apresenta como uma das estratégias de *marketing* mais eficazes para afirmar os destinos dentro do panorama turístico, dotando-os de maior capacidade para atraírem / reterem os visitantes por um maior período de tempo.

I.2.5. Síntese

Ao longo do capítulo, pretendeu-se fazer a distinção entre as funções associadas à gestão e planeamento (é inequívoca a ligação entre si), realçando ainda a importância dos eventos como estratégia de *marketing* eficaz para os destinos.

A gestão de eventos permite que os organizadores possam utilizar, simultaneamente, um conjunto de recursos humanos, financeiros e físicos, com o objetivo de criar, realizar e controlar os acontecimentos, devendo por isso incluir determinados pressupostos, tais como a definição de tema(s), produto(s), local, data(s), identificação, previsão e respetiva análise dos participantes, definição de estratégias que facilitem a comunicação e promoção, contacto com as comunidades locais, definição do material necessário e dos serviços que vão ser prestados no decorrer do acontecimento, elaboração do programa definitivo, criação de planos para controlo administrativo e financeiro (tendo por base o orçamento elaborado) e realização do balanço final do evento, após o seu término.

Quanto ao planeamento de eventos, é essencial que os organizadores adotem as características referidas anteriormente para a gestão, criem dinâmicas que tenham a capacidade para se enquadrarem no contexto dos acontecimentos e façam uma utilização sustentada dos recursos locais. Tais comportamentos facilitarão as análises que tenham de ser efetuadas, seja em termos da identificação dos concorrentes, seja na previsão de resultados e consequentes estratégias de *marketing* a adotar.

Para além disso, a análise aos custos / benefícios decorrentes de um determinado evento e, o incentivo à participação ativa da respetiva comunidade nos processos de tomadas de decisão, constituem-se como mais-valias para os territórios, já que podem beneficiar com a realização de eventos aos níveis social, económico ou cultural, podendo estes ainda contribuir para o desenvolvimento sustentável dos territórios.

Em relação às estratégias de *marketing* a serem adotadas pelos territórios, estas têm de ter por base a capacidade para atrair visitantes e gerar riqueza através dos gastos turísticos, sendo fundamental que os destinos consigam acompanhar as evoluções de mercado e os hábitos de consumo dos turistas, criando experiências / dinâmicas autênticas e adaptadas a todo o tipo de motivações, sob pena de sofrerem uma quebra nas receitas, no número de visitantes e na capacidade de atração turística, comparativamente a outros territórios que se apresentem como possíveis concorrentes.

Cada destino deve identificar os meios que podem contribuir para o aumento da procura turística nas suas fronteiras, consolidar ou repensar a forma como os produtos e serviços devem ser apresentados ao público e apostar numa promoção eficaz, pelo recurso aos diversos meios de comunicação ao seu alcance.

I.3. A importância dos eventos para a dinamização do turismo local

I.3.1. Nota introdutória

O presente capítulo pretende analisar a importância dos eventos para a dinamização do turismo local, servindo como ponto de partida para o estudo empírico / análise à Feira Cultural de Coimbra (parte III do trabalho), um evento que apresenta uma vertente cultural bem vincada, numa cidade com idênticas características.

Para realizar um enquadramento dos eventos em contexto urbano, procedeu-se à formulação de um subcapítulo relativo às tipologias de territórios que apresentam maior potencial para receber eventos, modalidades turísticas com maior representatividade e respetivos tipos de visitação, para além de ser focada a necessidade de criação em eventos de experiências cada vez mais autênticas.

Seguidamente e, no sentido de avaliar com maior detalhe o impacto dos eventos no contexto local, elabora-se um subcapítulo contendo uma análise de opiniões de diversos autores e investigadores acerca da realização de acontecimentos e sobre o potencial dos territórios para receberem eventos de dimensões variadas, através da elaboração de estudos de viabilidade que estejam de acordo com o contexto / realidade económico-social de cada destino.

I.3.2. Atratividade dos destinos urbanos e modalidades de turismo em contexto urbano

O turismo é um setor que tradicionalmente concentra as suas atividades, dinâmicas e serviços em contexto urbano, tendo sido o *Grand Tour* pelas grandes cidades europeias (entre os séculos XVIII e XIX), um bom exemplo para demonstrar o potencial destes

territórios em termos de atratividade (Henriques, 2003). Apoiando-se (maioritariamente) em infraestruturas construídas e/ou em processo de edificação, o setor tem vindo a adquirir maior importância nas grandes cidades (principalmente a partir do século XX), revelando-se fundamental para o Produto Interno Bruto (PIB) dos países, através da riqueza gerada com a vinda de visitantes.

De acordo com Henriques (2003), o *Inquérito às Férias dos Portugueses* elaborado pela Direção Geral de Turismo em 2000, já demonstrava que a percentagem de pessoas que realizavam férias, tendia a aumentar consoante os ambientes concentrassem maior densidade populacional, podendo este cenário justificar-se pela maior diversidade em termos de dinâmicas turísticas e respetiva variedade cultural, para além da existência de uma maior quantidade de estabelecimentos de alojamento e de restauração com uma oferta de preços diferenciada, algo fundamental para fazer face às diferentes motivações / necessidades que cada turista apresenta. Por essa razão, quanto maior for a área urbanizada, maior será a probabilidade de gerar atividade turística e, conseqüentemente, receita, enquanto que o setor na sua essência e, por seu turno, acaba por levar à criação / expansão das áreas urbanizadas.

Tal como foi referido anteriormente, a satisfação das necessidades dos visitantes é fundamental para que os destinos consigam apresentar altos níveis de atratividade turística, tendo ao mesmo tempo capacidade para levar a cabo ações que promovam um cenário de competitividade. Por essa razão, a promoção de um cenário de atratividade, significa criar uma imagem positiva dos territórios, sendo o turismo a base dessa mesma estratégia. Nos casos em que tal promoção seja insuficiente e não sustentada nos recursos locais, os destinos têm grandes dificuldades em conseguir atrair visitantes, fazendo com que as infraestruturas e serviços saiam prejudicados, já que a competitividade local é igualmente necessária para melhorar a oferta turística (Barbacena, 2012).

Contextualizando a origem / estudo das variáveis referentes à procura turística, o setor é analisado com base na “taxa de partida para férias, (...) em função de factores socioeconómicos e demográficos”, nomeadamente ao nível do rendimento que o turista tem para realizar viagens, atividade laboral, idade e dimensão / contexto do seu

local de origem. Assim, a relação entre as áreas urbanizadas e a atividade turística, contribui para que os locais possam apresentar uma elevada capacidade em termos de atração de visitantes, ajudando o facto de o setor estar cada vez a concentrar mais as suas atividades / dinâmicas nestas mesmas áreas (Henriques, 2003, p. 163).

No caso concreto dos eventos realizados em contexto urbano, os participantes podem usufruir de uma maior interação social, derivada da maior concentração populacional existente nestes territórios, experienciando ainda dinâmicas coletivas mais abrangentes (Tassiopoulos, 2005, citado por Marujo, 2014).

De acordo com O’Sullivan e Spangler (1998, citado por Marujo, 2014), é fundamental que os acontecimentos proporcionem aos visitantes uma experiência plena, tendo a oportunidade de neles se envolverem. Para as autoras, podem ser identificados cinco grandes parâmetros decorrentes da experiência adquirida com os eventos: 1) estado emocional e sentimental do participante no pré, durante e pós-evento; 2) fatores que podem influenciar a participação; 3) satisfação das necessidades com base na participação; 4) estado emocional do participante e o impacto que terceiros desempenham na sua experiência; e, por fim, 5) capacidade dos organizadores para fidelizar o visitante ao evento e coordenar os aspetos da experiência.

No que diz respeito às tipologias turísticas que maior contributo têm dado (principalmente nas últimas décadas) para afirmar as áreas urbanas enquanto destinos vocacionados para a prática turística, podem identificar-se o turismo cultural e patrimonial, o turismo de eventos e a vertente relativa aos negócios, sendo que todas têm em comum a vantagem de permitir (em maior ou menor escala) a estadia dos visitantes em estabelecimentos de alojamento por um determinado período de tempo e com uma maior frequência anual, contribuindo assim para a diminuição da sazonalidade, especialmente nos meses considerados de época baixa.

Para Henriques (2003), as tipologias turísticas em contexto urbano, têm inevitavelmente de estar adaptadas às motivações que os visitantes apresentam para realizar viagens para estes mesmos destinos e que podem passar pelo simples facto de vivenciar o espírito urbano, descansar (apesar de muitos optarem por não pernoitar), visitar amigos ou familiares, realizar compras (mais numa vertente local / regional),

assistir a um determinado espetáculo / acontecimento desportivo, ou visitar museus, podendo um mesmo recurso apresentar diferentes níveis de atração turística. Por essa razão, quanto maior for a variedade de atrações turísticas, maior é a capacidade do destino para atrair um fluxo constante de visitantes. Deste modo, Cazes e Potier (1996, citado por Henriques, 2003) referem a existência de cinco grandes modalidades turísticas em contexto urbano: de reencontro (viajar com o objetivo de visitar amigos e/ou familiares, principalmente em épocas festivas, durante o fim de semana ou em tempo de férias); de negócios (viajar por motivos profissionais, como por exemplo a participação em reuniões de empresas ou congressos, principalmente durante a semana e por um período de curta duração); de eventos (viajar com o objetivo de participar num determinado acontecimento); comercial (viagens de curta duração, com o objetivo de realizar compras); e ainda de recreio (viagens realizadas pelos turistas, com o objetivo de usufruir de um tempo de lazer e descanso num determinado destino).

De acordo com Henriques (2003), que se apoia no raciocínio de Cazes e Potier (1996), procede-se à elaboração do quadro 7 para contextualizar as modalidades turísticas que apresentam maior representatividade em território urbano e tipos de visita mais frequentes.

Quadro 7. Modalidades de turismo na cidade e tipos de visita

		Duração da estada		
		Excursões	Estadas curtas	Férias
A l c a n c e d a v i a g e m	Deslocações sub-regionais	Turismo de recreio Turismo comercial Turismo de eventos	-----	-----
	Deslocações inter-regionais	Turismo comercial Turismo de eventos	Turismo de recreio Turismo de reencontro Turismo de negócios Turismo comercial Turismo de eventos	Turismo de recreio Turismo de reencontro
	Deslocações internacionais	-----	Turismo de recreio Turismo de negócios Turismo de eventos	Turismo de recreio Turismo de reencontro

Fonte: Henriques (2003)

Como é possível constatar no quadro 7, existem diversos fatores que influenciam a procura de destinos urbanos pelos visitantes. Por essa razão, os territórios devem promover uma competitividade saudável, para fazer face à procura pelos serviços, disponibilizando assim uma oferta adequada ao fluxo de visitantes. De acordo com Barbacena (2012), os destinos devem adotar um conjunto de estratégias comparativas e competitivas, sendo o setor dos eventos uma das mais-valias.

Para Henriques (2003), alguns dos eventos que apresentam grande capacidade de irradiação, tanto ao nível promocional, como na capacidade para gerar atração turística são o *Festival de Cannes* (arte cinematográfica), os jogos olímpicos e o campeonato europeu de futebol (desporto) e a celebração de 13 de maio em Fátima (religião).

É no entanto importante referir que devido às verbas e acordos necessários para realizar determinados eventos, a maior parte das dinâmicas acabam por ter, essencialmente, um impacto regional, tendo como público maioritário a população residente nos locais onde se realizam e, em certos casos, estendendo-se a regiões vizinhas ou outros pontos do país.

Para Henriques (2003), as deslocações de curta duração aos centros urbanos que se situem nas imediações do local de residência dos visitantes (não envolvem frequentemente dormida), representam a maior fatia do turismo de eventos. No caso das viagens que implicam o percurso de maiores distâncias, raramente a estadia se prolonga por muito tempo.

O mesmo autor acrescenta ainda que, à primeira vista, podem ser identificadas três tipologias distintas de centros urbanos, que se diferenciam em dimensão e nas características singulares que apresentam, permitindo uma maior ou menor capacidade de atração turística: metrópoles (cidades de grande dimensão e com ampla visibilidade internacional, onde se situam os principais centros de decisão política e económica, um número considerável de empresas, estabelecimentos de comércio, equipamentos / infraestruturas desportivas e culturais, podendo ainda apresentar um ou mais aeroportos); cidades intermédias (locais que possuem um património histórico considerável e importante, servindo de áreas de apoio às zonas rurais); e, por fim, os pequenos centros turísticos fortemente especializados (áreas urbanas / localidades de

pequena dimensão que apresentam capacidade para concretizar a atividade turística, contando assim com uma forte presença de visitantes nacionais e/ou estrangeiros).

Ao verificar que para o exemplo português, era necessário indicar tipologias de centros urbanos que estivessem direcionadas para o contexto turístico em vigor no país, Henriques (2003) enuncia quatro novas definições: metrópoles turísticas (cidades de maior visibilidade / reconhecimento para o exterior e que recebem diariamente um volume considerável de visitantes nacionais e estrangeiros, tendo ainda a capacidade para garantir a coesão territorial das áreas envolventes); urbanizações turísticas especializadas (locais que sofreram uma profunda alteração estrutural para terem a capacidade de receber um maior volume de visitantes); pólos turísticos regionais (locais de média dimensão que contribuem para a coesão regional / territorial das áreas envolventes, tendo assim um papel semelhante ao das metrópoles turísticas, sendo ainda alvo de reconhecimento em relação ao património histórico que possuem e na diversidade de recursos disponíveis para serem utilizados no âmbito do turismo); e, por fim, os pólos turísticos sub-regionais (locais onde a procura turística chega, em alguns casos, a ultrapassar a dos pólos turísticos regionais não apresentando, ainda assim, capacidade para fixar durante muito tempo os turistas, pois grande parte das visitas fazem-se em regime de excursão, principalmente a partir das metrópoles turísticas).

Para além destas quatro definições, o autor refere ainda os locais que, devido à sua dimensão, não têm condições para se tornarem destinos com potencial turístico capazes de captar procura em quantidade suficiente para serem considerados pólos turísticos sub-regionais e, tão pouco, gerar riqueza através do setor, existindo ainda os territórios que apesar de possuírem recursos passíveis de poderem ser aproveitados para o turismo, não conseguem ascender à categoria referida, devido à sua fraca valorização e promoção.

Assim, no território português, as cidades de Lisboa e Porto, são os melhores exemplos de metrópoles turísticas. Quanto às urbanizações turísticas especializadas, dois casos de sucesso são as cidades de Fátima (ligada ao turismo religioso) e Figueira da Foz (turismo de sol e mar), para além de outras localidades situadas no litoral. Já as cidades

de Coimbra e Aveiro apresentam condições para serem designadas como pólos turísticos regionais, juntamente com outras capitais de distrito. Em relação aos pólos turísticos sub-regionais (também designados de complementares), um dos melhores exemplos é a Serra da Estrela.

I.3.3. Avaliação de eventos para o contexto local

Como foi referido anteriormente, para os organizadores analisarem os impactos reais dos eventos, é necessário que tenham consciência de que os mesmos podem provocar efeitos positivos (melhoria da imagem dos destinos, tendo a capacidade para atrair um fluxo constante de visitantes; criação de emprego, tanto no turismo, como noutros setores de atividade; melhoria das condições de habitabilidade / vida das comunidades locais; geração de riqueza; melhoria das infraestruturas; entre outros), mas também negativos (inflação de preços em determinadas épocas do ano; aumento do tráfego rodoviário e consequente poluição atmosférica; degradação do património histórico; perda da identidade local; possibilidade de aumento dos níveis de criminalidade; criação de empregos sazonais sem qualquer rentabilidade; entre outros).

Para demonstrar a pertinência das avaliações dos eventos (festivais), Crompton e Love (1995) referem que para se proceder ao estudo, é necessário identificar os aspetos gerais e específicos de cada acontecimento, as fontes informativas e as infraestruturas necessárias para o apoio logístico. Já Cole e Illum (2006, citado por Santos, Carneiro, & Eusébio, 2012) referem que os eventos devem ser avaliados de acordo com a qualidade do desempenho (em relação às dinâmicas efetuadas no decorrer dos acontecimentos, das infraestruturas necessárias e ao nível do entretenimento) e da qualidade da experiência destinada aos participantes (apreciação das dinâmicas realizadas, nível de divertimento e convívio social).

Segundo Lee, Lee, Lee e Babin (2008), existem ainda outras dimensões relevantes para estudar os eventos (festivais), como são as razões que levam à sua realização, qualidade do espaço disponível para albergar os eventos, análise do programa (cartaz) e respetiva variedade de dinâmicas, número de pessoas (*staff*) responsáveis pela prestação de determinados serviços no pré, durante e pós-acontecimento, informação

/ sinalização disponibilizada aos participantes, preços a serem praticados, qualidade de refeições, comida ligeira e bebidas vendidas e variedade ao nível de objetos / material promocional para ser vendido ao público.

Já Santos *et al.* (2012) referem a necessidade de se considerar o tipo de dinâmicas que são realizadas (recriações de história ao vivo, exposições ou atuações), os aspetos referentes à programação dos eventos (variedade e qualidade na organização das dinâmicas), o ambiente / espaço onde são realizados os acontecimentos (a limpeza e decoração merecem uma avaliação cuidada), a qualidade dos serviços prestados no pré, pós e (principalmente) no decorrer dos mesmos (através de alguns aspetos a serem apontados aos colaboradores, como a simpatia e capacidade para ajudar / esclarecer os participantes) e os preços que vão ser praticados. As autoras acrescentam ainda que a formulação de estudos com vista à avaliação e comparação de segmentos dentro do mercado dos eventos, pode ser uma mais-valia para identificar os fatores que podem influenciar a experiência dos participantes.

De acordo com Tkaczynski e Rundle-Thiele (2011, citado por Santos *et al.*, 2012, p. 1601), os eventos onde porventura são realizadas mais investigações, são os de índole desportiva, gastronómica e musical, sendo que as segmentações de público são concretizadas de acordo com as variáveis de “idade, género, país de residência, habilitações literárias, rendimento e motivações”.

Para Ziakas (2014, citado por Pimentel *et al.*, 2017), a formulação de estudos relativos à capacidade dos territórios para receberem determinados acontecimentos, permite aferir a viabilidade dos mesmos e possibilita que os organizadores possam realizar uma gestão mais eficaz de todas as dinâmicas que compõem os eventos, criando condições para que as comunidades locais possa participar ativamente nos processos de tomadas de decisão e, em certos casos, no decorrer dos próprios acontecimentos, exaltando da melhor maneira a cultura e tradição dos territórios.

Em resumo fica provado que, se os organizadores trabalharem em articulação com os responsáveis pelas investigações / avaliações dos eventos, podem ser criados planos operacionais eficazes que contemplem medidas estruturais relativas ao planeamento

dos acontecimentos, devendo a sua elaboração ser efetuada com o máximo de antecedência possível relativamente à data prevista para a realização dos eventos.

I.3.4. Síntese

Apesar das alterações que se têm verificado no panorama turístico e na crescente aposta dos destinos rurais, o contexto urbano continua a concentrar o maior número de atividades, dinâmicas e serviços. Tendo adquirido grande importância para a dinamização das cidades (principalmente a partir do século XX), o turismo tem contribuído largamente para o Produto Interno Bruto (PIB) dos países, através da riqueza gerada com os turistas. Por essa razão, os destinos que apresentam maior densidade populacional, são também aqueles com maior probabilidade de receber visitantes, podendo dever-se esta conjuntura à maior diversidade em termos de dinâmicas, serviços, relação qualidade / preço e variedade ao nível dos estabelecimentos de alojamento e espaços de restauração.

A ligação entre destinos e o turismo, a promoção que é efetuada com recurso aos diversos meios de comunicação e a satisfação das necessidades de cada grupo, são características essenciais para que os territórios possam apresentar uma maior capacidade em termos de atração de visitantes. Este cenário, acaba por se aplicar aos eventos realizados em contexto urbano, tendo estes a vantagem de proporcionar uma experiência social e coletiva mais abrangente, possibilitando ainda que os visitantes possam ter uma participação ativa nos acontecimentos.

No que concerne às tipologias em contexto urbano que apresentam elevada representatividade ao nível turístico, destacam-se o turismo cultural ou patrimonial, de negócios, de eventos ou outras modalidades / termos mais desconhecidos, como o turismo de reencontro, comercial ou de recreio.

Relativamente ao alcance dos eventos, é importante referir que muitos acabam por acarretar um custo significativo para as autarquias. Como forma de contenção ao nível dos gastos com a produção / promoção dos acontecimentos, a maior parte acaba por ter essencialmente um impacto regional e um público maioritariamente oriundo do

local ou de regiões na envolvimento geográfica dos eventos (exclui-se os de grandes dimensões), destacando-se por isso as deslocamentos de curta duração.

Com base na pesquisa efetuada, alguns dos impactos positivos que podem ser apontados à realização de eventos são a melhoria da imagem dos destinos (ao nível do potencial turístico), criação de emprego, melhoria das condições de vida das comunidades locais, produção de riqueza e construção e/ou melhoria de infraestruturas já existentes. Em termos negativos, os eventos podem contribuir para inflacionar os preços, aumentar o tráfego rodoviário e conseqüente poluição atmosférica, degradar o património histórico existente, levar à perda da identidade local ou estimular a criação de empregos precários. Para evitar que os impactos desfavoráveis ultrapassem os positivos, os organizadores devem elaborar um plano operacional que enumere um conjunto de medidas essenciais ao evento, tais como a definição de objetivos, infraestruturas e material necessário, análise cuidada do programa que pretendem incrementar, apostar na diversificação das dinâmicas e na disponibilização de informação aos visitantes, definir o *staff* necessário, criar sinalização adequada para o recinto e definir os preços que irão ser praticados.

Em paralelo, os territórios devem realizar estudos detalhados, com o objetivo de verificar a viabilidade de realização de determinados eventos, avaliar a capacidade de resposta da oferta em relação à procura por produtos e serviços no decorrer dos acontecimentos e criar condições para que as populações locais possam ter um papel ativo no planeamento e/ou durante os eventos.

II. CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DO ESTÁGIO

II.1. Nota introdutória

Finalizado o primeiro ano do Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade na Escola Superior de Educação de Coimbra, o aluno optou por iniciar contactos com instituições, a fim de verificar a possibilidade de realização de um estágio curricular no decorrer do segundo ano do curso.

Assim encetou contactos com a delegação de Coimbra do Turismo Centro de Portugal, nas pessoas de dois responsáveis por diferentes núcleos da instituição (Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico e Núcleo de *Marketing, Branding, Promoção e Informação Turística*), no sentido de averiguar a possibilidade de integração num destes departamentos não tendo, no entanto, sido possível garantir vaga nos mesmos. Apesar do desfecho assinalado, o aluno reconhece ter utilizado as vias mais adequadas para que as respostas ao seu pedido fossem céleres e positivas (nomeadamente ao nível dos contactos efetuados e interação com os funcionários da referida instituição), tendo em conta os prazos a cumprir, previamente definidos pelos professores orientadores, circunstância que, apesar dos seus intentos, o aluno acabou por não conseguir salvaguardar, dada a morosidade das respostas finais.

Pela razão acima apresentada, foi necessário repensar o local de estágio, tendo surgido nova hipótese de, o mesmo, poder ser realizado na delegação de Leiria / Fátima e Tomar do Turismo Centro de Portugal; no entanto, os custos inerentes a um eventual aluguer de um espaço, aliados ao tempo despendido em deslocações, condicionaram e obstaculizaram esta escolha.

Mais tarde, na pesquisa de outros espaços elegíveis para estágio, surgiu a hipótese de ser encetado novo contacto, desta vez com a Câmara Municipal de Coimbra. Neste contexto, o aluno contactou telefonicamente e por email o Convento São Francisco, a fim de obter informações relativas à equipa de eventos deste mesmo espaço, tendo em resposta sido encaminhado para a Divisão de Cultura e Promoção Turística da autarquia. Seguidamente, através de contacto telefónico com uma responsável pelos recursos humanos da Câmara, o aluno dialogou com aquela sobre a possibilidade de

realização do seu estágio na referida Divisão, tendo sido informado dos procedimentos / diligências a cumprir.

Após algumas semanas de expectativa, no decorrer das quais ainda encetou mais alguns contactos telefónicos com elementos da referida Divisão, dada a necessidade de cumprimento de prazos, e realizou algumas deslocações à Casa Municipal da Cultura no sentido de dialogar com uma das colaboradoras do Departamento de Cultura e Turismo da autarquia, a proposta do aluno de realizar estágio na Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra (DCPTCMC) foi aceite.

Fazendo uma leitura imparcial das razões mais relevantes para ter optado pela CMC em detrimento de outras instituições, o aluno ressalva que a sua decisão se prendeu, sobretudo, com a maior diversidade de atividades que poderia vir a desempenhar naquele contexto podendo ver, inclusive, o estágio prolongado no tempo - o que se veio a concretizar - por um período maior do que o inicialmente definido pelos professores orientadores da ESEC para indicação do plano de trabalho a desenvolver no decorrer do segundo ano do mestrado. A inserção no referido espaço, permitiu que fosse elaborada ulteriormente, uma reflexão sobre as atividades realizadas no decorrer do período de estágio e um trabalho de investigação paralelo, de aprofundamento de uma temática relacionada com a entidade onde o mesmo decorreria.

Assim, no início de abril de 2019, realizou-se uma reunião entre o aluno e a sua futura supervisora, tendo sido discutidos diversos aspetos ligados ao estágio e à CMC, tais como as competências do Departamento de Cultura e Turismo e respetiva Divisão (de Cultura e Promoção Turística - DCPT), datas de início (8 de abril) e término do estágio (14 de junho), algumas das possíveis dinâmicas onde o aluno poderia marcar presença e sido focadas questões relativas ao trabalho de investigação a ser por aquele desenvolvido.

No sentido de proceder a uma caracterização e análise do estágio curricular efetua-se, seguidamente, uma pequena análise da Câmara Municipal de Coimbra (local onde foi realizado o estágio), fornecendo-se ainda informações sobre a estrutura orgânica da autarquia.

Para o terceiro capítulo, enumeram-se as funções desempenhadas no decorrer do período de estágio, seguindo-se-lhe um quarto capítulo que contempla uma análise sucinta da presença do aluno na Ceia Medieval realizada no Convento São Francisco parte integrante do cartaz da Feira Medieval, um evento anual realizado na cidade de Coimbra.

No decorrer do quinto capítulo, elabora-se uma caracterização geral da Feira Cultural de Coimbra, integrando esta análise uma contextualização histórica, opiniões dos autarcas sobre o referido evento (com base na conferência de imprensa realizada para promover a edição de 2019), uma breve exploração das áreas temáticas nele representadas, análise dos diversos contributos, características e dinâmicas da sexta edição da Feira e um resumo das tarefas desempenhadas pelo aluno, a fim de se poder perceber uma ideia de conjunto sobre aquele evento, que será objeto de estudo na terceira parte deste trabalho.

Finalmente, o sexto capítulo apresenta uma análise crítica sobre o período de estágio.

II.2. Caracterização da entidade onde foi realizado o estágio

II.2.1. Câmara Municipal de Coimbra

A CMC situa-se na Praça 8 de maio, na proximidade de um dos mais extensos e bonitos rios de Portugal (Mondego), de um dos principais pontos turísticos conimbricenses (Mosteiro de Santa Cruz) e de três das mais conhecidas e importantes ruas da cidade (Rua da Sofia, Rua Visconde da Luz e Rua Ferreira Borges).

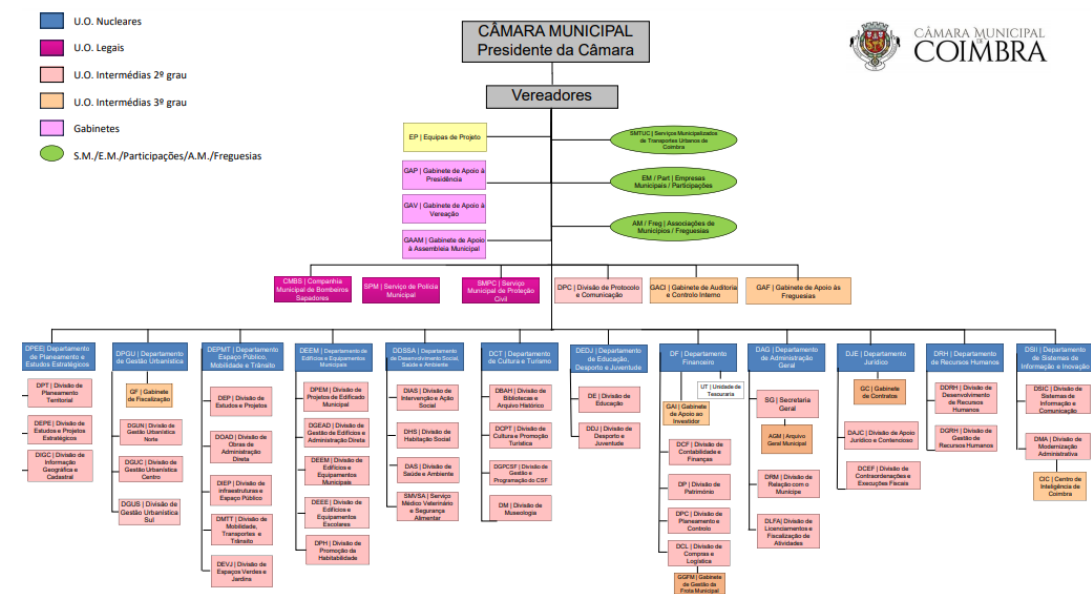
Esta instituição, enquanto órgão executivo máximo do concelho, integra um presidente, cinco vereadores (a quem foram atribuídas determinadas competências) e cinco vereadores não executivos, sendo os mesmos eleitos através de sufrágio universal aquando das eleições autárquicas.

O presidente atualmente em funções é o Dr. Manuel Machado, tendo sido eleito pelo Partido Socialista. Para saber mais sobre o executivo municipal e respetivas competências, sugere-se a consulta do anexo I.

II.2.2. Organograma / Estrutura Orgânica

Em termos de documentação oficial, o Aviso nº 11707 / 2019 presente em Diário da República (2ª série - nº 136 de 18 de julho de 2019), compila a estrutura orgânica da Câmara Municipal de Coimbra, estando a mesma ilustrada na figura 2.

Figura 2. Estrutura orgânica da Câmara Municipal de Coimbra



Fonte: Município de Coimbra (2020)

Analisando a figura 2 constata-se que a organização pública está estruturada de forma hierarquizada, sendo constituída por doze unidades orgânicas nucleares, três legais, quarenta intermédias de 2º grau, oito intermédias de 3º grau, três gabinetes (de apoio ao Presidente, Vereadores e Assembleia Municipal), setores relativos aos Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra (SMTUC), Empresas Municipais / Participações e Associações de Municípios / Freguesias e equipas de projeto. A distribuição da estrutura orgânica da CMC e as competências da Divisão de Cultura e Promoção Turística (espaço onde foi realizado o estágio), podem ser consultadas, respetivamente, nos anexos II e III.

II.3. Caracterização das atividades desenvolvidas no estágio

Durante a reunião com a supervisora do estágio, foram discutidos alguns aspetos referentes à sua concretização na Divisão de Cultura e Promoção Turística, sendo de realçar a postura profissional por aquela assumida na sua relação com o aluno, tendo a preocupação de explicar e/ou esclarecer dúvidas relativas ao DCT, à DCPT, disponibilizando também algumas informações presentes neste trabalho de investigação.

Como foi referido anteriormente, o período de estágio decorreu de 8 de abril a 14 de junho de 2019, sendo que o horário acordado (com pausa para almoço) foi o compreendido das 9h30 às 12h30 e das 14h00 às 17h30. Importa, no entanto, referir que o mesmo supôs flexibilidade na sua aplicação (principalmente aos fins de semana), devido aos eventos onde o aluno esteve inserido.

Em seguida, procedeu-se à contextualização da agenda cultural conimbricense no período de estágio e definiu-se, simultaneamente, a integração / presença do aluno noutra acontecimento, permitindo-lhe não só aceder a outros projetos da DCPT, como também adquirir uma maior experiência prática num domínio, que considera de elevado interesse, como é o da área de organização e planeamento de eventos turísticos.

Para além das ocasiões em que foi possível dar seguimento ao trabalho, o aluno teve a seu cargo outras atividades que acabaram por complementar a experiência profissional. Assim, com base no registo diário efetuado no decorrer dos dois meses e meio de estágio, enumeram-se as atividades desempenhadas:

- ♦ Integração durante uma semana no Posto de Turismo do Município de Coimbra (situado na Praça da República), para acompanhar e perceber as dinâmicas inerentes ao espaço e informar sobre os principais pontos turísticos da cidade, tendo tido a hipótese de realizar alguns atendimentos a turistas nacionais e estrangeiros;
- ♦ Acompanhamento de quatro visitas guiadas, com o objetivo de perceber as dinâmicas relativas ao modelo de exposição de cada guia intérprete:

- ✓ A primeira visita ocorreu na Casa Museu Miguel Torga, acompanhando um grupo de alunos do ensino secundário;
 - ✓ A segunda, subordinada ao título “Coimbra, um outro olhar” iniciou-se no Largo Dr. José Rodrigues, frente ao Museu Nacional de Machado de Castro, tendo-se prolongado pela zona de Almedina. Pelo meio, foram visitadas diversas ruas, travessas e becos da Alta de Coimbra, tendo sido emitidas sobre algumas delas, um conjunto de histórias profundamente interessante;
 - ✓ A terceira visita, designada “Tradições Académicas e a Canção de Coimbra”, começou no Largo da Sé Nova e prolongou-se pela Alta de Coimbra até à Torre de Anto. No decorrer da mesma, foram abordados diversos temas históricos da cidade, como as tradições académicas, repúblicas estudantis, vivências entre estudantes e o seu contributo para a canção conimbricense;
 - ✓ A quarta visita decorreu no Seminário Maior de Coimbra, tendo sido efetuado um percurso por todos os espaços visitáveis da infraestrutura, como o Refeitório, Escadas em Caracol, Capela de São Miguel, Aposentos Episcopais, Varanda de Mondego, Biblioteca Velha, Igreja da Sagrada Família e Sala dos Azulejos.
- ♦ Acompanhamento dos preparativos para a Queima das Fitas de 2019, não tendo, no entanto, ação direta no processo de planeamento, montagem e realização do evento. A presença do aluno consistiu mais numa aprendizagem, no que se refere aos mecanismos e dinâmicas de palco e na correta distribuição de equipamento / tendas temáticas pelo recinto do evento, que se realiza anualmente na Praça da Canção.

II.4. Participação na Feira Medieval de Coimbra 2019

Devido à calendarização prevista de estágio, ficou acordado no decorrer da reunião inicial com a supervisora que o aluno, para além da Feira Cultural de Coimbra, teria a oportunidade de participar noutro evento da DCPT, a edição de 2019 da Feira Medieval.

Coincidindo com o último dia de estágio (14 de junho), foi possível desenvolver uma ação direta no primeiro dia do evento (Ceia Medieval), ficando o segundo dia (Feira Medieval propriamente dita) já fora do período de abrangência do estágio. Tendo em conta os mecanismos inerentes ao mesmo (cessação do seguro em caso de acidente) e, devido ao facto de ultrapassar a data estipulada para o término do estágio, não foi possível ao aluno desenvolver uma participação direta no segundo dia, estando este unicamente reservado para a realização de uma visita informal e observação das dinâmicas concretizadas.

A fim de proceder à contextualização da informação referente à participação no evento, apresenta-se um resumo dos aspetos mais importantes. Fotografias recolhidas no decorrer da Ceia Medieval ou, posteriormente obtidas, via página de *Facebook* do Município de Coimbra, podem ser consultadas no anexo IV.

Figura 3. Cartaz da Feira Medieval de Coimbra 2019



Fonte: Câmara Municipal de Coimbra (2020)

Data de realização: 14 e 15 de junho.

Locais: Convento São Francisco, Largo da Sé Velha e “Quebra Costas”.

Funções desempenhadas: Preparação e acompanhamento da Ceia Medieval.

Descrição / decurso do evento: A Feira Medieval de Coimbra 2019 decorreu nos dias 14 e 15 de junho, tendo como tema o Infante D. Pedro e os 570 anos da Batalha de Alfarrobeira. Sendo esta a 27^a edição, apresenta-se como uma das feiras de cariz medieval mais antigas a serem realizadas no nosso país. A organização da mesma, ficou a cargo da Câmara Municipal de Coimbra, em colaboração com a paróquia da Sé Velha, a Universidade de Coimbra e o Município de Montemor-o-Velho.

O primeiro dia esteve reservado para o tradicional jantar de cunho medieval, que, este ano, se realizou numa das salas do Convento São Francisco. As refeições, contendo uma grande variedade de iguarias com ligação à época medieval, foram confeccionadas pelos Serviços de Ação Social da Universidade de Coimbra. A Ceia ficou ainda marcada pelos vários momentos de animação e interação com o público presente, tais como a demonstração e recriação de combates com armas, leitura de rúbulas, atuações musicais com jograis e trovadores, danças medievais, entre outras dinâmicas, que foram asseguradas pela companhia de teatro Viv’Arte.

As funções do aluno no decorrer do jantar medieval estiveram direcionadas para a preparação da sala, através da colocação de toalhas, loiça, material decorativo, *flyers* contendo todas as informações acerca do evento e distribuição de papéis pelas diversas mesas existentes contendo os nomes dos participantes. Posteriormente, o mesmo encarnou uma personagem da Idade Média, recebendo os convidados e disponibilizando as diversas iguarias que foram sendo servidas.

De referir que a participação na Ceia Medieval esteve sujeita a inscrição prévia, com um custo de 22,50 € por pessoa, sendo que as crianças dos sete aos doze anos pagavam apenas metade desse valor; quanto às crianças de até seis anos, o acesso era gratuito.

O segundo dia, ficou reservado para a realização propriamente dita da Feira, através da recriação de um mercado medieval onde os intervenientes diretos estariam trajados à época, tal como sucedeu durante a Ceia. Desenrolando-se no Largo da Sé Velha e

estendendo-se ainda à área do “Quebra Costas”, a entrada no evento era livre, tendo os visitantes tido a oportunidade de contactar com iguarias e ofícios próprios da época medieval, comprar produtos e materiais e observarem as diversas dinâmicas e animação incrementadas.

Em jeito de balanço, o aluno considera que apesar de apenas ter tido ação direta num dos dias do evento, a atividade desenvolvida foi interessante e frutuosa, sobretudo pela possibilidade de se ter integrado no espírito da época medieval.

Quanto ao evento, o mesmo conheceu ampla receptividade por parte do público nos seus dois dias de realização (principalmente no decorrer da Ceia).

II.5. Feira Cultural de Coimbra

II.5.1. Contextualização histórica

A Feira Cultural é um evento de cariz cultural, da responsabilidade da Câmara Municipal de Coimbra, através da ação do Departamento de Cultura e Turismo da autarquia, tendo a edição de 2019 decorrido de 31 de maio a 10 de junho.

Iniciada em 2014, decorre no Parque Dr. Manuel Braga (sito na margem direita do Rio Mondego e nas proximidades do Largo da Portagem), cruzando num só espaço diversas áreas temáticas como literatura, artesanato, artes plásticas, edições musicais, representações institucionais, cultura e criatividade e gastronomia. Sendo um evento de entrada livre, os organizadores optaram pela diversificação temática, numa tentativa de atrair um público mais abrangente, assumindo assim as condições para poder proporcionar momentos de lazer e descontração para toda a família.

No que se refere à base de criação do evento, este surgiu da ligação entre a Feira do Livro (já na sua 42ª edição) e a Feira de Artesanato (19ª edição), sendo que a junção se deveu à tentativa de revitalizar - via inovação - os dois eventos em termos de aproveitamento turístico e comercial. A aposta num novo modelo de evento que contemplasse diversas áreas temáticas revelou-se a mais acertada, já que o número de visitantes e de expositores a marcar presença tem aumentado de edição para edição.

II.5.2. Perspetiva dos autarcas

Durante a conferência de imprensa de apresentação da edição de 2019, o Presidente da Câmara Municipal de Coimbra frisou as dificuldades das Feiras do Livro e Artesanato, quando estas ainda eram realizadas individualmente, referindo que “o modelo inicial entrou em dificuldades práticas” mas que, com a adoção de um novo conceito, foi possível manter o foco no livro, ao mesmo tempo que o evento se abria “a outras componentes de natureza cultural” (Diário de Notícias, 2019).

Já em relação à edição de 2019, Manuel Machado referiu que o evento seria mais abrangente e alargado, comparativamente a edições anteriores, sendo “uma oportunidade de reforço da animação e atratividade do coração da cidade” (Notícias de Coimbra, 2019). Mais acrescentou pretender-se “atrair novos públicos e manter os (...) que frequentemente visitam a Feira do Livro” e que esta, apesar de estar inserida num evento com outras valências, não tinha como objetivo “competir com nenhuma outra Feira do Livro, porque a nossa é ímpar” (Diário de Notícias, 2019).

Desvendando alguns pormenores para a edição de 2019, o autarca destacou “a criação de um auditório para realizar algumas das iniciativas”, como por exemplo a de José Rodrigues dos Santos (escritor e jornalista da RTP) e a maior aposta na vertente musical e gastronómica, aproveitando ainda para referir que o investimento para esta edição seria de 250 mil euros (mais 156 mil euros que na primeira edição da Feira Cultural) (Diário de Notícias, 2019).

Para Carina Gomes (vereadora da cultura da CMC), a atração de novos tipos de público seria essencial para dinamizar a Feira, destacando o papel da comunidade escolar (Diário de Notícias, 2019). Já Jorge Alves (vereador da educação da autarquia), destacou a presença dos Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra (SMTUC) no evento, através de um espaço dedicado à evolução dos transportes públicos em Coimbra nos últimos 111 anos, estando para isso presentes “um elétrico, um trólei, um autocarro de dois andares” e um exemplar dos mais recentes autocarros elétricos adquiridos pelo município (Notícias de Coimbra, 2019).

II.5.3. Áreas temáticas da Feira

De edição em edição, a organização tem sabido promover eficazmente o evento, conseguindo atrair à cidade de Coimbra diversos artesãos e livreiros, sendo que esse cenário acaba por ter repercussão no número crescente de participantes que pretendem estar presentes na Feira.

Como já foi referido, para a edição de 2019, os organizadores dividiram o recinto da Feira em áreas temáticas (algumas imagens do evento podem ser consultadas no anexo V). De acordo com a lista oficial dos participantes a que o aluno teve acesso, existiram 190 expositores distribuídos da seguinte forma:

- 82 ligados a áreas do artesanato, como sejam o fabrico de peças em cerâmica, vidro, madeira, cestaria, calçado, bordados, vestuário em lã, ourivesaria, instrumentos musicais de corda, acessórios de moda, entre outros;
- 55 relativos aos livros, incluindo representantes de pequenas e grandes livrarias, algumas editoras e alfarrabistas;
- 21 na área da gastronomia, estando distribuídos por vários pontos estratégicos da Feira. A variedade gastronómica incluía produtos e sabores ligados à doçaria regional, à região das Beiras, com origem em grupos folclóricos e etnográficos conimbricenses, para além de estarem representados alguns restaurantes e espaços de venda de *street food*;
- 10 de cultura e criatividade, confirmando a aposta dos organizadores em trazer para a Feira empresas e associações ligadas à produção cultural fora do âmbito do artesanato e livros;
- 9 de artes plásticas. Tal como acontece com a área reservada à cultura e criatividade, confirma a aposta dos organizadores em trazer para a Feira empresas e associações ligadas a outras áreas de produção cultural;
- 9 relativos a representações institucionais, tendo participado algumas entidades que se dedicam à promoção / preservação cultural da cidade de Coimbra;

- 4 de edições musicais, seguindo a linha acima referida, de trazer para a Feira empresas e associações ligadas à produção cultural fora do âmbito do artesanato e livros.

Figura 4. Cartaz da Feira Cultural de Coimbra 2019



Fonte: Câmara Municipal de Coimbra (2020)

II.5.4. Edição de 2019: dinâmicas, características e contributos

Apresentando-se como um evento que pretende potenciar o setor cultural e criativo português, a Feira permite igualmente a divulgação do trabalho de associações / entidades culturais com origem no concelho de Coimbra.

Para a edição de 2019, os organizadores apostaram numa programação cultural rica e diversificada, através de vários momentos de animação ao vivo, como espetáculos de teatro e dança, atuações de tunas, grupos folclóricos e etnográficos, concertos corais e musicais, realização de palestras, colóquios, exposições temporárias de pintura e fotografia, *workshops*, apresentações de livros e respetivas sessões de autógrafos com os escritores e diversas atividades dirigidas ao público infantil, como sessões de contos e poesia, para além da existência de uma *kid zone* (Câmara Municipal de Coimbra, 2019; Diário de Notícias, 2019; & Notícias de Coimbra, 2019). Ao mesmo tempo, a promoção da leitura continuou bem presente, sendo realizadas diversas dinâmicas (destacou-se, em termos de adesão de público, a palestra de José Rodrigues dos Santos sobre jornalismo e escrita literária e a conferência sobre os 30 anos da atribuição do

Prémio Camões a Miguel Torga), para além da tradicional mostra de artesanato e demais áreas temáticas.

No que concerne às características físicas da edição de 2019, refira-se a presença de dois palcos (Palco do Coreto e Palco dos Livros), um pavilhão destinado à Biblioteca Municipal de Coimbra e um auditório.

Ao nível da diversidade gastronómica, a Feira permitiu um contacto com sabores das Beiras e de países como o México e Moçambique, doçaria regional e de uma oferta de *street food*, destacando-se ainda a presença da *Rede de Cidades Cencyl* que veio dar a conhecer aos visitantes o programa de cooperação *Interreg Espanha-Portugal*, que conta com a participação de diversos artesãos espanhóis e portugueses (Colectiva, 2019).

Para que a Feira Cultural decorresse com normalidade, foi necessário um trabalho conjunto entre os diversos departamentos, divisões e serviços municipais. Assim, o evento contou com o apoio administrativo do Departamento de Cultura e Turismo, nomeadamente da Divisão de Cultura e Promoção Turística, responsável pela coordenação, seleção e envio de convites aos expositores, programação musical e de animação, serviço de secretariado no decorrer da Feira, prestação de apoio aos participantes e supervisão dos serviços de manutenção, limpeza e segurança. Ainda dentro deste departamento, foi igualmente essencial o apoio da Divisão de Bibliotecas e Arquivo Histórico.

Para além das divisões referidas, destaque ainda para o contributo nas mais variadas valências, da Divisão de Desporto e Juventude, Gabinete de Protocolo e Comunicação, Divisão de Apoio Jurídico e Contencioso, Departamento de Espaço Público, Mobilidade e Trânsito, Divisão de Sistemas de Informação e Comunicação, Divisão de Educação, Divisão de Saúde e Ambiente, Divisão de Espaços Verdes e Jardins, Divisão de Património, Serviço de Polícia Municipal, Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra e Serviço Municipal de Proteção Civil.

Apesar de todos os contributos, tendo em conta que a CMC não possuía grande parte do material que seria necessário para a Feira Cultural, procedeu-se à contratação externa de meios técnicos, equipamentos e serviços, destacando-se o aluguer de *stands*

de feira para exterior. Para além disso, foram necessárias tendas com estrado alcatifado; instalação elétrica para iluminação interior e exterior; mobiliário / equipamento diverso (chapéus de sol, mesas, cadeiras de esplanada, etc.); material decorativo e de sinalização (pórticos, painéis com a planta da Feira, placas de sinalização dos percursos e painéis de identificação de expositores); aluguer e instalação de relva artificial, casas de banho amovíveis, dois palcos, material de som e recurso a técnicos especializados na vertente musical; impressão de material gráfico para divulgação do evento (folhetos em formato A5 contendo todo o programa e expositores presentes, telas, *roll-up's*, bandeiras, entre outros); e ainda o recurso a serviços de segurança privada, de limpeza e de alojamento num hotel da cidade, para que expositores que viessem de fora pudessem pernoitar na cidade durante o certame.

A sexta edição da Feira Cultural de Coimbra contou ainda com a colaboração institucional das Águas de Coimbra, dos Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra (SMTUC) e de outros parceiros essenciais, como o Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património (CEARTE), o *Centro Regional de Artesanía de Castilla y León* (CEARCAL) e a *Federación de Organizaciones Artesanas de Castilla y León* (FOACAL).

Para se poder aceder a informação mais objetiva sobre a equipa que contribuiu para o sucesso do evento, indicam-se os seus elementos e respetivas tarefas: chefe da Divisão de Cultura e Promoção Turística da CMC (coordenação dos meios humanos presentes no evento); responsável pelo planeamento, operações e logística da CMC (supervisor do aluno durante o processo de planeamento e realização da Feira); adjunto deste mesmo responsável, desempenhando ainda funções a nível do serviço de secretariado (aluno); colega estagiária (auxiliar do serviço de secretariado e noutros trabalhos de diversa índole); responsáveis por tarefas diversas, tais como envio de convites para os expositores e acompanhamento da secção dos livros, programação da Feira e produção musical (palco e bandas), acompanhamento dos expositores do artesanato, gestão diária de atividades e acompanhamento das áreas temáticas ligadas às Artes Plásticas, Edições Musicais, Representações Institucionais e Cultura e Criatividade; colaboradoras do DCT (responsáveis pela prestação de apoio logístico durante o evento); funcionários do DCT (responsabilidade de entrega e montagem /

desmontagem de material necessário às atividades / dinâmicas); representante da empresa responsável pela montagem das estruturas necessárias ao evento (*stands*) e pela resolução de ocorrências relacionadas com a eletricidade; pessoal destacado para a resolução de ocorrências relativas a água e canalização; pessoal afeto ao serviço de limpeza; e ainda segurança privada em regime de escala.

II.5.5. Tarefas desempenhadas

Durante os onze dias de realização do evento, a presença do aluno foi regular e assídua no acompanhamento das dinâmicas e prestação de apoio logístico, colaborando nos preparativos para a abertura da Feira, que se iniciaram com vários dias de antecedência.

Entre as tarefas desempenhadas pelo aluno no pré, durante e pós-evento (algumas das quais contaram com a colaboração do supervisor que o acompanhou - com consentimento prévio da supervisora de estágio -, no decorrer do processo de planeamento e realização da Feira, da colega estagiária e de pessoal afeto ao DCTCMC) destacaram-se: análise / edição documental; deslocações periódicas ao Parque Dr. Manuel Braga (recinto da FCC) no sentido de realizar medições ao espaço destinado aos *stands* / áreas temáticas; acompanhamento / coordenação dos trabalhos de montagem da Feira; marcação de *stands* e respetivo mobiliário; criação de placas de sinalização contendo a numeração / localização dos expositores; presença regular no serviço de secretariado; e ainda apoio logístico / operacional nos onze dias de realização do evento.

Para uma perceção geral das tarefas desempenhadas pelo aluno, sugere-se a consulta dos anexos VI e VII.

II.6. Análise crítica

Fazendo uma retrospectiva dos meses passados na Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra, o aluno acredita ter sido acertada a escolha do espaço para a realização do seu estágio, pois sempre considerou interessante a área afeta à organização de eventos, o que acabou por ser determinante na opção tomada.

Durante este tempo teve a oportunidade de acompanhar, do início ao fim, todo o processo associado à Feira Cultural e integrar a Ceia Medieval (uma das dinâmicas associadas à Feira Medieval), algo que não é para si inédito já que, durante o seu percurso académico, realizou um estágio com características semelhantes na Câmara Municipal da Figueira da Foz para conclusão da licenciatura em Turismo, efetuada com sucesso na ESEC, entre 2014 e 2017. Outro fator importante, com um certo peso na decisão de realizar o estágio na autarquia conimbricense, prendeu-se com a proximidade geográfica da sua área de residência.

Concluído entretanto o período de estágio, o aluno congratula-se com a experiência, considerando que esta foi um complemento à sua formação, acabando por ir ao encontro das expectativas definidas inicialmente.

Relativamente aos aspetos positivos da passagem pela DCPT, destaca-se a integração em dois dos principais eventos de Coimbra, acompanhamento de quatro visitas guiadas e a possibilidade de acompanhar, durante uma semana, o dia a dia do posto de turismo municipal. Quanto aos aspetos negativos, assinala o curto período de duração do estágio (facto que se ficou a dever aos sucessivos atrasos que precederam a aceitação do aluno na instituição), o que inviabilizou a oportunidade de desempenhar outras funções dentro da DCPT e a sua integração noutros eventos.

Apesar de a CMC não ter sido a primeira opção para realizar o estágio e ter havido uma certa preocupação da sua parte, com o cumprimento dos prazos estipulados pelos professores orientadores para indicação de um local de estágio e seleção do tema para a investigação, o aluno sente-se satisfeito pela escolha efetuada, atendendo a que, para além de interessante e proveitosa, a mesma acabou por complementar a aprendizagem adquirida com o estágio anterior.

III. ESTUDO EMPÍRICO

III.1. Nota introdutória

O crescimento da indústria de eventos tem contribuído para que muitos turistas adaptem os objetivos de viagem em função de determinados acontecimentos, constituindo-se como variável fundamental para o modelo de gestão territorial realizada pelas autarquias e uma importante ferramenta de *marketing* que tem a capacidade de promover o desenvolvimento local e turístico dos respetivos territórios (Getz, 2008, & Light, 1996, citado por Santos *et al.*, 2012).

Tendo em conta o estágio realizado na Câmara Municipal de Coimbra, surgiu a hipótese de efetuar uma investigação fundamentada sobre um evento que fosse organizado pela autarquia, indo assim ao encontro das pretensões do aluno, quanto a um trabalho a desenvolver para conclusão do mestrado.

Se, numa primeira fase, o tema da investigação apontava para a Feira Medieval de Coimbra, optou-se por avaliar o potencial da Feira Cultural, tendo esta opção surgido no decorrer do estágio na Divisão de Cultura e Promoção Turística da CMC. A alteração efetuada, deveu-se ao facto de o aluno ter estado, desde o início, envolvido no processo de planeamento e posterior realização do evento, tendo tomado amplo conhecimento desta realidade e podendo assim aceder a determinadas informações / conteúdos que poderiam ser alvo de análise, algo que seria improvável, se a investigação tivesse sido direcionada para a Feira Medieval (os dados secundários disponíveis sobre este evento eram diminutos).

A fim de facilitar a interpretação do estudo empírico relativo à Feira Cultural de Coimbra, optou-se por enunciar como segundo capítulo, os objetivos e metodologia de trabalho adotada no decorrer da investigação.

Posteriormente, o capítulo “Resultados da investigação” contemplará uma caracterização dos intervenientes escolhidos para efetuar as entrevistas semiestruturadas, uma análise detalhada das mesmas e uma discussão dos resultados obtidos, fazendo-se a ponte com as temáticas exploradas ao longo da primeira parte do trabalho e com as notas redigidas pelo aluno durante os onze dias de duração da Feira, através da técnica de observação direta.

III.2. Objetivos e metodologia

Tendo em conta que o estágio no âmbito do Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade se realizou na Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra e, devido ao interesse pessoal do aluno na vertente dos eventos, idealizou-se um conjunto de acontecimentos que poderiam ser alvo de uma investigação mais aprofundada da sua parte, sendo que a escolha tinha de estar necessariamente dependente de determinados critérios, como o período de realização, facilidade na obtenção de informações e contributo da investigação para a melhoria de futuras edições do evento.

Devido à grande variedade de acontecimentos que se realizam diariamente em Coimbra, restringiu-se a escolha aos que apresentassem uma dimensão média / alta em termos de visibilidade / interesse junto do público.

Numa fase ainda prematura da investigação, a Feira Medieval foi o evento escolhido para efetuar o estudo empírico, tendo sido inclusivamente recolhida / analisada documentação acerca da mesma e realizada reunião com uma das organizadoras, com vista à obtenção de informação complementar. No decorrer do estágio e, através de diálogos mantidos com a supervisora e o responsável pelo planeamento, operações e logística da CMC (supervisor do aluno durante a Feira Cultural), no sentido de perceber a viabilidade de uma investigação sobre a Feira Medieval, optou-se por alterar o tema do trabalho. Esta mudança deveu-se não só, à pouca informação existente sobre o evento, mas também à duração e abrangência do mesmo (desenrola-se apenas durante dois dias, estando mais orientado para o público da cidade).

Com base neste cenário, surgiu a hipótese Feira Cultural, tendo em conta que o aluno não iria apenas estar, desde o início, inserido na equipa responsável pelo planeamento, programação e produção do evento, como também teria a hipótese de estar presente durante todo o seu período de realização, facilitando o processo de recolha de informações, com base na técnica de observação direta.

Neste contexto, definiu-se como principal objetivo desta dissertação, analisar o impacto que a Feira Cultural de Coimbra tem para a cidade.

Quanto aos objetivos específicos da investigação, pretendeu-se:

- ✓ Verificar os aspetos que poderiam ser melhorados no processo de planeamento do evento;
- ✓ Refletir sobre algumas questões observadas aquando da participação no evento, inferindo o que poderia ser melhorado em futuras edições;
- ✓ Refletir sobre o potencial da Feira em termos turísticos para a cidade de Coimbra.

Em relação à metodologia de investigação adotada, tendo em conta que o estudo incidiria num acontecimento concreto, recorreu-se à modalidade de estudo de caso. Esta apresenta-se como uma tipologia de investigação empírica que permite investigar um determinado fenómeno em contexto real (Yin, 2001), podendo apresentar diversos propósitos para ser utilizada e que passam pela realização de trabalhos exploratórios (obter informações sobre o tema em estudo), descritivos (descrever o caso) ou analíticos (elaborados com o objetivo de desenvolver novas teorias ou confrontar algumas já existentes) (Yin, 1984, citado por Ponte, 2006). Para Stake (1999), esta modalidade possibilita a compreensão mais exata sobre um determinado tema, permitindo realizar generalizações. Já Yin (1993, citado por Meirinhos & Osório, 2010) refere que, para ser bem aplicada, deve incluir uma série de análises documentais e de natureza quantitativa, entrevistas abertas e/ou fechadas e observações diretas no terreno.

Assim, procurou realizar-se uma observação direta durante os onze dias do evento, permitindo retirar diversas ilações essenciais para a investigação, que, posteriormente, seria complementada com os depoimentos recolhidos durante as entrevistas a efetuar. Esta apresenta-se como “um método interactivo de recolha de informação que requer uma implicação do investigador nos acontecimentos e fenómenos que está a observar” (Rodríguez, Flores, & Jiménez, 1999, citado por Meirinhos & Osório, 2010, p. 60), sendo por isso uma modalidade de recolha de dados em que o investigador não se limita a observar, assumindo diversas funções no decorrer do estudo que realiza (Yin, 2001). No decorrer da Feira Cultural de Coimbra, a observação participante permitiu que o aluno retirasse diversas conclusões (especialmente de natureza estrutural), com

vista à adoção de novos mecanismos de ação que permitissem melhorar determinados parâmetros do evento, já a partir da próxima edição.

Em simultâneo, através dos contactos estabelecidos com a orientadora de estágio, optou-se pela não realização de questionários (como inicialmente tinha sido previsto), tendo em conta as características do trabalho a realizar / rumo escolhido para a investigação (mais direcionada para a vertente do planeamento do evento). Posteriormente e já no decorrer da elaboração do estudo empírico, efetuaram-se um conjunto de entrevistas semiestruturadas a alguns dos expositores que marcaram presença no evento e ao diretor do DCTCMC, permitindo a obtenção de depoimentos importantes para a investigação, que complementariam as notas do aluno recolhidas durante a observação participante no decorrer do evento.

A realização de entrevistas semiestruturadas é atrativa no seio académico, permitindo uma gestão sustentada de um conjunto de questões previamente definido, mas também alguma improvisação e espontaneidade, podendo o entrevistador alterar o rumo da entrevista ou mesmo o tipo / forma das perguntas que elaborou. Em geral, este modelo permite a combinação de questões abertas e fechadas, dota os entrevistadores de capacidade e flexibilidade para conduzir a entrevista (de forma a direcioná-la para os pontos de interesse), permite uma conversa informal entre entrevistador e entrevistado, direciona-se mais para o tema principal da entrevista e favorece a obtenção de respostas espontâneas (Economista, 2017).

Na análise às entrevistas semiestruturadas, anotações extraídas a partir da observação direta durante o evento e do material complementar que foi sendo recolhido, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, consistindo esta num “conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (...) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção / recepção (...) destas mensagens” (Bardin, 1977, p. 42).

Sintetizando, procedeu-se à observação direta no decorrer da Feira Cultural, tendo a pesquisa documental sobre o evento, a realização de entrevistas semiestruturadas e a análise de conteúdo, sido efetuadas posteriormente. A análise das anotações efetuadas

e a realização das entrevistas, permitiram que o aluno conseguisse recolher material suficiente e complementar, para que o estudo estivesse em consonância com os parâmetros de investigação idealizados por si e respetiva professora orientadora.

III.3. Resultados da investigação

III.3.1. Caracterização dos entrevistados

Durante a elaboração do estudo empírico, efetuaram-se nove entrevistas semiestruturadas a expositores que marcaram presença na Feira Cultural de Coimbra e uma ao diretor do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Coimbra (DCTCMC), tendo sido, para isso, desenvolvidos dois guiões de entrevista adaptados às questões relativas a cada grupo-alvo (anexos VIII e X), entrevistas estas que foram posteriormente transcritas (anexos IX e XI).

A opção por esta técnica de recolha de dados, deveu-se à necessidade de obter informações mais credíveis e aprofundadas sobre diversos temas relativos à Feira Cultural e que permitissem, simultaneamente, complementar a pesquisa documental realizada e as anotações do aluno aquando da presença no evento.

Para iniciar o processo de realização das entrevistas, selecionaram-se nove expositores relativos às sete áreas temáticas presentes no evento (optou-se pela realização de duas entrevistas para as vertentes do livro e artesanato, pois constituem a base do evento), tendo os mesmos sido telefónica e previamente contactados, com o intuito de agendar reuniões presenciais, para assim se poderem realizar as ditas entrevistas.

Paralelamente, inquiriu-se o diretor do DCTCMC. Importa referir que, inicialmente, se previa a realização de oito entrevistas a colaboradores do DCT que tinham tido uma implicação direta na criação / realização da Feira optando-se, posteriormente, por reduzir esse número a apenas dois. Mais tarde, ficou a saber-se que tendo em conta a política da autarquia conimbricense (que inviabilizava a realização de entrevistas a funcionários da instituição), não seria possível concretizar nenhum dos dois primeiros cenários de entrevista idealizados, tendo em contrapartida sido dada ao aluno a possibilidade de inquirir o responsável pelo DCTCMC, à qual acedeu. A realização

desta entrevista, permitiu que fossem extraídas conclusões relevantes para a investigação, principalmente ao nível das temáticas relativas à gestão, planeamento, promoção / comunicação e contributo turístico do evento para a cidade de Coimbra, ficando o aluno a perceber melhor a realidade do evento.

Assim e de modo a facilitar a interpretação da informação, começa-se por fazer a apresentação de cada um dos entrevistados, surgindo no final do subcapítulo um quadro que resume os dados gerais extraídos.

No primeiro dia de entrevistas, inquiriram-se três expositores: o proprietário de uma loja de colecionismo e velharias, tendo o mesmo estado inserido na área temática relativa às edições musicais, a responsável pelo *Grupo Folclórico da Cova do Ouro e Serra da Rocha*, inserido na área temática da gastronomia e ainda um dos principais colaboradores do *Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património* (CEARTE), inserido na área temática institucional.

No segundo dia, entrevistaram-se mais três expositores: a proprietária de uma loja que realiza trabalhos de arte decorativa / pintura ceramista e que esteve presente na Feira através da vertente do artesanato, a responsável pela marca *São Rosas*, relativa ao artesanato criativo, estando presente no evento na mesma área de trabalho da anteriormente inquirida e ainda o fundador das *Edições Minerva Coimbra*, presente na FCC através da área temática relativa aos livros.

No decorrer do terceiro dia, entrevistou-se o diretor da *Paletro - Galeria de Arte*, inserida no evento através da área temática relativa às artes plásticas.

No quarto dia, foi realizada uma entrevista ao presidente da *Associação Artística e Cultural Salatina*, inserida no evento através da área temática relativa à cultura e criatividade.

Para o quinto dia, procedeu-se à realização de uma entrevista ao proprietário de uma livraria / alfarrabista, presente na FCC através da área temática relativa aos livros.

Finalmente, realizou-se a entrevista ao diretor do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Coimbra.

Através das entrevistas efetuadas, foi possível extrair diversas conclusões, que, de forma geral, acabaram por complementar as anotações do aluno e a restante informação recolhida, tanto ao nível da Feira Cultural, como das temáticas exploradas na primeira parte do trabalho.

De forma a ter uma noção das características e especificidade de cada entrevistado, procede-se à elaboração do quadro 8, que contém informações sobre as datas de realização das entrevistas, sexo do entrevistado, habilitações, funções que desempenha e respetivo número (necessário para a análise a ser efetuada no subcapítulo III.3.2.).

Quadro 8. Identificação dos entrevistados

Data da entrevista	Sexo	Habilitações	Funções que desempenha	Número de entrevistado
22/10/2019	M	♦ Licenciatura em Engenharia Civil	♦ Proprietário	E1
22/10/2019	F	♦ 9º Ano	♦ Responsável pelo grupo, trajes e etnografia ♦ Orientadora	E2
22/10/2019	M	♦ Licenciatura em Pintura Artística - vertente de <i>design</i> gráfico	♦ Durante a FCC, foi responsável pela participação do CEARTE e pelos projetos e dinâmicas desenvolvidas durante o evento ♦ No CEARTE, é coordenador do laboratório de orientação criativa, diretor criativo e <i>designer</i>	E3
23/10/2019	F	♦ Curso Profissional de Cerâmica	♦ Proprietária ♦ Pintora ceramista	E4
23/10/2019	F	♦ Licenciatura em Comunicação Empresarial ♦ Mestrado em Gestão de Recursos Humanos	♦ Responsável pela marca São Rosas, com ligação à Rainha Santa Isabel ♦ Apoio à gestão do <i>atelier</i> Manuela Bento	E5
23/10/2019	M	♦ Licenciatura em Ciências Físico-Químicas	♦ Fundador das Edições Minerva Coimbra	E6
24/10/2019	M	♦ Licenciatura em Engenharia Civil	♦ Diretor da Paletro - Galeria de Arte	E7
28/10/2019	M	♦ Licenciatura em Música	♦ Presidente da Associação Artística e Cultural Salatina ♦ Professor de música	E8

18/11/2019	M	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Licenciatura em Engenharia Geológica ♦ Mestrado em Geologia do Ambiente e Ordenamento do Território 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Proprietário ♦ Alfarrabista 	E9
29/11/2019	M	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Licenciatura em Educação Especial 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Diretor do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Coimbra 	E10

Fonte: Elaboração própria

III.3.2. Análise das entrevistas

Para se poder ter uma ideia global sobre os depoimentos dos entrevistados para cada pergunta que consta no guião dos expositores, procedeu-se à exploração de algumas respostas e teceram-se simultaneamente algumas considerações. Na análise a ser efetuada para cada pergunta, selecionaram-se algumas das opiniões mais relevantes, sendo as citações utilizadas acompanhadas do respetivo número atribuído a cada entrevistado.

Conhecimento da realização do evento

A formulação da questão, prendeu-se com a necessidade de perceber quais os mecanismos e/ou forma como os expositores tiveram conhecimento da realização da Feira Cultural.

A grande maioria dos entrevistados referiu que, inicialmente, concorreu para integrar o evento pela primeira vez mas que, a partir do segundo ano de participação, a autarquia passou a enviar anualmente um convite para que integrassem a Feira, como revelam os seguintes excertos:

- “... *decidi concorrer.*” (E1)

- “... *a autarquia tem-nos enviado um convite formal para integrarmos o evento ...*” (E8)

Outra das questões referidas, prendeu-se com a transição de eventos que eram realizados separadamente e que agora foram incluídos na Feira Cultural, como se pode comprovar nos seguintes excertos:

- *“Costumava integrar a Feira de Artesanato, quando esta era realizada em separado e na Praça da República ... Depois da Câmara ter mudado o modelo da Feira e criado o atual, acabei por transitar para a Cultural.”* (E4)

- *“... já integrava a Feira do Livro, quando esta era realizada como evento separado.”* (E6)

Apenas um entrevistado referiu que obteve informação sobre o evento através de meios eletrónicos / comunicação social, como se comprova no seguinte excerto:

- *“Através da internet e site da Câmara ...”* (E5)

-----//-----

Razões para a participação

A formulação da questão teve como objetivo perceber as razões que os expositores apresentavam para participar na Feira Cultural.

A grande maioria dos entrevistados referiu que a questão da divulgação / promoção da entidade e do trabalho que desenvolve, tiveram grande impacto na sua decisão, como se evidencia nos seguintes excertos:

- *“O interesse na divulgação do estabelecimento ...”* (E1)

- *“... promover e divulgar o trabalho que é realizado.”* (E4)

Apenas dois entrevistados referiram igualmente a possibilidade de obtenção de alguma receita:

- *“... obter alguma receita.”* (E1)

- *“... pela parte relativa à gastronomia que ... podia ser rentável para o grupo ...”* (E2)

Para além das opiniões referidas, houve ainda um entrevistado que referiu, para além da questão da promoção e divulgação, sentir-se na obrigação de participar com a sua associação, como se evidencia no seguinte excerto:

- *“Uma das razões prende-se com a nossa obrigatoriedade para com a Câmara. Graças ao apoio ao associativismo dado pela mesma, temos de participar em pelo menos três eventos promovidos pela autarquia ...”* (E8)

-----//-----

Participação noutras feiras e/ou eventos desta natureza

A formulação da questão teve como objetivo perceber se os expositores tinham por hábito participar noutras feiras de índole cultural ou que tivessem semelhanças com a Feira Cultural.

A grande maioria dos entrevistados respondeu afirmativamente, havendo quem limitasse a sua atividade ao concelho de Coimbra e os que tinham por hábito realizar deslocações para outros pontos do país. Os seguintes excertos revelam esse mesmo cenário:

- *“Não tão grandes, mas participamos em várias feiras de gastronomia pelo país (geralmente um ou dois dias) ...”* (E2)

- *“Sim, mas só em eventos que se realizam na cidade. O ano passado estive inserida no Mercado de Natal ...”* (E5)

Dentro do leque de entrevistados, apenas um referiu que não participava noutras feiras, mas fazia-o de forma indireta, como se infere na seguinte resposta:

- *“Não diretamente, mas porque nos pedem livros para outras feiras da especialidade.”* (E6)

De todas as respostas dadas, apenas um entrevistado referiu que não costumava participar noutras feiras, mas que poderia vir a fazê-lo a curto prazo:

- *“Para já não. No futuro pode ser uma hipótese a ser considerada, pois este tipo de eventos costumam ter bastante visibilidade em termos de atração de público.”* (E7)

-----//-----

Avaliação da Feira Cultural comparativamente às restantes

A formulação da questão teve como objetivo perceber a avaliação que os expositores faziam do evento e, se possível, uma comparação com as restantes feiras / eventos em que participam.

As respostas dadas pelos entrevistados, acabam por ser heterogéneas, não havendo por isso uma opinião que se tenha destacado.

Alguns entrevistados referem que a Feira está bem organizada, divulgada, tem uma grande diversidade de expositores e que o espaço onde a mesma se realiza é o mais indicado, como atestam os seguintes excertos:

- “Acho que a Feira Cultural está bem organizada, divulgada e tem dinâmicas que se adequam com os expositores presentes ...” (E5)

- “A Feira Cultural de Coimbra tem um formato que funciona muito bem. A organização tem sabido retirar o máximo de proveito de edição para edição ... Agrada-me que exista uma diversidade em termos de expositores de artesanato. Em relação ao local onde a Feira é realizada, penso que é bastante aprazível. O facto de terem criado um novo conceito de evento ... só trouxe vantagens ...” (E9)

Um entrevistado referiu que a sua avaliação da Feira, vai variando de edição para edição, tendo em consideração o volume de vendas. Ainda assim, admite que 2019 foi o melhor ano desde que começou a integrar o evento, como atesta o seguinte excerto:

- “Depende das edições. Há anos em que vendemos mais, outros que não ... Apesar disso, na edição deste ano as vendas foram melhores, em comparação com as edições anteriores.” (E4)

Outro tipo de opinião presente e que é dada por um entrevistado, diz respeito à boa organização do evento, podendo ainda ser melhorada em determinados aspetos, como o seguinte excerto sugere:

- “Em geral, penso que a Feira é boa, havendo ainda assim aspetos que podem ser melhorados ...” (E7)

Para dois dos entrevistados, é difícil comparar a Feira Cultural com os restantes eventos em que participam, como os excertos revelam:

- *“São coisas diferentes. As feiras não são propriamente comparáveis em termos de tamanho, localização, datas e própria filosofia ...”* (E3)

- *“Não posso comparar com outras feiras em que participamos, pois tem muito a ver com as características de cada evento ...”* (E8)

Finalmente, apenas um entrevistado avaliou negativamente o evento. De referir que as afirmações proferidas estão diretamente relacionadas com a Feira do Livro (íntegra a Feira Cultural), sendo que, a partir desse ponto, é feita uma generalização para o evento no seu todo:

- *“Pela negativa. Isto não é a Feira do Livro ... A Feira Cultural é uma confusão tremenda. As pessoas agora só vão a esta Feira por causa da gastronomia e dos concertos e esquecem-se dos livros ... Não percebo porque lhe chamam cultural ...”* (E6)

-----//-----

Faixa etária do cliente e sua proveniência

A formulação da questão teve como objetivo perceber qual a faixa etária predominante dos clientes dos expositores no decorrer da Feira Cultural e, caso fosse possível, obter uma ideia geral da sua origem.

As respostas dadas acabaram por ser relativamente heterogéneas, deixando ainda assim a ideia de que o público foi diverso (abrangendo todas as faixas etárias). Em relação à proveniência dos mesmos, destaca-se o concelho de Coimbra e algumas regiões nas imediações (tanto do próprio distrito, como de localidades limítrofes). Este cenário acaba por revelar que a Feira tem maior poder de atração de público aos níveis local e regional (em linha com a dimensão e visibilidade do evento). Os seguintes excertos retirados das entrevistas, comprovam este cenário:

- *“... o público que mais participou foi o jovem (talvez numa faixa etária entre os vinte e os trinta anos) ...”* (E1)

- *“Talvez mais pessoas entre os trinta e os sessenta anos, apesar de termos tido também alguns idosos ... Quanto à sua proveniência ... tivemos algumas de Penacova, Mealhada ...”* (E2)

- *“Tive muitas famílias e passaram muitas pessoas entre os quarenta e os setenta anos ... Lembro-me que tive gente de Cantanhede e de outros pontos do distrito de Coimbra.”* (E5)

Para além de terem tido visitantes de Coimbra ou com origem em localidades próximas, alguns expositores referiram ainda a presença de alguns turistas estrangeiros, como é possível comprovar nos seguintes excertos:

- *“Tivemos um pouco de tudo (jovens, adultos e idosos) ... Quanto à proveniência ... tínhamos muitas de Coimbra e algumas que vinham de fora (principalmente turistas franceses e alemães).”* (E4)

- *“... um pouco de todas as idades (desde crianças, até aos mais idosos) ... Em relação à proveniência, houve muitas pessoas de Coimbra ... e gente de fora, nomeadamente estrangeiros vindos do Chile, Peru, Brasil e Austrália ...”* (E7)

Do leque de entrevistados, a grande maioria tinha como um dos objetivos a venda de materiais / produtos. Ainda assim, dois dos expositores tinham como único interesse a divulgação tendo tido, por isso, alguma dificuldade em responder à questão. Apesar disso, as respostas dadas permitem perceber o objetivo idealizado com a formulação da pergunta, como atestam os seguintes excertos:

- *“... este ano estivemos na área institucional ... Para além disso, estivemos inseridos ... noutra espaço ... e tivemos um conjunto de atividades e dinâmicas que atraíram tanto o público jovem ... como o adulto ... Para além disso, realizámos um desfile de moda onde o público foi geral ...”* (E3)

- *“Como o nosso stand é unicamente de divulgação ... é um pouco difícil indicar um tipo de cliente ... De forma geral, quem esteve mais presente no nosso expositor foram ... sócios ... Para além deste grupo, tivemos pontualmente algumas pessoas que paravam no stand e faziam perguntas acerca da Associação.”* (E8)

-----//-----

Condições do Parque Dr. Manuel Braga

A formulação da questão teve como objetivo perceber se o espaço de realização da Feira Cultural é o mais indicado para os expositores ou se, por outro lado, a mesma deveria projetar-se para outro local.

Através da análise das entrevistas, denota-se uma heterogeneidade nas respostas. Alguns entrevistados referem que o espaço é ideal, está bem localizado e é o melhor que Coimbra tem para oferecer, como comprovam a seguinte resposta e excerto:

- *“Considero que é um bom local. Fica mesmo na entrada da cidade, onde toda a gente passa. É um espaço bastante arborizado e fresco.”* (E1)

- *“Acho que é o ideal. Tem um parque de estacionamento mesmo ao lado do Parque que permite albergar dezenas de veículos (ainda por cima é gratuito ao fim de semana), existem paragens de autocarro nas imediações, a localização do espaço em relação ao rio permite que seja um local fresco ... as árvores oferecem bastante sombra ...”* (E9)

Para além destas opiniões, alguns expositores referiram que concordam com o espaço, pois não existem grandes alternativas em Coimbra, como atestam os seguintes excertos:

- *“Eu pessoalmente gosto muito do local ... não considero que Coimbra tenha outros sítios mais interessantes para colocar a Feira ...”* (E8)

- *“... Não encontro outro local natural em Coimbra com potencial para albergar o evento. Só se houvesse um megapavilhão que tivesse condições para isso, mas considero que iria diminuir o público. Talvez o estádio da Académica, por ser aberto. Em geral, acho que o Parque Dr. Manuel Braga tem condições para continuar a receber a Feira ...”* (E9)

Nota ainda para uma resposta dada por um entrevistado que referiu que a situação da escolha do local para realizar a Feira Cultural era algo complexa e estava dependente de questões relativas à organização do espaço, aproveitando para mencionar outros eventos em que a entidade que estava a representar participava e dando a entender que a Praça da Canção podia ser uma alternativa a ser ponderada. O seguinte excerto assim o atesta:

- *“Aí entramos nalgumas questões complexas ... Eu percebo que deslocar a Feira Cultural de Coimbra para a Praça da Canção seja complicado, porque depois não há onde estacionar decentemente ... O CEARTE tem por hábito participar em eventos cobertos / fechados ... Se chover em Coimbra, não há um espaço dito agradável na rua ...”* (E3)

Por outro lado, existiram duas opiniões a considerar que o Parque Dr. Manuel Braga não seria o local ideal para realizar a Feira Cultural. Os seguintes excertos (o primeiro está direcionado para a Feira do Livro e o segundo no sentido de se apostar num local próprio para o efeito) comprovam esse mesmo cenário:

- “Não, acho que é muito mau. E falo numa vertente da Feira do Livro ... Para mim, o sítio mais interessante para realizar a Feira do Livro seria na Praça da República ... É um local mais central, dava para colocar um só pavilhão protegido ...” (E6)

- “Eu percebo a ideia de ser um espaço em que as pessoas possam, para além de visitar a Feira, estar com a família e relaxar no meio da natureza. O problema é que nunca sabemos como serão as estações do ano. Por isso, há situações em que o Parque não se apresenta como a melhor solução. Penso que seria melhor realizar o evento num espaço próprio ...” (E7)

-----//-----

Período de realização

A formulação da questão teve como objetivo perceber se, na ótica dos expositores, a Feira Cultural tem uma duração adequada para um evento desta natureza ou se, por outro lado, tendo em conta a logística que acarreta, deveria haver lugar a uma redução e/ou aumento do período em causa.

Do leque de entrevistados, alguns referiram que o número de dias de realização do evento era adequado, mas que o horário de funcionamento devia ser revisto, já que o recinto abre demasiado cedo, tanto durante a semana, como aos fins de semana. Os seguintes excertos atestam este cenário:

- “Acho que a Feira abre muito cedo ... Durante a semana, à hora a que abre (catorze horas), as pessoas estão a trabalhar ... Só acabavam por vir lá mais para o final da tarde ... Mas penso que em termos de dias de duração é o ideal.” (E4)

- “... Era preferível abrir um bocadinho mais tarde ... acaba por se tornar pesado para os expositores ... Em termos de dias, acho que é o normal para um evento desta natureza.” (E5)

Outra resposta dada por um dos entrevistados remete para a duração excessiva do evento, mas não comprometendo o normal funcionamento da entidade que por si estava a ser representada na Feira, como o excerto assim o atesta:

- “Este ano foi longo demais, apesar de não nos fazer muita diferença. Percebo porque o fizeram (aproveitaram a coincidência com o 10 de junho) ... Para nós, é indiferente ser dez ou quinze dias, até porque o espaço é próximo da sede do CEARTE ...” (E3)

Para além destas opiniões, alguns entrevistados referiram que a duração do evento é aceitável, sugerindo ainda assim que o mesmo fosse encurtado ligeiramente, como atestam os seguintes excertos:

- *“Sim, penso que é aceitável ... Ainda assim, realizar eventos mais curtos leva a que as pessoas tenham mesmo que fazer um esforço para ir nas datas estipuladas, porque sabem que estes só decorrem durante um curto período de tempo.”* (E7)

- *“Acho que é o indicado. Se fosse para alterar, seria sempre para menos dias. Tem de se ter em consideração os expositores ... é preciso que cada um tenha recursos humanos disponíveis para estar todos os dias ...”* (E8)

Ideia contrária tem um entrevistado que, por ter tido dificuldade em encontrar pessoas para estarem a representar o grupo (de que é responsável) durante os onze dias de duração do evento, refere que o mesmo devia ser encurtado, tal como se pode comprovar no seguinte excerto:

- *“É um bocado cansativo para quem lá está a trabalhar, ainda para mais quando é difícil arranjar pessoal para ir para o recinto durante onze dias. Falou-se na possibilidade de realizar o evento apenas durante dois fins de semana consecutivos, mas acabou por não se concretizar ... Podia apostar-se num máximo de seis dias.”* (E2)

Em oposição, apenas um dos entrevistados defendeu que a Feira devia ser prolongada no tempo de duração, como é possível verificar no seguinte excerto:

- *“Tenho sempre a sensação que é pouco tempo (a Feira devia apanhar três fins de semana) ... Estou certo que se a Feira tivesse mais dias de realização, haveria mais negócio e permitiria a vinda de mais pessoas ao recinto, pois a altura em que o evento é realizado ... coincide com o período de exames dos jovens do secundário e dos estudantes universitários. O facto disso acontecer, leva a que as famílias não tenham tanta disponibilidade para sair ...”* (E9)

-----//-----

Impactos ambientais

A formulação da questão teve como objetivo perceber se, na ótica dos expositores, a realização da Feira Cultural contribui para aumentar exponencialmente o volume de tráfego rodoviário em direção ao Parque Dr. Manuel Braga, prejudica o bem-estar da

população residente na área de envolvimento do espaço (decorrente do ruído) e se contribui para aumentar a produção de resíduos.

Para alguns entrevistados, o evento não acarreta nenhum dos impactos visados na pergunta, como revela a seguinte resposta e excerto:

- “Penso que não.” (E1)

- “Penso que em termos de ruído não tem grande impacto ... Em relação à produção de resíduos, penso que a Feira está muito bem cuidada ... Em relação ao tráfego rodoviário, como existe um parque de estacionamento contíguo ao Parque ... permite que as pessoas possam deixar as suas viaturas nesse mesmo local ... O volume de tráfego rodoviário ... não aumenta consideravelmente durante a realização do evento, em comparação com os outros dias.” (E8)

Já outros entrevistados referiram que a Feira não contempla nenhum dos impactos visados na pergunta, mas deixam no ar algumas considerações e sugestões futuras, como atestam os seguintes excertos:

- “Acho que o espaço está bem cuidado. Se calhar podia apostar-se em copos recicláveis ... Relativamente às questões do tráfego rodoviário e ruído, penso que não faz muito sentido arranjar autocarros diretos para o Parque ... porque acaba por ser dispendioso e, não me parece que haja um número suficiente de pessoas que justifique a implementação dessa medida.” (E5)

- “Um evento desta envergadura acaba sempre por ter uma produção de resíduos sólidos. Mas apesar disso, penso que a limpeza que foi sendo feita diariamente, ajudou a que tudo estivesse impecável ... Em termos de tráfego rodoviário e de ruído, penso que também não teve grandes efeitos. Uma das questões que ajudou a que o nível de ruído não fosse tão incomodativo foi a organização do evento não ter colocado colunas de música ambiente pelo recinto, como aconteceu noutras edições ...” (E9)

-----//-----

Expetativas e aspetos positivos

A formulação da questão teve dois objetivos: primeiro perceber, junto dos entrevistados, se o evento tinha correspondido às expetativas por si definidas antes do seu início e, em segundo lugar, identificar os aspetos que mais agradaram aos mesmos na edição de 2019 da Feira Cultural.

Através da análise das respostas, percebe-se que houve uma certa heterogeneidade em relação aos aspetos que mais tinham agradado aos entrevistados (cenário normal para a pergunta e tipo de resposta que se exigia).

A grande maioria dos entrevistados referiu que o evento tinha correspondido às suas expetativas, como se pode comprovar nos seguintes excertos:

- *“Sim, acabou por corresponder. O stand onde estivemos era bom ... Dava a impressão que era maior. Acabámos por ter várias pessoas ...”* (E4)

- *“Correspondeu. Os aspetos que mais me agradaram foram o facto de não terem colocado colunas de som a tocar música ambiente, a limpeza impecável da Feira, a organização ter procedido a uma melhor distribuição dos stands pelo recinto do evento, a existência de duas grandes praças de gastronomia que ajudaram a dispersar o público e o facto de continuar a ser um evento gratuito ... a forma como os organizadores procedem à seleção dos expositores que estão presentes na Feira, convidando aqueles que realmente demonstram profissionalismo e têm uma atividade credível ...”* (E9)

Para outro entrevistado, o evento acabou por corresponder às expetativas da entidade que estava a representar, embora as mesmas não costumem ser muito elevadas. Ainda assim, fez questão de mencionar a abertura revelada pela autarquia para com o CEARTE, como se comprova no seguinte excerto:

- *“Correspondeu às expetativas do CEARTE, mas confesso que elas nunca são muito elevadas para a Feira Cultural. A realidade da nossa participação é um bocadinho diferente daquilo que fazemos noutras feiras ... Em termos de abertura da Câmara Municipal de Coimbra para a possibilidade de interação e facilitação de um conjunto de coisas, sem dúvida que a autarquia nesse aspeto trabalha muitíssimo bem connosco e está sempre aberta às nossas sugestões para desenvolvimento de atividades ...”* (E3)

Do leque de entrevistados, apenas um referiu que a edição de 2019 correu pior para a associação a que preside, já que, na sua ótica, a organização do evento não conseguiu dar resposta a determinadas questões que envolviam diretamente a entidade. Ainda assim, identificou como ponto positivo a melhor distribuição das áreas temáticas e de alguns expositores comparativamente à edição de 2018. O seguinte excerto comprova o cenário descrito:

- “Para a Associação, a edição de 2019 correu pior que a anterior. A organização do evento falhou em algumas questões ... Em relação aos pontos positivos, talvez tenha havido uma melhor organização das áreas temáticas presentes no evento e da disposição de alguns expositores ... o facto dos stands estarem virados para a estrada, dava logo outra visão do que se estava ali a passar ...” (E8)

Em oposição às respostas dadas pelos restantes entrevistados, um referiu que as expetativas que tinha para o evento eram negativas e que esse mesmo cenário acabou por se concretizar, apontando ainda falhas à organização pela escolha do espaço. De referir que tal como noutras respostas dadas pelo entrevistado, este voltou a dar a sua opinião em relação à Feira do Livro. O seguinte excerto atesta o cenário descrito:

- “Já sabia que as expetativas seriam negativas. Acabou por corresponder àquilo que eu já sabia há muito tempo. Falo da Feira do Livro e da parte que me diz respeito e não do resto, pois sobre isso nada sei dizer ... Antes de ser realizada onde a fazem atualmente, chegaram a montá-la (Feira do Livro) no fundo do Parque Dr. Manuel Braga. Agora alteraram, mas continua a não ter condições ...” (E6)

-----//-----

Aspetos a melhorar

A formulação da questão teve como objetivo perceber se os expositores consideravam que era necessário realizar algumas alterações no evento, já a partir da próxima edição, seja em termos logísticos, estruturais, de programação, etc., ou se dariam unicamente algumas sugestões.

Tal como na pergunta anterior, percebe-se que houve uma heterogeneidade em relação às respostas apresentadas pelos entrevistados (cenário normal para o tipo de resposta que se exigia).

A grande maioria dos entrevistados apontou uma ou mais falhas da organização do evento na edição deste ano, sugerindo diversas mudanças, que, umas mais que outras, podem ser pertinentes para melhorar a capacidade de atração de público à Feira e, principalmente, contribuir para a satisfação dos expositores e demais entidades convidadas para realizar apresentações ao vivo. Os seguintes excertos atestam o cenário descrito:

- *“As condições do terreno são complicadas devido à poeira. Talvez fosse melhor tratarem os arruamentos antes do evento se realizar, para não levantar tanto pó ... melhorar o posicionamento da área referente às edições musicais, dando-lhe maior visibilidade ...”* (E1)

- *“A questão do horário ... durante os dias úteis, não justifica estar lá às catorze ou quinze horas ... A essas horas só lá passam as pessoas que têm de ir para os trabalhos. Tendo em conta que a Feira se realiza no verão, bastaria abrir lá mais para as dezassete ou dezoito horas.”* (E2)

- *“... estrutura dos stands ... são um bocadinho fracos em termos de qualidade. Quando há situações de chuva forte, normalmente entra água ... esse aspeto poderia ser salvaguardado através da utilização de outro tipo de materiais ... maior diversidade de espetáculos musicais, para assim chamar mais público ao recinto ...”* (E7)

Do leque de entrevistados, apenas um referiu que a organização não precisa de proceder a mudanças estruturais ou de outra ordem na Feira, como atesta a seguinte resposta:

- *“Penso que não há nada que precise de ser melhorado.”* (E4)

-----//-----

Participação em futuras edições

A formulação desta última questão, teve como objetivo perceber se os expositores tinham interesse em participar em futuras edições da Feira Cultural.

A grande maioria dos entrevistados confirmou o seu interesse em continuar a participar no evento e que gostaria de voltar a ser convidado pela autarquia, como atestam as seguintes respostas:

- *“Sim. Participo há quatro anos consecutivos e espero continuar a ser convidado.”* (E1)

- *“Sim, com certeza. É cansativo, pois temos de ter em simultâneo pessoas a trabalhar no nosso espaço aqui na localidade e também no stand da Feira. Mas acaba por ser uma mais-valia para o grupo.”* (E2)

- *“Sim, sem dúvida. Enquanto nos convidarem, continuaremos a participar. A Feira Cultural é um evento importante para a Associação. Portanto, faz todo o sentido que assim continue.”* (E8)

Dos expositores entrevistados, apenas um referiu que ainda não tinha tomado uma decisão definitiva, devido aos custos inerentes à sua participação. Ainda assim, deixou no ar a possibilidade de continuar a integrar a Feira, como comprova o seguinte excerto:

- “É uma questão ainda a ser ponderada. Para algumas pessoas, o evento não tem grandes custos. Eu normalmente tenho que ter lá pessoas, visto não estar presente a tempo inteiro. Como é óbvio, isso acarreta custos para a Galeria. Efetivamente, o evento já dá mostras de ter alguma visibilidade. Apesar de já termos participado dois anos, não quer dizer que não voltemos ...” (E7)

-----//-----

Relativamente à entrevista realizada ao diretor do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Coimbra, tendo em conta a extensão e volume de informação recolhidas, optou-se por efetuar uma análise geral do seu depoimento, tecendo considerações sobre alguns dos pontos mais importantes associados à Feira Cultural, como são o contexto histórico que levou à sua criação, objetivos, balanço, público-alvo, mecanismos de promoção do evento, processos de planeamento e gestão, entre outros (a análise completa da entrevista pode ser consultada no anexo XII).

Origem da Feira Cultural

O evento teve início com a junção das Feiras do Livro e de Artesanato (acontecimentos inicialmente separados que apresentavam fraco poder atrativo). Para o tornar ainda mais apelativo, a organização optou por anexar outras valências à parte livreira e de artesanato, contemplando assim expositores inseridos nas artes plásticas, representações institucionais, cultura e criatividade, edições musicais e gastronomia, perfazendo por isso um total de sete áreas temáticas.

Recetividade dos expositores mais antigos para com o novo modelo de evento

A maioria dos expositores concordou com o conceito implementado pela organização do evento, apesar de existirem alguns (inseridos na vertente dos livros) que mantêm a preferência pelo modelo anterior de feira isolada. Quanto às restantes valências

(anexadas posteriormente ao evento), existe uma satisfação generalizada pela opção tomada pela autarquia de Coimbra de realizar um evento multifacetado.

Objetivos

A questão da promoção do evento tem efeitos ao nível da atividade livreira, artesanato, de diversas associações concelhias, atividade alfarrabista, entre outras.

Balanço

É visível o crescimento que a Feira tem conhecido de edição em edição, quer na adesão dos expositores, quer no aumento significativo de público (apesar das variações associadas às condições climatéricas).

Valor estratégico e capacidade de atração turística

A Feira já garantiu o seu espaço na agenda cultural de Coimbra, sendo um dos eventos que maior número de visitantes atrai à cidade. A contribuir para este cenário está a aposta dos organizadores em trazer artesãos de vários pontos do país, dando assim maior visibilidade a um acontecimento que já apresenta uma certa dimensão nacional.

Público-alvo

Tendo em conta as características e dinâmicas incrementadas durante o evento, o mesmo é indicado para todo o tipo de públicos.

Fatores determinantes para fomentar o interesse dos visitantes

A aposta na vertente gastronómica, o convívio social e a variabilidade de atividades são determinantes. Para além disso, a organização do evento dá especial atenção à questão da mobilidade e à preservação ambiental.

Aposta na vertente educacional

Sendo um conjunto de ações dirigidas a um público mais jovem e tendo como objetivo estimular o gosto pela leitura e tomar contacto com a cultura de Coimbra, destaca-se a presença de diversos escritores dirigidos àquela faixa etária e a representatividade de diversas entidades e associações que promovam a cidade.

Promoção

Os organizadores têm por hábito recorrer a diversos mecanismos de divulgação da Feira, nomeadamente publicidade física e paga, recurso às redes sociais, produção de um anúncio televisivo e contactos com editoras e artesãos de vários pontos do país.

Visibilidade prevista

Sobre o cancelamento de um programa televisivo perspetivado para a Feira, tal situação acabou por não afetar a sua visibilidade; no entanto, caso tivesse sido concretizado, poderia ter contribuído para despertar maior interesse no evento.

Condições do Parque Dr. Manuel Braga

Para o entrevistado, o local afeto à Feira é a melhor opção, apesar de ter admitido que a mesma poderá ter a sua localização alterada, o que irá suceder já na próxima edição (é previsível que aconteça na Praça da Canção), devido às obras projetadas para o Parque com vista ao seu melhoramento logístico e técnico.

Impactos ambientais

Quanto ao impacto da Feira no aumento da produção de resíduos, o entrevistado refere que, apesar de ser impossível evitá-los (devido à existência de uma vertente gastronómica), o facto dos organizadores controlarem as questões relativas à limpeza e supervisionarem os trabalhos de montagem e desmontagem de material, tem contribuído para a imagem positiva do evento.

Em relação ao volume de tráfego rodoviário, foi dito que a Feira não prejudica a normal circulação de veículos, sendo que o facto de existir um parque de estacionamento contíguo ao recinto evita constrangimentos. Para além disso, a proibição (por parte da organização) da entrada e estacionamento de viaturas no recinto durante a sua realização (salvo mercadorias), contribui para tal cenário.

Relativamente ao índice de ruído, os organizadores têm tido a preocupação de dispor os palcos do recinto para que cumpram as metas de sonoridade estabelecidas, auscultando simultaneamente hotéis e população residente na área, garantindo que o impacto é diminuto e pouco lesivo.

Planeamento e gestão

De acordo com o entrevistado, existem aspetos a rever relativamente à Feira. A título de exemplo destaca o atraso frequente na calendarização das atividades, evidenciando uma certa desarticulação entre os diversos departamentos e divisões que formam a estrutura hierárquica da Câmara Municipal de Coimbra. Ainda assim e apesar dos recursos humanos limitados, tem sido possível aos organizadores dinamizarem eficazmente o evento.

Recursos técnico-humanos

É apontada alguma dificuldade na distribuição dos colaboradores do DCT pelos projetos deste departamento. Reconhecendo existir uma certa desarticulação no trabalho que é efetuado para a planificação da Feira Cultural, é defendido ainda assim que o número de colaboradores destacados é suficiente.

Período de realização

Adequado, quer para os expositores presentes (já que muitos acabam por estar algum tempo afastados das suas residências e locais de trabalho), quer para os visitantes (pela maior oportunidade de escolha).

Críticas mais frequentes dos expositores

As questões mencionadas mais frequentemente junto dos organizadores do evento, dizem respeito às condições de trabalho, ruído provocado pelos espetáculos, chuva que cai pontualmente dentro dos *stands* e localização dos expositores no recinto. Sobre esta última questão, o entrevistado refere que os organizadores não podem colocar todos os expositores num único local, proceder a um sorteio aleatório (retiraria a coerência desejada à Feira), nem trocar a localização da área temática do artesanato pela dos livros (devido ao número de expositores que são atribuídos às duas valências).

Relativamente às questões que lhe são pessoalmente colocadas, o entrevistado indica que a maior parte se prende com a maior ou menor dificuldade dos expositores em escoarem os seus produtos.

Críticas mais frequentes dos visitantes e/ou população de Coimbra

Não tendo percecionado totalmente o alcance da pergunta, o entrevistado referiu que a organização da Feira não costuma ter conhecimento de grandes críticas, acrescentando ainda assim que, a existirem, se averiguará no sentido da sua resolução.

Avaliação da edição de 2019

O balanço do entrevistado é que esta foi a melhor edição (principalmente em termos organizativos), pela maior diversidade de dinâmicas e animação dirigida ao público, bem como pelo facto de os organizadores terem retirado uma aprendizagem das edições transatas. Para além disso, destaca a manutenção do período de realização da Feira.

Propostas de melhoria

Não havendo necessidade de grandes alterações, o entrevistado admite ainda assim proceder a ajustes ou melhoramentos em determinados aspetos (caso da animação destinada ao público), destacando um maior equilíbrio entre a oferta de artesanato tradicional e moderno, manter a aposta na atração de expositores vindos de vários pontos do país e na Feira do Livro, melhorar a vertente gastronómica e dar maior

ênfase à vertente educacional (para que continue bem vincada nas dinâmicas realizadas).

III.3.3. Discussão de resultados

A análise ao conteúdo das dez entrevistas realizadas, permitiu extrair algumas conclusões relevantes para a investigação, sendo que, em grande parte, confirmou o cenário identificado pelo aluno aquando da sua participação na Feira Cultural.

Tendo em conta o facto de ter sido feita uma análise às entrevistas (subcapítulo III.3.2.), opta-se por efetuar na presente discussão de resultados uma ligação entre as temáticas exploradas na primeira parte do trabalho e os depoimentos recolhidos junto dos expositores e diretor do DCTCMC, servindo simultaneamente como complemento aos aspetos identificados pelo aluno no decorrer do processo de planeamento e posterior realização do evento através da técnica de observação participante.

Como já foi referido ao longo do trabalho, a Feira Cultural de Coimbra surgiu da junção das Feiras do Livro e de Artesanato (eventos que se realizavam separadamente), propiciando-lhes uma nova imagem e dimensão já que não estavam a conseguir atrair a atenção e adesão do público. Posteriormente, foram sendo acrescentadas novas valências ao evento, tornando-o ainda mais atrativo do ponto de vista turístico.

No que concerne à tipologia, a Feira Cultural apresenta-se como um evento especial planeado, já que é realizada uma vez por ano, desde a sua criação em 2014 (conforme Serreira, 2014, que distingue eventos planeados habituais de eventos planeados especiais). Tal como acontece na maioria dos eventos, a Feira constitui-se como um fenómeno planeado (conforme Getz, 1997, Jago & Shaw, 1998, & Tassiopoulos, 2005, citado por Serreira, 2014), apresentando um início e um fim (conforme Getz, 2009, citado por Simões, 2012), proporcionando o contacto com a cultura, costumes de Coimbra e de outros pontos do território português, seguindo por isso o raciocínio de Mohammad (2014, & Shanka & Alamiyo, 2012, citado por Gomes & Devile, 2017, que referem que os eventos permitem experienciar a cultura e costumes locais).

Outra característica importante prende-se com o facto de o evento já se encontrar consolidado na oferta turística da cidade, seguindo a ideia defendida por Palmer *et al.* (2014, citado por Gomes & Devile, 2017, que referem que os eventos podem integrar a oferta turística do destino). Para além disso, apresenta uma forte componente ao nível do turismo (conforme Gomes & Devile, 2017, para quem o evento pode ser desenhado com um propósito turístico).

Pelo que foi possível verificar durante a participação no evento, os organizadores decidiram acertadamente pela realização de um acontecimento que tivesse a oportunidade de englobar diversas áreas temáticas num único local, tendo ainda a preocupação de organizar por secções os expositores que iriam estar presentes, de forma a garantir a coerência interna da Feira.

Relativamente às vertentes do planeamento e gestão, identificaram-se diversos pontos positivos no seguimento destes processos e ainda algumas questões a necessitarem de ser revistas e/ou melhoradas pela organização do evento, algo confirmado pelo diretor do DCTCMC. De acordo com este responsável, o atraso na calendarização das atividades, a desarticulação entre os diversos departamentos e divisões da autarquia e a demora na tomada de decisões, conduzem à existência de dificuldades do ponto de vista operacional e logístico. Para além disso, a falta de pessoal na autarquia, com competência para montagem e desmontagem de equipamentos / material, faz com que seja necessário recorrer à contratação pública, dilatando inevitavelmente os prazos até que tudo fique operacional. Ainda assim, o mesmo defende que é preciso trabalhar com os recursos humanos disponíveis, afirmando ainda que os organizadores da Feira têm conseguido resolver em tempo útil todas as questões necessárias à realização do evento.

Com base na observação direta efetuada ao processo de planeamento da Feira, verifica-se que os organizadores dão especial atenção ao facto de criarem um plano operacional (fundamental ao trabalho a realizar), efetuando uma análise financeira ponderada e adequada ao contexto do evento, definindo orçamentos / contactando fornecedores de material necessário à montagem da Feira e os órgãos de comunicação social (em especial os de âmbito regional), seguindo por isso o raciocínio de Carneiro e Fontes

(1997), em relação ao comportamento que deve ser adotado pelos organizadores de eventos durante o processo de planeamento.

Ao nível da gestão, para o diretor do DCT, existe uma certa dificuldade na distribuição dos colaboradores do departamento pelos diversos projetos, havendo ainda uma certa desarticulação relativamente ao planeamento da Feira, devido ao acréscimo de novas pessoas ao processo, muitas vezes, sem conhecimento do que já foi feito. Apesar disso, para este responsável, existem suficientes colaboradores destacados para acompanhar o evento, defendendo ainda que a duração do evento é adequada, tanto para os expositores, como para os visitantes (algo que é corroborado pelo aluno). Caso este número fosse aumentado, poderiam surgir algumas dificuldades logísticas, tendo em conta que alguns dos expositores têm necessidade de arranjar pessoas para estarem presentes nos *stands* durante todos os dias de realização da Feira, mas também para os organizadores, devido à apertada agenda de eventos da cidade.

Comparando as medidas adotadas no decorrer do processo de gestão da Feira Cultural, com as orientações identificadas por Vieira (2015) sobre a temática, constata-se que o evento segue as nove funções apresentadas pelo autor. Assim, os organizadores da Feira desenvolvem um plano operacional que inclui uma série de diretrizes, como por exemplo as estratégias a serem adotadas nos vários momentos do evento, objetivos, programa geral da Feira e respetivas dinâmicas, tarefas destinadas a cada colaborador destacado para integrar o evento e elaboração de orçamentos, para facilitar a medição dos custos fixos e variáveis do acontecimento. Finalmente, os organizadores comprometem-se com a empresa responsável pela montagem das estruturas necessárias à Feira (*Spormex*), demais entidades necessárias à preparação do recinto e, com os futuros participantes (expositores), supervisionam as montagens de material, acompanham o desenrolar da Feira, realizam o balanço da edição e supervisionam a desmontagem de material, por parte da empresa destacada para o efeito.

A correta gestão do evento por parte dos organizadores pode também ser comprovada no raciocínio de Duarte (2009) já que a Feira Cultural tem bem definidos os produtos que são apresentados aos visitantes (livros, artesanato, gastronomia, artes plásticas, edições musicais e contacto com instituições ligadas à promoção turística, cultural e

musical), tema (promoção da cultura de Coimbra e a nível nacional), local de realização (Parque Dr. Manuel Braga), datas (31 de maio a 10 de junho ou, em futuras edições, final de maio e início de junho), identificação / seleção dos participantes (inclui os contactos a serem efetuados aos expositores), definição dos canais de comunicação / promoção do evento (recurso a publicidade física e paga, redes sociais e televisão), escolha do material necessário para a montagem do evento e dos serviços que são prestados, elaboração do programa definitivo (contendo as dinâmicas, horas e localização das mesmas), criação de um plano operacional (inclui a vertente financeira) e balanço final de cada edição.

Em geral, ao nível do planeamento e gestão, a participação no evento permitiu constatar que os organizadores devem melhorar algumas questões essencialmente de cariz estrutural (anexo XIII), de forma a darem resposta às situações imprevistas e/ou inesperadas que possam surgir no decorrer do evento. Essa situação poderá ser acautelada, caso o planeamento da Feira comece a ser efetuado com maior antecedência. Para além desta questão, tem de existir uma maior articulação entre os organizadores no pré-evento e, principalmente, durante o mesmo, por forma a facilitar a tomada de decisões e o trabalho conjunto, seguindo o raciocínio de Isidoro *et al.* (2013, citado por Duarte, 2015), que referem que, para haver um correto planeamento e gestão do evento, é necessária a criação de uma ou mais equipas de trabalho que saibam colaborar entre si e tenham a flexibilidade de tomar decisões.

Apesar destas questões, foi possível enumerar diversos pontos positivos relativamente ao processo de planeamento e gestão efetuado pelos organizadores, tais como a correta distribuição de expositores, o controlo de entradas e saídas de viaturas afetas aos mesmos, a criação de sinalização apropriada para pontos-chave do recinto, entre outras observações que constam no quadro 9 deste trabalho (anexo XIII).

Sobre a questão do público-alvo do evento, para o diretor do DCT, a evolução em termos de visitantes tem sido muito positiva, demonstrando que o conceito da Feira tem sido aceite pelo público. O facto de não existirem grandes reclamações junto dos organizadores também contribui para a consolidação de uma imagem positiva do evento.

Tendo em conta o tipo de evento, não poderá ser indicado um público-alvo específico, apesar deste mesmo responsável referir que os leitores assumem um papel importante para a Feira, tendo em consideração o contexto histórico que levou à criação da FCC e as obrigações culturais da autarquia relativamente à promoção da literacia, cultura e instrução dos seus munícipes. O facto de a Feira Cultural de 2019 ter contado com a participação de diversos escritores e personalidades conhecidas do público ajudou a que houvesse um maior número de visitantes.

No que concerne aos expositores entrevistados, a grande maioria demonstrou satisfação pelo facto de ter tido continuamente visitantes nos respetivos *stands*, com origem, principalmente, em locais limítrofes a Coimbra, destacando ainda a presença de alguns turistas estrangeiros.

De acordo com as observações do aluno, o facto de a Feira Cultural se apresentar como um evento generalista (não tendo um público-alvo definido) e/ ou em regime aberto (conforme Simões, 2012, quando refere a distinção entre acontecimentos fechados e abertos) e de entrada livre, contribui para que os visitantes tenham maior interesse em se deslocar ao Parque Dr. Manuel Braga (recinto do evento), sendo o mesmo acessível a pessoas com mobilidade reduzida. Tal como foi referido anteriormente, os organizadores terão de avaliar / alterar algumas questões de índole estrutural, apesar destas não afetarem negativamente o rendimento previsto para o evento. Ainda assim, pelo que foi possível averiguar, os colaboradores do DCT têm adquirido alguma aprendizagem com as edições transatas da Feira, corrigindo e melhorando aspetos importantes, nomeadamente em termos de localização de expositores. Para além disso, a organização deve manter a aposta no Parque Dr. Manuel Braga (para continuar a receber o evento) e no período do ano em que a Feira decorre, pois está provado o interesse e adesão por parte dos visitantes.

Relativamente à estratégia de *marketing* adotada para o evento, o diretor do DCT refere que o grande objetivo da Feira Cultural passa por promover as diversas áreas temáticas que estão representadas. Para além deste objetivo, podem ainda acrescentar-se a criação de um cenário de festa (conforme Coutinho & Coutinho, 2007), a aposta na

dinamização e promoção da cidade (conforme Marujo, 2014), atração de visitantes e pela mostra do que se produz culturalmente em Coimbra e a nível nacional.

Para continuar a apresentar-se como um evento de excelência e a cativar a atenção dos visitantes, os organizadores devem continuar a diversificar as dinâmicas e espetáculos realizados, os expositores que participam e manter a aposta na vertente educacional. O facto de a Feira ser de entrada livre, de ter garantido o seu espaço na agenda de eventos de Coimbra e de se realizar na sua sexta edição, contribui para que haja na cidade um acréscimo de visitantes no período correspondente à realização do evento.

Atualmente, a perceção da Feira perante o público é a de um evento de âmbito regional consolidado e que já possui características para ser considerado de nível nacional, facto fundamentado através da presença de expositores com origem em vários pontos do país. Este cenário é igualmente partilhado pelo diretor do DCT, reforçando que a Feira tem todas as condições para se internacionalizar a curto / médio prazo. Para isso acontecer, será necessário envolver outros meios e estratégias que, infelizmente, atendendo ao panorama atual da autarquia, serão muito difíceis de serem conseguidos no imediato. Para além disso, terá de haver lugar à expansão do evento para outros locais, seja nas imediações ou em pontos mais distantes do Parque Dr. Manuel Braga, porque o mesmo já atingiu a capacidade disponível na sua quase totalidade.

Em geral, os organizadores desenvolvem uma estratégia de *marketing* adaptada às exigências de um evento como a Feira, já que apostam na diversificação das dinâmicas (criação de atividades adaptadas a cada segmento de público), alteram anualmente a localização dos expositores e procedem à sua renovação, criam todas as condições para que o evento se realize durante vários anos e continue a suscitar interesse nos participantes e visitantes (a edição de 2020 foi cancelada pela CMC, tendo em conta o contexto de pandemia vivenciado, regressando em 2021 para a sua sétima edição) e apostam na utilização de diversas plataformas de comunicação, com o objetivo de promover / divulgar eficazmente a Feira. Este comportamento acaba por ir ao encontro de alguns dos aspetos explorados por Jago *et al.* (2003, citado por Pimentel *et al.*, 2017), que defendem a necessidade de diversificação das dinâmicas / atividades desenvolvidas em cada edição de um determinado evento, de criar condições para que

o mesmo seja realizado durante vários anos (de preferência no mesmo local) e que os organizadores do evento utilizem as diversas plataformas de comunicação ao seu alcance para promover eficazmente a sua oferta cultural (o evento).

Quanto à divulgação associada à Feira, de acordo com o depoimento do diretor do DCT, os organizadores utilizam diversos mecanismos, no sentido de uma promoção eficaz do evento, recorrendo para isso a publicidade física (distribuição de folhetos) e paga (jornais), redes sociais, *site* do município, criação de um anúncio promocional para televisão e contacto com editoras e artesãos oriundos de diversos pontos do país. Segundo este mesmo responsável, o facto de ter sido cancelada a vinda de um programa televisivo ao recinto da Feira, acabou por não condicionar negativamente a visibilidade prevista para o evento, tendo ainda assim noção de que o mesmo, a existir, poderia ter contribuído para atrair ainda um maior número de visitantes.

Sobre este assunto, o aluno corrobora a opinião deste responsável, defendendo que a promoção / divulgação do evento está a ser bem efetuada apesar de a mesma poder ser concretizada com maior antecedência. Ainda assim, as pessoas têm recebido a mensagem, como atesta o volume de visitantes verificado na edição de 2019 (para os organizadores foi a melhor, comparativamente às anteriores).

Relativamente ao impacto provocado pelo evento no espaço onde o mesmo se realiza e para o meio ambiente, o diretor do DCT refere que o Parque Dr. Manuel Braga é a melhor opção, apesar de admitir que a Feira poderá vir a ser alterada ao nível da sua localização, devido à intervenção de fundo projetada para o Parque. O facto de o evento se realizar na Baixa de Coimbra, permite que haja uma dinamização turístico-económica desta mesma área.

Para a maioria dos expositores entrevistados, o Parque é indiscutivelmente a opção mais adequada, tendo em conta a sua visibilidade e características físicas (ser arborizado, fresco e ter um parque de estacionamento nas imediações, tanto para automóveis, como para autocarros).

Sobre esta questão, o aluno corrobora as opiniões do responsável pelo DCT e dos expositores entrevistados pois, também na sua opinião, o facto de o Parque ser um espaço central, ter boas acessibilidades, sombra e estacionamento, ajuda a atrair

visitantes. Ainda assim, se os organizadores pretendem consolidar a Feira a nível nacional e, porventura, dotá-la de uma dimensão internacional, estes terão inevitavelmente de expandir o evento para outras áreas da cidade, sejam elas contíguas ao Parque ou, criando pólos específicos espalhados pela cidade, tendo em conta que a capacidade do espaço, já estará na iminência de ser atingida.

No que concerne ao domínio ambiental, para o diretor do DCT, os organizadores têm sabido lidar com as questões associadas à sustentabilidade, dando como exemplos o controlo diário da limpeza e resíduos, tanto no processo de montagem da Feira, como no decorrer e desmontagem da mesma, a proibição de entrada e estacionamento de viaturas no recinto durante o evento (exceto casos excecionais para carregar ou descarregar mercadorias) e a regulação do volume da música resultante das diversas atuações musicais. O facto de existir um parque de estacionamento contíguo ao Parque preparado para receber dezenas de viaturas, acaba por ser igualmente uma mais-valia, inviabilizando a criação de constrangimentos de trânsito e não prejudicando a normal circulação de veículos. A satisfação sobre esta matéria é também partilhada pela maioria dos expositores entrevistados.

Quanto à perceção do aluno, o facto de ter tido a oportunidade de acompanhar o processo de montagem e realização do evento permitiu que fizesse uma apreciação positiva sobre a vertente ambiental. Ainda assim, foi possível destacar duas questões que poderiam ser revistas pelos organizadores da Feira e que acabam por ter um papel determinante na sua qualidade ambiental:

- a primeira questão diz respeito à colocação de ecopontos de tamanho mais reduzido em diversos pontos do recinto do evento, de modo a incentivar a adoção de comportamentos sustentáveis, tanto dos expositores presentes, como dos visitantes, algo descurado pelos organizadores. No espaço de envolvimento do Parque Dr. Manuel Braga foi apenas contabilizado um local para separação de resíduos junto ao posto de abastecimento de combustível existente a sul do espaço, encontrando-se os mesmos escondidos. Para o contexto da Feira, acaba por ser manifestamente insuficiente;

- a segunda questão, prende-se com a existência de muita poeira no recinto, apesar da colocação de relva sintética em vários pontos estratégicos. Sendo a Feira realizada numa época do ano em que as temperaturas aumentam e o tempo fica mais seco, uma forma de contrariar esta situação (muito referenciada pelos expositores entrevistados, como sendo uma das questões mais negativas do evento), passa por os organizadores repensarem as áreas de colocação da relva sintética, alargando se possível a sua colocação a mais locais ou, em contrapartida, optarem pela requisição de um veículo de pequenas dimensões (recurso aos bombeiros de Coimbra, por exemplo), que pudesse humedecer os acessos pedonais do Parque, tal como sucede em alguns festivais de música que se realizam no verão.

Relativamente ao impacto do evento para os expositores, o diretor do DCT refere que existe uma satisfação generalizada por parte dos organizadores acerca do conceito implementado. Ainda assim admite que, pontualmente, a organização recebe uma ou outra crítica sobre a localização de determinado expositor (algo que é avaliado e definido previamente, tendo em conta a coerência que se pretende para o evento), o nível de ruído provocado pelos espetáculos musicais ou ainda as condições dos *stands* destinados aos expositores. Dentro das suas possibilidades, a organização procura dar resposta às solicitações dos participantes.

Para a maioria dos expositores entrevistados, a Feira Cultural acaba por corresponder às expectativas, pois aquela permite uma divulgação eficaz dos seus trabalhos e respetiva atividade e, em certos casos, a obtenção de receita. Ainda assim e, apesar de pretenderem continuar a marcar presença na Feira, enumeram diversas questões que gostariam de ver alteradas já a partir da próxima edição. O aspeto mais referido diz respeito ao horário de funcionamento do evento, demasiado pesado, tendo em conta a dificuldade em conseguirem arranjar pessoal para estar presente nos *stands* nos onze dias de realização da Feira. Outros pontos igualmente referidos, prendem-se com a existência de muita poeira no recinto, ausência de locais para efetuar a reciclagem dos resíduos, qualidade de algumas das estruturas que compõem os *stands* e a logística para os grupos musicais que atuam.

Pelo que foi possível observar durante o processo de planeamento e realização do evento, a perceção do mesmo é bastante positiva, tanto que os organizadores têm vindo sempre a ter mais interessados que desejam integrar a Feira, do que a capacidade que o Parque Dr. Manuel Braga permite. Esta situação demonstra que as pessoas têm conhecimento do evento e valorizam a visibilidade que podem ter, caso participem. Nesse sentido, torna-se essencial que os organizadores mantenham a aposta na renovação de expositores, para assim continuar a evoluir a qualidade do que vai sendo apresentado ao visitante.

Em resumo, a maioria das afirmações vinculadas pelos entrevistados sobre o evento, acabam por ir ao encontro das observações registadas pelo aluno, tanto em termos positivos, como nas questões mais negativas. Dentre os pontos a melhorar no imediato, destaca-se a adoção de medidas que incentivem os expositores e visitantes a adotarem comportamentos mais sustentáveis (recorrendo por exemplo à colocação de ecopontos em pontos estratégicos do recinto), repensar a área de relva sintética, de forma a que possa ser aplicada à generalidade dos acessos pedonais do recinto (apesar dos custos que podem estar associados a tal medida), proceder à verificação antecipada dos *stands* destinados aos expositores, de forma a identificar possíveis anomalias (de preferência ainda no decorrer do processo de montagem das estruturas pela empresa responsável) e repensar o horário de funcionamento do evento (nomeadamente durante os dias de semana) já que, neste período, abre demasiado cedo. Em termos de duração, o modelo atual adequa-se à tipologia e características de um evento com a natureza da Feira Cultural, sendo por isso uma aposta a ser mantida pelos organizadores.

Para aceder mais detalhadamente às anotações recolhidas através da observação direta efetuada pelo aluno, procedeu-se à elaboração de um quadro com os aspetos positivos e negativos mais importantes identificados no decorrer do processo de planeamento e realização da Feira Cultural de 2019, encontrando-se os mesmos distribuídos pelas sete temáticas exploradas ao longo do subcapítulo. Este poderá ser consultado no anexo XIII.

III.4. Síntese

A realização de entrevistas semiestruturadas ao diretor do DCTCMC e a alguns dos expositores que marcaram presença na edição de 2019 da Feira Cultural, permitiu que o aluno complementasse diversas questões identificadas aquando do acompanhamento ao processo de planeamento e posterior realização do evento.

Apesar de o processo para efetuar as entrevistas se ter revelado algo moroso (circunstância que inevitavelmente acabou por atrasar a investigação), a sua realização revelou-se pertinente para o estudo empírico. Esta opção, em consonância com as anotações que coligiu, no seguimento da observação direta, permitiram retirar depoimentos, conclusões relevantes e dar resposta aos objetivos enunciados, contribuindo para a realização do presente trabalho.

De modo geral, a investigação permitiu inferir que a Feira cumpre todos os requisitos exigidos a um evento desta natureza, seja ao nível da divulgação, seja da estratégia de *marketing*, ou na capacidade para atrair visitantes e suscitar o interesse dos expositores para participarem no acontecimento. Contudo, para que o planeamento e gestão da FCC conheça melhorias, os organizadores deverão corrigir algumas questões de índole estrutural e ao nível da interligação pessoal, sendo igualmente necessário rever questões associadas à sustentabilidade e responsabilidade social, que poderiam ser melhoradas.

O estudo encetado, permitiu ao mesmo tempo concluir que a Feira Cultural tem potencial para ser expandida, consolidando-se como um evento de âmbito nacional e, porventura, almejar uma dimensão internacional, podendo a mesma passar pela atração de expositores vindos de outros países, algo que já começou a ser trabalhado pelos organizadores na edição de 2019, pois a mesma contou com a participação de membros de duas entidades espanholas (parceiras do evento), convidadas para integrarem o *stand* destinado à *Rede de Cidades Cencyl*. Para atingir esse patamar, a Feira terá necessariamente de ser expandida para outros espaços da cidade, pois a capacidade disponível de receber novos expositores no Parque Dr. Manuel Braga já estará na iminência de ser atingida.

IV. CONCLUSÕES

IV.1. Nota introdutória

De modo a tecer algumas considerações sobre o trabalho de investigação (especialmente do estudo empírico), elabora-se uma análise crítica aos resultados e tecem-se algumas considerações.

Assim, no segundo capítulo enunciam-se as conclusões gerais referentes ao estágio realizado na autarquia de Coimbra e ao trabalho desenvolvido ao longo dos últimos meses sobre a Feira Cultural, fazendo para isso uma retrospectiva dos mecanismos adotados para que o mesmo começasse a tomar forma e uma análise crítica sobre a investigação, destacando-se uma avaliação dos objetivos específicos delineados para o estudo empírico, no sentido de perceber se os mesmos foram atingidos.

O terceiro capítulo resume as limitações sentidas durante o período de estágio na Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra e no decorrer do estudo empírico relativo à Feira Cultural.

Para finalizar, analisa-se num quarto capítulo, o contributo do trabalho para a compreensão da importância e complexidade inerentes à organização de eventos e para a afirmação dos destinos urbanos enquanto espaços de cultura e com potencial atrativo junto dos visitantes de diferentes perfis. Elaboram-se, para isso, algumas recomendações para investigações futuras que possam vir a ser desenvolvidas sobre estes domínios científicos.

IV.2. Conclusões gerais

Tendo em conta a experiência académica e o gosto pela área relativa à organização de eventos, o aluno optou por realizar um estágio numa instituição e/ou entidade que lidasse exatamente com essa temática.

Após ter encetado algumas diligências nesse sentido (primeiro com a Delegação de Coimbra do Turismo Centro de Portugal, depois com a Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra) e ter aguardado uma resposta oficial, foi aceite na autarquia. A possibilidade de trabalhar diretamente no planeamento de

eventos e de seguir o trajeto iniciado com o estágio na autarquia da Figueira da Foz (para conclusão da licenciatura em Turismo na ESEC), foram razões suficientes para que a experiência tivesse correspondido às expectativas.

Nos dois meses e meio de estágio, o aluno teve a oportunidade de intervir diretamente em dois dos principais eventos da cidade e acompanhar durante uma semana o dia a dia do posto de turismo municipal e os preparativos para a Queima das Fitas de 2019, o que se revelou uma mais-valia para perceber as dinâmicas gerais da cidade, em termos turísticos, permitindo-lhe que aperfeiçoasse o conhecimento sobre a vertente dos eventos, fundamental para a elaboração rigorosa do presente trabalho.

Quanto ao ter podido acompanhar o processo de planeamento e realização da Feira Cultural, isso permitiu que fossem retiradas diversas conclusões essenciais para o estudo empírico presente na parte III do trabalho. Para além disso, o aluno congratulou-se com a experiência, considerando-a muito enriquecedora e um complemento à sua formação. Inserido numa equipa de profissionais competentes, foi mais fácil e motivador o trabalho diário no decorrer do evento, recebendo incentivos para as tarefas que exigissem maior cuidado e revelando, por seu turno, uma disponibilidade para todas as atividades solicitadas.

Relativamente ao trabalho desenvolvido, tendo em conta a inserção do aluno nos trabalhos de planificação da Feira Cultural e constatando-se a falta de informação disponível para ser explorada / analisada para a Feira Medieval (primeiro tema de trabalho idealizado), optou-se por direcionar a investigação para a FCC.

Apesar da indefinição inicial relativa à escolha do tema para o estudo empírico e de o trabalho se ter prolongado no tempo para além do esperado, o facto de ter começado a recolher informações com uma certa antecedência e os diversos diálogos estabelecidos com a sua orientadora de estágio, contribuíram para que elaborasse um trabalho mais completo.

Com o desenrolar da investigação e, mais tarde, com a participação no evento, as entrevistas efetuadas e as anotações decorrentes da observação direta durante o processo de planeamento / realização da Feira, constatou-se como aquela já apresenta

uma ampla visibilidade a nível nacional e como, de ano para ano, vai conseguindo atrair cada vez mais expositores e público.

A Feira apresenta características para ser considerada de âmbito regional e nacional, não estando exclusivamente direcionada a um público-alvo específico e sendo acessível a pessoas com mobilidade reduzida. A contribuir para este cenário está a promoção / divulgação efetuada pelos organizadores, que recorrem a diversas plataformas de comunicação para promover eficazmente o evento (apesar de o aluno defender que aquela deva ser concretizada atempadamente, para suscitar maior interesse nos visitantes).

Para além destas características, a Feira não apresenta impactos ambientais significativos, referindo-se apenas a necessidade de os organizadores adotarem comportamentos que promovam a sustentabilidade e responsabilidade social.

Face à particularidade das condicionantes registadas, nota para o facto de os organizadores terem a oportunidade de melhorar algumas questões estruturais relativas ao planeamento, ao nível da gestão de tarefas destinadas a cada colaborador e, porventura, repensarem o horário de funcionamento do evento (especialmente durante a semana), aspeto frequentemente referido pelos expositores entrevistados, como sendo um dos pontos mais negativos da Feira.

Apesar disso, o evento tem condições para crescer, embora tal expansão tenha necessariamente de abranger outras zonas, sejam elas contíguas ao Parque Dr. Manuel Braga ou a outros espaços da cidade, já que a capacidade total para receber novos expositores está a ser praticamente atingida. Para além disso, segundo o diretor do DCTCMC, é objetivo da organização consolidar a Feira a nível nacional almejando, a curto prazo, a sua internacionalização.

O evento apresenta assim um conceito que lhe permitiu ser pioneiro dentro do contexto das denominadas feiras culturais. Durante a investigação, e através dos diálogos mantidos com os organizadores, constatou-se que o modelo da Feira sobressaía em relação às demais, visto que, à data da sua criação, não existia um modelo semelhante em território português que apresentasse tantas vertentes num único recinto (habitualmente encontramos feiras que articulam a gastronomia com o artesanato, ou

cujo enfoque se restringe unicamente aos livros, gastronomia ou artesanato). Por essa razão e, tendo em conta as características positivas identificadas para a FCC, os eventos que apresentem poucas e/ou nenhuma semelhanças com o conceito implementado em Coimbra, deverão atender a um planeamento ponderado e rigoroso de todas as dinâmicas inerentes ao normal funcionamento do acontecimento, efetuar uma gestão adequada das responsabilidades que são atribuídas a cada colaborador, definir a(s) estratégia(s) de *marketing* que mais se adequa(m) ao contexto do evento, realizar uma promoção abrangente (utilizando para o efeito diversas plataformas de comunicação) e adotar comportamentos que privilegiem a sustentabilidade do acontecimento.

Em resumo, o tipo de investigação realizado, permitiu ao aluno a exploração de três objetivos específicos. No primeiro - verificar os aspetos passíveis de melhoria no processo de planeamento do evento - identificaram-se um conjunto de medidas (principalmente estruturais) que podem ser facilmente alteradas pelos organizadores do evento, já a partir da próxima edição. Com o segundo - refletir sobre algumas questões observadas aquando da participação no evento, inferindo o que poderia ser melhorado em futuras edições - procedeu-se à ligação das anotações elaboradas no decorrer do evento, com os depoimentos recolhidos durante as entrevistas, permitindo enumerar um conjunto de aspetos positivos e negativos sobre a Feira. Para o terceiro objetivo - refletir sobre o potencial da Feira em termos turísticos para a cidade de Coimbra - constatou-se que a imagem do evento já é positiva para expositores e visitantes, consolidando a Feira no panorama turístico da região centro. Este cenário poderá dever-se à forte aposta dos organizadores na utilização das diversas plataformas de comunicação, o que terá contribuído para que a edição de 2019 tivesse um maior volume de visitantes e expositores (havendo quanto a estes últimos, um número de interessados excedente que não pôde chegar a integrar o evento pela falta de espaço disponível).

Pelas razões apresentadas, perspetiva-se que o futuro da Feira Cultural de Coimbra esteja assegurado, ainda que a preparação da edição de 2020 tenha sofrido um revés, tendo em conta o contexto de pandemia vivenciado a partir de março, forçando os organizadores a procederem ao seu cancelamento. Por essa razão, a sétima edição da

FCC só deverá acontecer em 2021, apesar de poder sofrer alterações imprevisíveis, caso o atual cenário pandémico se mantenha.

IV.3. Limitações do estágio e da investigação

No decorrer do estágio, o aluno foi devidamente acompanhado pela professora orientadora em relação ao trabalho de investigação desenvolvido, bem como supervisionado por dois colaboradores do DCTCMC nas atividades realizadas.

O período anterior ao início do estágio revelou-se moroso, pois o aluno tinha de procurar uma entidade / instituição que o recebesse, mas também de atender aos prazos estipulados, designando um local de estágio e um tema a explorar num trabalho de investigação paralelo. Apesar do esforço encetado pelo aluno, foi despendido muito tempo na procura da referida entidade (contactaram-se duas) e respetiva aceitação daquele por uma delas, o que acabou por atrasar o estágio, inviabilizando que pudesse ter maior duração e comprometendo inicialmente a escolha de um tema para o trabalho.

Quanto ao trabalho desenvolvido, foram surgindo alguns impedimentos estruturais que resultaram na alteração do tema do estudo empírico e no modo como se procedeu à recolha de informações. Ainda assim, estes condicionalismos não impediram que a investigação seguisse uma determinada linha de desenvolvimento, em consonância com o plano definido pelo aluno e respetiva professora orientadora.

Tendo sido inicialmente idealizado elaborar um estudo sobre o impacto dos eventos no território conimbricense, optou-se por restringir a escolha a um único acontecimento (Feira Medieval). Com o tempo, constatou-se ser pouca a informação disponível para análise, o que poderia vir a comprometer o trabalho pretendido do ponto de vista estrutural, pelo que o aluno optou por outra alternativa (a Feira Cultural), tendo procedido igualmente à alteração do método de recolha de informação.

Em detrimento da realização de questionários, construiu-se um conjunto de perguntas em regime de entrevista semiestruturada, a serem aplicadas a alguns intervenientes com implicação direta no planeamento e a expositores presentes na Feira.

Para dar seguimento ao processo de realização das entrevistas, idealizara-se inicialmente abordar oito técnicos superiores da CMC (para além de dois expositores), não tendo esta ideia colhido resposta favorável da supervisora, dado não ser prática da referida instituição. Mais tarde, foi elaborado conjuntamente pela orientadora de estágio e pelo aluno, um pedido formal para serem realizadas entrevistas ao chefe da Divisão de Cultura e Promoção Turística e ao responsável pelo planeamento, operações e logística do DCTCMC (“peças chave” do evento) que não foi autorizado pela vereadora da cultura e turismo da autarquia.

No entanto, para que o aluno pudesse tomar contacto com informações oficiais da CMC, foi autorizada pela mesma responsável a realização de uma entrevista ao diretor do Departamento de Cultura e Turismo.

Na impossibilidade de seguir o cenário inicialmente idealizado, para além do referido diretor, direcionaram-se a maior parte das entrevistas para os expositores inseridos nas diversas áreas temáticas com representatividade no evento.

Pese embora os condicionalismos referidos que acabaram inevitavelmente por atrasar a investigação, a realização das entrevistas e as anotações registadas pelo aluno no decorrer do processo de planeamento e realização do evento, permitiram a elaboração de algumas conclusões relevantes para o estudo empírico e uma resposta aos objetivos específicos definidos para o trabalho.

IV.4. Principais contributos e perspetivas futuras

A realização do estudo permitiu compreender a importância e complexidade inerentes à organização de eventos e respetivo papel na afirmação das cidades, enquanto espaços de cultura e de atração de visitantes de diferentes perfis.

O facto de se ter escolhido como exemplo a Feira Cultural de Coimbra, veio a revelar-se uma aposta pertinente, permitindo que o aluno ficasse a compreender as dinâmicas desenvolvidas para a concretização de um evento desta natureza, o processo de planeamento e gestão associados e o contributo para a promoção turística e cultural da cidade. A opção pela FCC permitiu que os objetivos específicos delineados no começo

da investigação fossem cumpridos, deixando ainda em aberto a possibilidade de realização de outros trabalhos e análises acerca e/ou com base no evento.

Assim, seria da maior relevância desenvolver uma investigação que permita, no futuro, compreender melhor o perfil dos visitantes de feiras de âmbito cultural, como a de Coimbra, podendo a sua realização contribuir para adequar ainda mais as dinâmicas deste tipo de eventos às motivações do público-alvo de diferentes origens, contribuindo assim para aumentar a capacidade de atração turística dos mesmos, tanto a nível regional, como nacional.

Uma outra área de investigação que seria relevante desenvolver prende-se com estudos comparativos de diferentes eventos culturais em diversas localidades portuguesas, que permitissem estabelecer paralelismos quanto às melhores práticas de planeamento e organização dos mesmos e perceber até que ponto, a partir daí, se poderiam criar redes eficazes de comunicação e troca de experiências que a todos pudessem beneficiar.

Bibliografia

Barbacena, H. A. (2012). *A globalização do turismo e a competitividade dos destinos turísticos* (Tese de Mestrado, Instituto Universitário de Lisboa). Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/6270>

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/5cec0c>

Bergsgard, N. A, Garcia, B., & Jøsendal, K. (2016). *Innovation in the cultural and creative sector. A case study*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/251923114_Innovation_in_the_cultural_and_creative_sector_A_case_study

Bizarro, V. L. (2015). *Gestão de eventos - Ferramenta de comunicação para as marcas: um estudo de caso de fatores de dificuldade e de sucesso* (Tese de Mestrado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa). Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/6567>

Boukas, N., Ziakas, V., & Boustras, G. (2015). Chapter 7: Olympic legacy and cultural tourism: exploring the facets of Athens' Olympic Heritage. In S. Gammon, G. Ramshaw, & E. Waterton (Eds.), *Heritage and the Olympics: People, Place and Performance* (85-110). Cyprus: Routledge. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/309589728_Olympic_legacy_cultural_tourism_exploring_the_facets_of_Athens'_Olympic_Heritage

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events Management - 2nd Edition*. Disponível em: <https://epdf.tips/events-management-2nd-edition.html>

Busa, F. (2010). Chapter 10 - Mega-events as catalysts for urban transformation. In United Nations (Ed.), *Shanghai Manual - A Guide for Sustainable Urban Development in the 21st Century* (285-320). Disponível em: <https://www.bie-paris.org/site/index.php/en/publications/intellectual-legacy/item/205-shanghai-manual-a-guide-for-sustainable-urban-development-of-the-21st-century>

Câmara Municipal de Coimbra. (2020a). *Executivo Municipal*. Disponível em: <https://www.cm-coimbra.pt/areas/viver/municipio/camara-municipal/executivo-municipal>

Câmara Municipal de Coimbra. (2020b). *Feira Cultural de Coimbra*. Disponível em: <https://www.cm-coimbra.pt/areas/viver/cultura/eventos-regulares/feira-cultural>

Carneiro, J. B., & Fontes, N. D. (1997). Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção e Estratégia de Marketing. *Revista Turismo em Análise*, 8(1), 65-74.

Carvalho, R. M., Costa, C., & Ferreira, A. M. (2015). Community based tourism festivals in the Médio Tejo Region, Portugal - A potential for the specialized cultural consumption of Creative Tourism. In *IV International Congress on Tourism - Tourism for the 21st Century*, (pp. 1-24). Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/285904951_Community_based_tourism_festivals_in_the_Medio_Tejo_Region_Portugal_-_A_potential_for_the_specialized_cultural_consumption_of_Creative_Tourism

Colectiva. (2019). *Até dia 10 de Junho, todos os dias há boas desculpas para ir à Feira Cultural*. Disponível em: <https://colectiva.pt/2019/05/30/ate-dia-10-de-junho-todos-os-dias-ha-boas-desculpas-para-ir-a-feira-cultural/>

Coutinho, H. P., & Coutinho, H. R. (2007). Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. *Revista Eletrônica Aboré*, (3), 1-13.

Crompton, J. L., & Love, L. L. (1995). The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival. *Journal of Travel Research*, 34(1), 11-24. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/249700933_The_Predictive_VValidity_of_Alternative_Approaches_to_Evaluating_Quality_of_a_Festival

Derrett, R. (2003). Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. *Event Management*, 8(1), 49-58. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/318780928_Making_sense_of_how_festivals_demonstrate_a_community's_sense_of_place

Diário de Notícias. (2019). *Feira Cultural de Coimbra quer atrair novos públicos*. Disponível em: <https://www.dn.pt/lusa/interior/feira-cultural-de-coimbra-quer-atrair-novos-publicos-10954430.html>

Diário da República. (2019). *Aviso n.º 11707/2019: Reestruturação Orgânica dos Serviços Municipais*. Disponível em: <https://dre.pt/web/guest/pesquisa-avancada/-/asearch/123280744/details/maximized?advanced.search=Pesquisa+Avan%C3%A7ada&types=SERIEII&dataPublicacaoInicio=2019-07-18&sortOrder=ASC>

Diário da República. (2014). *Portaria n.º 102/2014 de 15 de maio de 2014: Realização de espetáculos e divertimentos em recintos autorizados*. Disponível em: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/25344773/details/maximized>

Duarte, C. C. (2016). *Relatório de estágio: organização e gestão de eventos* (Tese de Mestrado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias). Disponível em: <http://recil.ulusofona.pt/handle/10437/7012>

Duarte, J. D. (2009). *Organização e gestão de eventos - Métodos e técnicas e a sua aplicação na actividade das empresas de eventos - Estudo de caso: DICE EVENTOS* (Dissertação de Licenciatura, Universidade Fernando Pessoa). Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/1198>

Economista. (2017). *Entrevista semi estruturada: características, vantagens e desvantagens*. Disponível em: <https://www.e-konomista.pt/entrevista-semi-estruturada/>

Etiosa, O. (2012). *The impacts of event tourism on host communities - Case: the City of Pietarsaari* (Tese de Mestrado, Centria University of Applied Sciences). Disponível em: <https://www.theseus.fi/handle/10024/43714>

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. Disponível em: https://www.academia.edu/2020851/Event_tourism_Definition_evolution_and_research

Gomes, A., & Devile, E. (2017). A dimensão turística dos eventos: Estudo de caso Festival do Norte. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 447-459.

Gonçalves, A. R. (2008). As comunidades criativas, o turismo e a cultura. *Dos Algarves - Revista da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo / Universidade do Algarve*, (17), 11-18. Disponível em:
https://www.academia.edu/17961104/Comunidades_criativas_turismo_e_cultura

Henriques, E. B. (2003). A cidade, destino de turismo. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto: Geografia*, 19, 163-172.

Instituto Nacional de Estatística. (2007). *Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (Rev. 3)*. Disponível em:
https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=10376048&PUBLICACOESmodo=2

John, J. D., & Manzenreiter, W. (2004). Accounting for Mega-Events Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the Host Countries Japan / Korea. *International Review for the Sociology of Sport*, 39(2), 187-203. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/258142670_Accounting_for_Mega-Events_Forecast_and_Actual_Impacts_of_the_2002_Football_World_Cup_Finals_on_the_Host_Countries_JapanKorea

Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1), 56-64. Disponível em:
https://www.academia.edu/11773475/Festivalscapes_and_patrons_emotions_satisfaction_and_loyalty

Liu, Y. D. (2015). Event-led strategy for cultural tourism development: The case of Liverpool as the 2008 European Capital of Culture. *disP - The Planning Review*, 51(2), 28-40. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/281605098_Event-led_strategy_for_cultural_tourism_development_The_case_of_Liverpool_as_the_2008_European_Capital_of_Culture

- Malfas, M., Theodoraki, E., & Houlihan, B. (2004). Impacts of the Olympic Games as mega-events. *Municipal Engineer*, 157(3), 209-220. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/245409296_Impacts_of_the_Olympic_Games_as_Mega-Events
- Marujo, N. (2014a). Os eventos turísticos como campo de estudo académico. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 7(17), 1-11.
- Marujo, N. (2014b). Turismo e eventos especiais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 26-31.
- Meirinhos, M., & Osório, A. (2010). O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. *EduSer - Revista de Educação*, 2(2), 49-65. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/3961>
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627-642. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02614367.2014.993333>
- Notícias de Coimbra. (2019). *Feira Cultural de Coimbra com “mostra ímpar” de livros, gastronomia, artesanato, arte, música e história da cidade*. Disponível em: <https://www.noticiasdecoimbra.pt/feira-cultural-de-coimbra-com-mostra-impar-de-livros-gastronomia-artesanato-arte-musica-e-historia-da-cidade/>
- Palmer, R. (2004). *European Cities and Capitals of Culture: Study Prepared for the European Commission (PART I)*. Disponível via European Commission em: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/palmer-report-capitals-culture-1995-2004-i_en.pdf
- Pimentel, E., Vieira, A., & Biz, A. (2017). Megaevento: Revisão crítica da literatura e agenda de investigação. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 2217-2229.
- Piscopo, M. R. (2012). Gestão estratégica de eventos a partir da rede de valor. *GeSec - Revista de Gestão e Secretariado*, 3(2), 127-152. Disponível em: <https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/151>

- Ponte, J. P. (2006). Estudos de caso em educação matemática. *Bolema - Boletim de Educação Matemática*, 19(25), 105-132. Disponível em: <https://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/bolema/issue/view/704>
- Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism. In T. Jamal, & M. Robinson (Eds.), *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (483-503). Disponível em: <https://arrow.dit.ie/tfschhmtbook/1/>
- Reto, N. S. (2012). *O Event-Marketing como estratégia de comunicação de marcas* (Tese de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril). Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4460>
- Ribeiro, J. C., Vareiro, L. C., Fabeiro, C. P., & Blas, X. P. (2006). Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: um estudo de caso. *Estudos Regionais: Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, (11), 61-76. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5143>
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). Chapter 1: Why Cities Need to be Eventful. In G. Richards, & R. Palmer (Eds.), *Eventful cities: cultural management and urban revitalisation* (1-37). Oxford: Butterworth-Heinemann. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/254786282_Eventful_Cities_Cultural_Management_and_Urban_Revitalisation
- Roche, M. (1994). Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 1-19. Disponível em: https://www.academia.edu/16427056/Mega-events_and_urban_policy
- Santos, A. C., Carneiro, M. J., & Eusébio, C. (2012). Avaliação de festivais: O caso da Viagem Medieval de Santa Maria da Feira. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(17/18), 1597-1609.
- Santos, M. G. (2000). Da Expo'98 ao Euro 2004: notas para o estudo do impacto de grandes eventos no turismo regional. *Revista Educação & Comunicação - ESECS*, (4), 22-47. Disponível em: <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/289>

Serreira, T. S. (2014). *Eventos como promotores culturais de um destino turístico: O caso das Capitais Europeias da Cultura* (Tese de Mestrado, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar). Disponível em: <https://iconline.ipleria.pt/handle/10400.8/2031>

Simões, M. L. (2012). *Os Eventos e a Atractividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa* (Tese de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril). Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4458>

Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos - Segunda Edición*. Disponível em: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Investigacion-con-estudios-de-caso.pdf>

Šušić, V., & Đorđević, D. (2011). The place and role of events in the tourist development of the southwest serbia cluster. *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, 8(1), 69-81. Disponível em: <http://facta.junis.ni.ac.rs/eao/eao201101/eao201101-06.pdf>

Vieira, J. M. (2015). Capítulo 1 - Eventos e turismo: Duas definições e conceitos fundamentais. In J. M. Vieira (Ed.), *Eventos e Turismo - Planeamento e Organização: Da teoria à prática* (17-24). Lisboa: Edições Sílabo.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso: Planeamento e Métodos - 2ª Edição*. Disponível em: https://www.academia.edu/8420257/Yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin

Créditos das Figuras

Figura 1. Revista Turismo y Desarrollo Local, volume 7, nº 17, 2014.

Figura 2. <https://www.cm-coimbra.pt/areas/transparencia/recursos-humanos/organograma-cmc>

Figura 3. <https://www.coimbra.pt/2019/06/viaje-a-idade-media-nos-dias-14-e-15-de-junho-com-a-27-a-feira-medieval-de-coimbra/>

Figura 4. <https://www.coimbra.pt/2019/05/conheca-os-destaques-dos-11-dias-de-programacao-da-feira-cultural-de-coimbra/>

Figura 9.

<https://www.facebook.com/municipiodecoimbra/photos/a.2472345402810829/2472347622810607/?type=3&theater>

Figura 10.

<https://www.facebook.com/municipiodecoimbra/photos/a.2472345402810829/2472353149476721/?type=3&theater>

Figura 11.

<https://www.facebook.com/municipiodecoimbra/photos/a.2472345402810829/2472351822810187/?type=3&theater>

Figura 12.

<https://www.facebook.com/municipiodecoimbra/photos/a.2472345402810829/2472349746143728/?type=3&theater>

Figura 13.

<https://www.facebook.com/municipiodecoimbra/photos/a.2472345402810829/2472355922809777/?type=3&theater>

Figura 19. <https://www.coimbra.pt/2019/06/visita-de-manuel-machado-assinala-arranque-da-feira-cultural-de-coimbra-2019/#&gid=1&pid=50>

Figura 24. <https://www.coimbra.pt/2019/06/visita-de-manuel-machado-assinala-arranque-da-feira-cultural-de-coimbra-2019/#&gid=1&pid=78>

Figura 26. <https://www.coimbra.pt/2019/06/visita-de-manuel-machado-assinala-arranque-da-feira-cultural-de-coimbra-2019/#&gid=1&pid=54>

Figura 36. <https://www.coimbra.pt/2019/06/visita-de-manuel-machado-assinala-arranque-da-feira-cultural-de-coimbra-2019/#&gid=1&pid=29>

Figura 49.

<https://www.facebook.com/noticiasdecoimbra/photos/a.1169078649960536/1169080403293694/?type=3&theater>

Anexos

I - Executivo municipal e respetivas competências

De acordo com Câmara Municipal de Coimbra (2020), o executivo municipal da autarquia distribui-se da seguinte forma:

- Presidente Dr. Manuel Machado, com competências nas áreas da Proteção Civil; Protocolo e Comunicação; Apoio ao Investidor; Apoio às Freguesias; Controlo e Planeamento; Reabilitação Urbana; Estudos e Projetos; Infraestruturas, Espaço Público e Trânsito; Serviços Especiais; Edifícios e Equipamentos Municipais;
- Vice-Presidente e vereador Dr. Carlos Cidade, com competências nas áreas da Gestão Urbanística e Fiscalização; Ambiente, Espaços Verdes e Jardins; Desporto; Mercados Municipais;
- Vereadora Dr.^a Regina Bento, com competências nas áreas da Administração Geral; Recursos Humanos; Relação com o Município; Modernização Administrativa, Qualidade e Auditoria Interna; Saúde; Orçamento Participativo; Apoio Jurídico, Contraordenações e Execuções Fiscais; Contabilidade e Finanças; Património e Aprovisionamento; Sistemas de Informação; Cadastro Municipal, Solos e Informação Geográfica;
- Vereador Dr. Jorge Alves, com competências nas áreas da Educação; Ação Social; Proteção de Crianças e Jovens; Julgados de Paz; Polícia Municipal; Bombeiros; Conselho Municipal de Segurança e Proteção Civil;
- Vereadora Dr.^a Carina Gomes, com competências nas áreas da Cultura; Turismo; Juventude; Espaços Culturais Municipais; Bibliotecas, Arquivos e Museus;
- Vereador Dr. Francisco Queirós, com competências nas áreas da Habitação Social; Desenvolvimento Social; Gestão do Parque Habitacional Municipal; Promoção da Habitabilidade; Serviço Médico Veterinário;
- Vereadora Dr.^a Madalena Abreu, sem competências delegadas;

- Vereador Dr. Paulo Leitão, sem competências delegadas;
- Vereadora Dr.^a Paula Pêgo, sem competências delegadas;
- Vereador Dr. José Silva, sem competências delegadas;
- Vereadora Dr.^a Ana Bastos, sem competências delegadas.

II - Distribuição da estrutura orgânica da Câmara Municipal de Coimbra

De acordo com o organograma referente à estrutura orgânica da Câmara Municipal de Coimbra que pode ser consultado no *site* da mesma entidade, a distribuição efetua-se da seguinte forma:

❖ Doze unidades orgânicas nucleares:

- ♦ Departamento de Planeamento e Estudos Estratégicos (DPEE);
- ♦ Departamento de Gestão Urbanística (DGU);
- ♦ Departamento de Espaço Público, Mobilidade e Trânsito (DEPMT);
- ♦ Departamento de Edifícios e Equipamentos Municipais (DEEM);
- ♦ Departamento de Desenvolvimento Social, Saúde e Ambiente (DDSSA);
- ♦ Departamento de Cultura e Turismo (DCT);
- ♦ Departamento de Educação, Desporto e Juventude (DEDJ);
- ♦ Departamento Financeiro (DF) [inclui uma Unidade de Tesouraria (UT)];
- ♦ Departamento de Administração Geral (DAG);
- ♦ Departamento Jurídico (DJ);
- ♦ Departamento de Recursos Humanos (DRH);
- ♦ Departamento de Sistemas de Informação e Inovação (DSII).

❖ Três unidades orgânicas legais:

- ♦ Companhia Municipal de Bombeiros Sapadores (CMBS);
- ♦ Serviço de Polícia Municipal (SPM);
- ♦ Serviço Municipal de Proteção Civil (SMPC).

❖ Quarenta unidades orgânicas intermédias de 2º grau:

- ♦ Divisão de Protocolo e Comunicação (DPC);
 - ♦ Divisão de Planeamento Territorial (DPT);
 - ♦ Divisão de Estudos e Projetos Estratégicos (DEPE);
 - ♦ Divisão de Informação Geográfica e Cadastral (DIGC);
 - ♦ Divisão de Gestão Urbanística Norte (DGUN);
 - ♦ Divisão de Gestão Urbanística Centro (DGUC);
 - ♦ Divisão de Gestão Urbanística Sul (DGUS);
- } DPEE
- } DGU

- ♦ Divisão de Estudos e Projetos (DEP);
 - ♦ Divisão de Obras de Administração Direta (DOAD);
 - ♦ Divisão de Infraestruturas e Espaço Público (DIEP);
 - ♦ Divisão de Mobilidade, Transportes e Trânsito (DMTT);
 - ♦ Divisão de Espaços Verdes e Jardins (DEVJ);
- DEPMT**
- ♦ Divisão de Projetos de Edificado Municipal (DPEM);
 - ♦ Divisão de Gestão de Edifícios e Administração Direta (DGEAD);
 - ♦ Divisão de Edifícios e Equipamentos Municipais (DEEM);
 - ♦ Divisão de Edifícios e Equipamentos Escolares (DEEE);
 - ♦ Divisão da Promoção da Habitabilidade (DPH);
- D
E
E
M**
- ♦ Divisão de Intervenção e Ação Social (DIAS);
 - ♦ Divisão de Habitação Social (DHS);
 - ♦ Divisão de Saúde e Ambiente (DAS);
 - ♦ Serviço Médico Veterinário e Segurança Alimentar (SMVSA);
- D
D
S
S
A**
- ♦ Divisão de Bibliotecas e Arquivo Histórico (DBAH);
 - ♦ Divisão de Cultura e Promoção Turística (DCPT);
 - ♦ Divisão de Gestão e Programação do Convento São Francisco (DGPCSF);
 - ♦ Divisão de Museologia (DM);
- DCT**
- ♦ Divisão de Educação (DE);
 - ♦ Divisão de Desporto e Juventude (DDJ);
- DEDJ**
- ♦ Divisão de Contabilidade e Finanças (DCF);
 - ♦ Divisão de Património (DP);
 - ♦ Divisão de Planeamento e Controlo (DPC);
 - ♦ Divisão de Compras e Logística (DCL);
- DF**
- ♦ Secretaria Geral (SG);
 - ♦ Divisão de Relação com o Município (DRM);
 - ♦ Divisão de Licenciamentos e Fiscalização de Atividades (DLFA);
- D
A
G**
- ♦ Divisão de Apoio Jurídico e Contencioso (DAJC);
 - ♦ Divisão de Contraordenações e Execuções Fiscais (DCEF);
- DJ**
- ♦ Divisão de Desenvolvimento de Recursos Humanos (DDRH);
 - ♦ Divisão de Gestão de Recursos Humanos (DGRH);
- DRH**

- ♦ Divisão de Sistemas de Informação e Comunicação (DSIC);
 - ♦ Divisão de Modernização Administrativa (DMA).
- } **DSII**

❖ **Oito unidades orgânicas intermédias de 3º grau:**

- ♦ Gabinete de Auditoria e Controlo Interno (GACI);
- ♦ Gabinete de Apoio às Freguesias (GAF);
- ♦ Gabinete de Fiscalização (GF), inserido no Departamento de Gestão Urbanística (DGU);
- ♦ Gabinete de Apoio ao Investidor (GAI), inserido no Departamento Financeiro (DF);
- ♦ Gabinete de Gestão da Frota Municipal (GGFM), inserido na Divisão de Compras e Logística (DCL) do Departamento Financeiro (DF);
- ♦ Arquivo Geral Municipal (AGM), inserido na Secretaria Geral (SG) do Departamento de Administração Geral (DAG);
- ♦ Gabinete de Contratos (GC), inserido no Departamento Jurídico (DJ);
- ♦ Centro de Inteligência de Coimbra (CIC), inserido na Divisão de Modernização Administrativa (DMA) do Departamento de Sistemas de Informação e Inovação (DSII).

❖ **Três gabinetes de apoio ao Presidente, Vereadores e Assembleia Municipal:**

- ♦ Gabinete de Apoio à Presidência (GAP);
- ♦ Gabinete de Apoio à Vereação (GAV);
- ♦ Gabinete de Apoio à Assembleia Municipal (GAAM).

❖ **Setor relativo aos Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra (SMTUC).**

❖ **Setor relativo às Empresas Municipais / Participações.**

❖ **Setor relativo às Associações de Municípios / Freguesias.**

❖ **Equipas de Projeto.**

III - Competências da Divisão de Cultura e Promoção Turística

Tendo o estágio decorrido na DCPTCMC, importa referir as competências atribuídas aos colaboradores da Divisão.

Assim, o Aviso nº 11707 / 2019 presente em Diário da República (2ª série - nº 136 de 18 de julho de 2019), enumera as competências da Divisão de Cultura e Promoção Turística da Câmara Municipal de Coimbra:

- a) Apoiar o executivo na conceção e implementação de políticas e estratégias no domínio cultural e artístico, nomeadamente, património etnográfico, folclórico, artesanato, artes visuais e do espetáculo, teatro, dança, música, artes plásticas, cinema e audiovisual;
- b) Promover a Candidatura de Coimbra a Capital Europeia da Cultura de 2027, em estreita articulação com o grupo de trabalho constituído para o efeito e organizar e coordenar as diversas iniciativas de carácter cultural e artístico;
- c) Salvar e promover o património cultural imóvel, móvel e imaterial do Município, numa perspetiva de ação criativa e artística;
- d) Promover e coordenar programas e projetos de salvaguarda e valorização do património cultural, incentivo à criação artística e difusão cultural, bem como de promoção, nacional e internacional da cultura do Município;
- e) Apoiar os agentes culturais e artísticos do Município, assegurando a monitorização e avaliação da execução dos programas e projetos propostos;
- f) Promover o relacionamento e cooperação com entidades e agentes nos domínios culturais e artísticos, nacionais ou internacionais, com vista à dinamização e difusão da cultura e artes em todas as suas formas;
- g) Promover a gestão, valorização e monitorização dos equipamentos culturais municipais, nomeadamente, Casa Municipal da Cultura, Casa da Escrita, Casa-Museu Miguel Torga, Teatro da Cerca de S. Bernardo, Oficina Municipal do Teatro, Pavilhão Centro de Portugal e Centro de Artes Visuais, em exploração direta ou indireta;

- h)** Propor, em articulação com a unidade orgânica competente, a toponímia de novos arruamentos, avenidas, praças, e outros espaços públicos, tendo em conta a origem e significado cultural, histórico e contemporâneo das denominações a atribuir;
- i)** Desenvolver, em articulação com a unidade orgânica de comunicação e protocolo, iniciativas de intercâmbio artístico e cultural com outras cidades e territórios privilegiando as cidades geminadas;
- j)** Promover e dinamizar a divulgação cultural no Município, em função dos segmentos de público fruidor;
- k)** Proceder a estudos de potencialidades turísticas do Município;
- l)** Promover, apoiar e editar materiais gráficos e audiovisuais informativos e promocionais do Município e dos seus recursos turísticos, que informem e orientem os turistas;
- m)** Elaborar, promover, apoiar e dinamizar projetos, programas e ações que visem o desenvolvimento e qualidade da oferta turística aos diversos segmentos do mercado;
- n)** Promover o relacionamento institucional com os operadores dos setores hoteleiro, de restauração e de outros serviços turísticos;
- o)** Criar uma oferta de circuitos e visitas à cidade incluindo visitas temáticas, em articulação com outras unidades orgânicas municipais que respeitem às suas áreas e competências funcionais;
- p)** Desenvolver com outras entidades, nomeadamente as que tutelam os locais e equipamentos de interesse turístico, programas de oferta integrada;
- q)** Promover a articulação entre os agentes culturais e promotores de iniciativas diversas, de forma a assegurar a coesão e a divulgação da programação turística da cidade, em articulação com outras unidades orgânicas municipais, promovendo a elaboração de planos de comunicação, suportes gráficos e

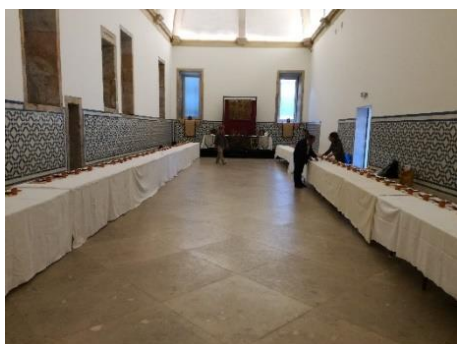
eletrónicos a veicular através da unidade orgânica da área da comunicação do Município;

- r) Organizar e gerir o serviço de atendimento e informação nos principais locais de interesse turístico, incluindo a criação da rede de Postos de Turismo;
- s) Promover o Centro Histórico de Coimbra como Património Mundial da Humanidade;
- t) Acompanhar e monitorizar a concessão do Parque Municipal de Campismo e emitir pareceres sobre a procura turística e propostas do concessionário com vista ao aumento dos fluxos turísticos;
- u) Organizar ou apoiar, em colaboração com as outras unidades orgânicas municipais, um programa de iniciativas de animação turística de promoção municipal, incluindo as Festas da Cidade, feiras temáticas, programas de animação em datas relevantes e outros eventos com impacto no turismo de Coimbra;
- v) Apoiar iniciativas com capacidade de atração de turistas ao Município, promovidas por entidades externas, designadamente festivais, feiras, desfiles, concertos, festas, comemorações ou encontros temáticos;
- w) Gerir os meios (humanos e materiais) e equipamentos municipais destinados especificamente à realização de iniciativas de animação cultural e turística (palcos, estrados, cadeiras para eventos, mobiliário de exterior, material de som e iluminação, tendas, expositores amovíveis, baias, vedações) em articulação com as unidades orgânicas a que os meios humanos e materiais estejam afetos;
- x) Gerir a utilização e a programação da Praça da Canção e zona envolvente, incluindo os edifícios de apoio.

IV - Imagens da Ceia Medieval de 2019

Para se poder visualizar o processo de preparação e realização do evento, apresentam-se, em sequência, algumas imagens de elaboração própria e/ou obtidas via página de *Facebook* do Município de Coimbra.

Figura 5. Preparação da sala para a receção aos convidados



Fonte: Elaboração própria

Figura 6. Mesa destinada aos anfitriões do evento



Fonte: Elaboração própria

Figura 7. Disposição do lugar para cada participante



Fonte: Elaboração própria

Figura 8. Personagem interpretada no decorrer do evento



Fonte: Elaboração própria

Figura 9. Algumas iguarias presentes no evento



Fonte: Página de Facebook do Município de Coimbra (2019)

Figura 10. Algum do pessoal responsável pela preparação do evento e da Viv'Arte



Fonte: Página de Facebook do Município de Coimbra (2019)

Figura 11. Os anfitriões - Infante D. Pedro e D. Isabel de Urgel



Fonte: Página de Facebook do Município de Coimbra (2019)

Figura 12. Alguns participantes vestidos a rigor



Fonte: Página de Facebook do Município de Coimbra (2019)

Figura 13. Um dos muitos momentos de animação ao longo do evento



Fonte: Página de Facebook do Município de Coimbra (2019)

V - Imagens da Feira Cultural de Coimbra 2019

Para se poderem visualizar algumas das áreas que compunham o evento, exemplos de expositores afetos às diversas vertentes da Feira e algumas dinâmicas que foram acontecendo ao longo da realização da FCC apresentam-se, em sequência, algumas imagens de elaboração própria e obtidas via *site* da Câmara Municipal de Coimbra.

Figura 14. Palco do Coreto (principal)



Fonte: Elaboração própria

Figura 15. Palco dos Livros (secundário)



Fonte: Elaboração própria

Figura 16. Auditório



Fonte: Elaboração própria

Figura 17. Pavilhão da Biblioteca Municipal de Coimbra



Fonte: Elaboração própria

Figura 18. Principal área de esplanada



Fonte: Elaboração própria

Figura 19. Perspetiva da área principal de esplanada



Fonte: Câmara Municipal de Coimbra (2020)

Figura 20. Kid zone



Fonte: Elaboração própria

Figura 21. Reconstituição de uma antiga sala de aula dirigida a miúdos e graúdos



Fonte: Elaboração própria

Figura 22. Exemplo de um expositor de gastronomia



Fonte: Elaboração própria

Figura 23. Exemplo de um espaço de street food



Fonte: Elaboração própria

Figura 24. Um dos corredores da área reservada aos livros



Fonte: Câmara Municipal de Coimbra (2020)

Figura 25. Exemplo de dois expositores ligados aos livros



Fonte: Elaboração própria

Figura 26. Um dos corredores da área reservada ao artesanato



Fonte: Câmara Municipal de Coimbra (2020)

Figura 27. Exemplo de um expositor de artesanato oriundo de Nisa



Fonte: Elaboração própria

Figura 28. Exemplo de um expositor de artesanato com origem em Coimbra



Fonte: Elaboração própria

Figura 29. Exemplo de um expositor de artesanato vindo de Bragança



Fonte: Elaboração própria

Figura 30. Exemplo de um expositor de artesanato oriundo de Arganil



Fonte: Elaboração própria

Figura 31. Exemplo de um expositor de artesanato oriundo de Barcelos



Fonte: Elaboração própria

Figura 32. Exemplo de um expositor de artesanato vindo de Santarém



Fonte: Elaboração própria

Figura 33. Exemplo de um expositor de artes plásticas com origem em Coimbra



Fonte: Elaboração própria

Figura 34. Exemplo de dois expositores de edições musicais



Fonte: Elaboração própria

Figura 35. Exemplo de um expositor ligado à representação institucional



Fonte: Elaboração própria

Figura 36. Exemplo de um expositor ligado à cultura e criatividade oriundo de Coimbra



Fonte: Câmara Municipal de Coimbra (2020)

Figura 37. Exposição de fotografias "A Fita do Tempo" sobre a crise académica de 1969



Fonte: Elaboração própria

Figura 38. Palestra relativa à comemoração dos 30 anos da atribuição do Prémio Camões a Miguel Torga



Fonte: Elaboração própria

Figura 39. Palestra "O Jornalista e o Autor" com José Rodrigues dos Santos



Fonte: Elaboração própria

Figura 40. Exemplo de uma atuação diurna no Palco do Coreto



Fonte: Elaboração própria

Figura 41. Exemplo de uma atuação noturna no Palco do Coreto



Fonte: Elaboração própria

VI - Tarefas desempenhadas no pré, durante e pós-Feira Cultural de 2019

- 1) Análise e interpretação de documentos relativos à edição de 2018 da FCC;
- 2) Deslocações periódicas ao Parque Dr. Manuel Braga (recinto da FCC) para, conjuntamente com o supervisor da Feira, realizar medições do espaço destinado aos *stands* / áreas temáticas;
- 3) Edição diária de informações relativas aos expositores que estariam presentes na FCC, tendo esse trabalho sido efetuado numa base de dados em *Excel* criada para o efeito (excertos das tabelas relativas aos expositores de artesanato, livros e institucionais, podem ser consultados no anexo VII);
- 4) Numeração dos *stands* por área temática (de acordo com uma cor previamente definida), num programa informático de edição de imagens (*Macromedia FreeHand MX*), com o objetivo de criar uma planta geral da FCC (a panorâmica do Parque Dr. Manuel Braga contendo a distribuição de *stands*, pode ser consultada no anexo VII);
- 5) Distribuição dos expositores na base de dados em *Excel* da FCC, conjuntamente com o supervisor do evento (um excerto da tabela relativa à distribuição de expositores afetos às temáticas da cultura e criatividade e edições musicais, pode ser consultada no anexo VII);
- 6) Deslocação diária ao local onde se iria realizar a Feira, para acompanhar a montagem dos *stands* pela empresa responsável (*Spormex*), coordenando os trabalhos e verificando se os mesmos correspondiam ao plano operacional traçado no decorrer da fase de planeamento (as fotografias efetuadas pelo aluno que mostram a evolução dos trabalhos de montagem da FCC, podem ser consultadas no anexo VII);
- 7) Depois da conclusão da montagem, com base na distribuição efetuada previamente na base de dados em *Excel* da FCC, foi necessário proceder à marcação dos *stands* com o número atribuído a cada expositor e cor correspondente para cada área temática;

- 8) Com a colega estagiária, procedeu-se à marcação do mobiliário (mesas e estantes) necessário para cada expositor;
- 9) Conjuntamente com o supervisor da Feira e a colega referida, procedeu-se à distribuição de mobiliário em falta nos *stands*, tendo em consideração a base de dados em *Excel* previamente efetuada, sendo depois realizada nova verificação e redigida lista de material a ser pedido para suprir o que estava em falta;
- 10) Distribuição de letreiros com a identificação dos expositores pelos respetivos *stands* (tendo em consideração a base de dados em *Excel* da FCC), para posteriormente, poderem ser colados no espaço destinado por funcionários da empresa responsável pela montagem da Feira;
- 11) Com a colega estagiária, procedeu-se à criação de placas de sinalização contendo a numeração / localização de expositores. Posteriormente, as mesmas foram colocadas em locais estratégicos do recinto da Feira, para facilitar o acesso dos expositores aos respetivos *stands*, tendo estas placas sido posteriormente substituídas por outras mais coloridas, indicando os acessos a uma determinada área temática / local (um exemplo de uma placa de numeração / localização de expositores criada pelo aluno e respetiva colega e uma fotografia contendo algumas das placas de indicação colocadas posteriormente em pontos estratégicos da Feira, podem ser consultadas no anexo VII);
- 12) No último dia de preparativos para o evento, o aluno (conjuntamente com a colega estagiária e pessoal afeto ao DCTCMC) ficou corresponsável pelo serviço de secretariado, devido ao conhecimento e acompanhamento de todo o processo de planeamento. O trabalho neste espaço consistiu em efetuar o *check-in* aos expositores (para poderem proceder à montagem dos mesmos), seguindo os seguintes passos:
 1. Verificação se os expositores integravam a lista de participantes;
 2. Preenchimento de uma ficha com o(s) número(s) de *stand(s)* destinado(s) a cada pessoa, área temática correspondente e nome do expositor, sendo que o mesmo documento apresentava ainda as instruções a serem

respeitadas no decorrer do evento (uma imagem da ficha de *check-in*, pode ser consultada no anexo VII);

3. Preenchimento de uma folha de identificação de viaturas, contendo esta os dados pessoais e ramo da Feira em que uma dada pessoa se inseria (afeto à montagem de um expositor; *staff* de banda / pessoal destacado para as atuações musicais nos dois palcos do evento; destinado ao abastecimento de produtos ou viatura de serviço). As imagens das folhas contendo as quatro tipologias de identificação existentes, podem ser consultadas no anexo VII;
4. Indicação das direções a serem seguidas pelos expositores, para acederem mais facilmente ao(s) respetivo(s) *stand(s)* e o local de saída / local destinado ao estacionamento de viaturas;
5. Finalização do processo com a entrega de cadeado(s) e respetiva(s) chave(s) de abertura / fecho, de acordo com o número de *stands* destinados a cada pessoa.

13) No decorrer da Feira, o aluno esteve encarregue de: prestar apoio ao nível da segurança, durante uma sessão de autógrafos de um grupo musical que atuou num dos dias do evento; controlar entradas e saídas de veículos afetos aos expositores; dar indicações de índole diversa aos expositores; divulgar informações e prestar esclarecimentos aos visitantes sempre que solicitado; repor o *stock* de jornais e material promocional do concelho de Coimbra, no serviço de secretariado e no auditório da Feira; colocar uma tela para embelezamento do auditório da Feira; prestar apoio logístico durante palestras e espetáculos de música e dança (por exemplo na colocação e retirada de mesas, cadeiras, microfones, copos, bandeiras, chapéus de sol e espaço para intervenção do presidente da câmara); registar ocorrências e solicitações dos expositores; recolher mobiliário em excesso espalhado pelo recinto da Feira; e ainda deslocar-se ao horto municipal com um funcionário do Departamento de Cultura e Turismo, a fim de proceder à recolha de algumas plantas para embelezar alguns espaços da Feira.

- 14)** O dia 6 de junho ficou marcado pelo mau tempo que se fez sentir, levando inclusivamente ao encerramento antecipado da Feira. Até à ordem oficial para o fecho definitivo dos expositores, o aluno auxiliou um responsável pela montagem dos *stands* na resolução de ocorrências;
- 15)** Após o encerramento oficial da Feira (10 de junho), os expositores começaram a efetuar as desmontagens e a proceder ao carregamento de mercadorias e respetivos pertences. Nesse momento, o aluno ficou responsável por controlar as entradas e saídas de viaturas e evitar o congestionamento dos acessos;
- 16)** Nos dias que se seguiram ao término da Feira Cultural, foi necessário proceder à recolha do material utilizado (propriedade da Câmara Municipal de Coimbra), como cadeiras, mesas, chapéus de sol, placas de numeração / localização de expositores e estruturas de madeira utilizadas para o palco principal do recinto. Juntamente com o supervisor da FCC e três funcionários do DCT, transportou-se esse mesmo material para um armazém da autarquia e para um espaço que serve de apoio logístico e operacional aos eventos realizados na Praça da Canção;
- 17)** Com a colega estagiária, o supervisor do evento e os referidos funcionários do DCT, o aluno procedeu à recolha de grande parte das placas que identificavam a área temática correspondente a cada expositor, com o objetivo de reaproveitar o maior número possível para utilizar em futuras edições da Feira.

VII - Imagens relativas às tarefas desempenhadas no decorrer da Feira Cultural de 2019

Para se ter uma ideia do processo de planeamento, montagem e trabalho efetuados no serviço de secretariado da Feira, apresentam-se seguidamente algumas imagens de elaboração própria e obtidas via página de *Facebook* do Município de Coimbra.

Figura 42. Excerto da tabela dos expositores de artesanato

EXPOSITORES DE ARTE SANATO												
INSCRIÇÃO	EXPOSITOR	LOCALIDADE	MÓDULOS	ATRIBUIÇÃO	MES.	EST.	CAD.	ALOJAMENTO	OBS.	RESPONSÁVEL	TELEMÓVEL	E-MAIL
A1	1	Adriano Mesquita (Arte do Vidro)	Marinha Grande	1	279		0	Casal - CMC - Só Homem	2 F			
A2	2	António Faria Vieira	Felgueiras	1	281	1	1	CMC - Homem				
A3	3	Armanda Esperança	Viana do Castelo	1	246	2	1	2	Casal - CMC - Só Mulher			
A4	4	Artesanato A Felteiceira	São João de Areias	1	246	1	1	1	Não			
A5	5	Artesanato Moreiras	Gondomar	1	283	1	0	1	Não			
A6	6	Associação "Herança do Passado"	Coimbra	2	207	1	2	2	Não			
A7	7	ArtMetalGênese	Pedrógão Grande	1	0	1	1	1	Não			
A8	8	Bailhamedeus	São João de Ver	1	229	0	0	1	CMC - Homem			
A9	9	Baldufa Artesanato & Memória	Porto	1	208	1	1	1	CMC - Mulher			
A10	10	Beads Style	Coimbra	1	292	1	1	1	Não			
A11	11	Beco da Saudade	Caldas da Rainha	1	239	0	0	1	CMC - Mulher			
A12	12	Bernardete Marques	Canas de Senhorim	1	261	1	1	1	CMC - Mulher			
A13	13	Bernardino Coelho	Barcelos	2	265	0	0	1	CMC - Homem			

Fonte: Elaboração própria

Figura 43. Excerto da tabela dos expositores de livros

EXPOSITORES DE LIVROS												
INSCRIÇÃO	EXPOSITOR	QUANTIDADE DE MÓDULOS	NÚMERO DOS STANDS	A	B	C	D	E	F	G	H	I
				RESPONSÁVEL	TELEMÓVEL	E-MAIL	OBSERVAÇÕES					
L1	L 1	1870 LIVROS	1	121								
L2	L 2	ALFARRABISTA CALDEIRA	2	125								Unido ao Braga Alfarrabista
L3	L 3	ALMA AZUL	1	142								
L4	L 4	ÂNCORA EDITORA	0	141								Unido à Livraria Casa do Castelo
L5	L 5	POP TEAM COIMBRA	2	101 - 102								
L6	L 6	BIBLIOGRAPHIAS	2	118								Unido à Figueirinhas
L7	L 7	BRAGA ALFARRABISTA	0	126								Unido ao Alfarrabista Caldeira
L8	L 8	BRUAA EDITORA	2	165 - 166								
L9	L 9	CENTRO DE ARTES DO PAPEL	2	165 - 166								Lavatório

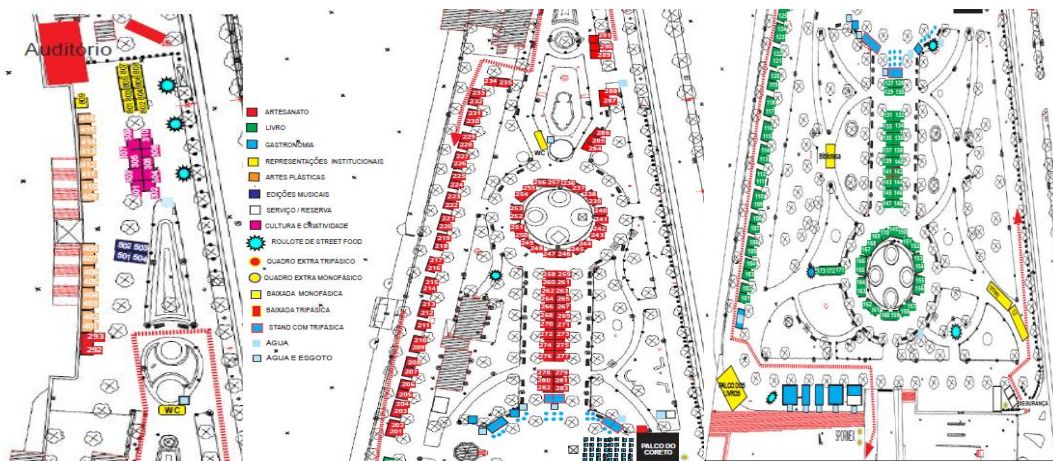
Fonte: Elaboração própria

Figura 44. Tabela dos expositores institucionais

		ÁREA INSTITUCIONAL	Confirmados	Stand	Responsável	Telemóvel	E-mail	Obs.
11	1	APBC - Agência para a Promoção da Baixa de Coimbra	1	801				
12	2	CEARTE	1	802				
13	3	CES - CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS	1	807				
14	4	CIM - REGIÃO DE COIMBRA	1	803				
15	5	FUNDAÇÃO INATEL	1	808				
16	6	FUNDAÇÃO INÉS DE CASTRO	1	804				
17	7	TURISMO CENTRO DE PORTUGAL	1	805				
18	8	UNIVERSIDADE DE COIMBRA - ALTA E SOFIA	1	806				
19	9	CONFRARIA RAINHA SANTA ISABEL	1	809				
9			TOTAL	9				
			DUPLOS	0				
			SIMPLES	9				

Fonte: Elaboração própria

Figura 45. Panorâmica do Parque Dr. Manuel Braga com a distribuição dos expositores



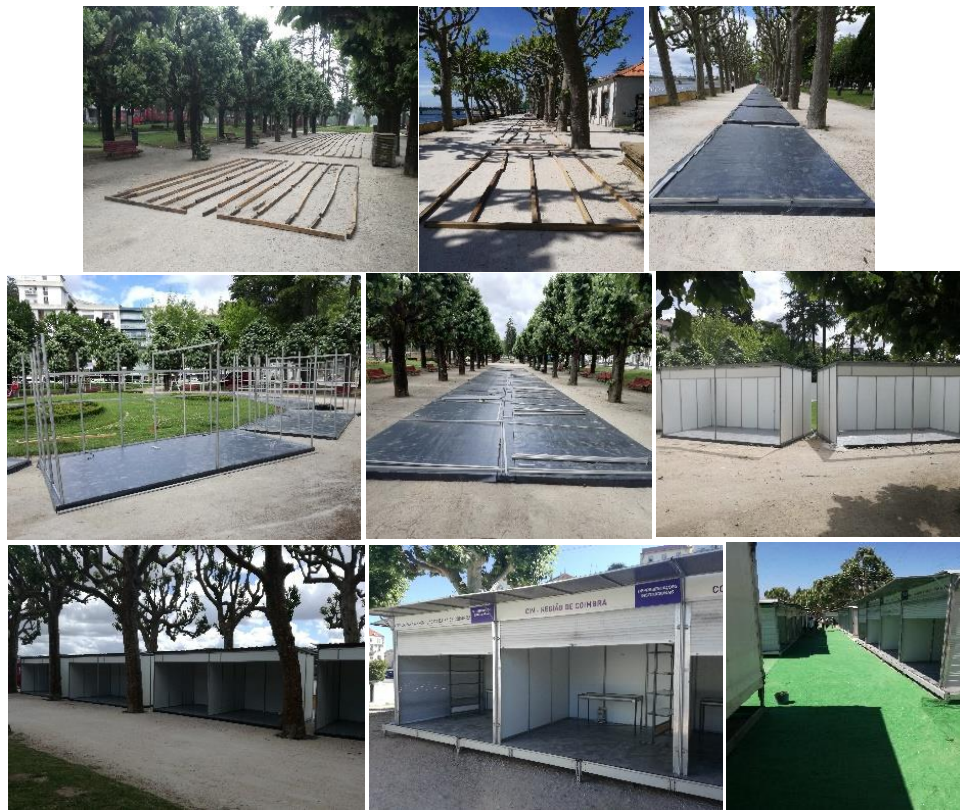
Fonte: Elaboração própria

Figura 46. Excerto da tabela relativa à distribuição dos expositores na base de dados do evento

SETOR	STAND	COD	DESIGNAÇÃO	MOD	FR	LL	MES	EST	CAD
CULTURA E CRIATIVIDADE									
ZONA NORTE DO PARQUE DR. MANUEL BRAGA (ANTES DO COMEÇO DA ÁREA AJARDINADA)									
1	301	C1	ACADEMIA DE MÚSICA DE COIMBRA	1		1	1	1	
2	302	C2	ASSOCIAÇÃO ARTÍSTICA E CULTURAL SALATINA	1		1	1	1	
3	303	C6	ITAP - Instituto Técnico Artístico e Profissional de Coimbra	1		1	1	1	
4	304	C10	TEATRO	1		1	1	1	
5	305	C4	CENTRO DE ARTES VISUAIS / ENCONTROS DE FOTOGRAFIA	1		1	1	1	
6	306	C5	CITAC GEFAC TEUC	1		1	1	1	
7	307	C8	ORQUESTRA CLÁSSICA DO CENTRO	1		1	1	1	
8	308	C7	LOUCOMOTIVA	1		1	1	1	
9	309	C9	PORTUGAL COM PAIXÃO	1		1	1	1	
10	310	C3	CENA LUSÓFONA	1		1	1	1	
EDIÇÕES MUSICAIS									
SETOR POENTE JUNTO AO RIO									
1	501	M1	CASA DO ZAMBUJAL	1		1	1	1	
2	502	M2	SÉRGIO VIEIRA COLECIONISMO	1		1	1	1	
3	503	M3	MUSICARTE	1		1	1	1	
4	504	M4	DISCOS E NÃO SÓ	1		1	1	1	

Fonte: Elaboração própria

Figura 47. Diferentes fases de montagem da Feira



Fonte: Elaboração própria

Figura 48. Exemplo de uma placa de numeração / localização dos expositores



Fonte: Elaboração própria

Figura 49. Exemplo de placas de indicação / localização das áreas temáticas



Fonte: Página de Facebook do Notícias de Coimbra (2019)

Figura 50. Ficha de check-in a ser preenchida no serviço de secretariado da Feira

STAND A

SECTOR

EXPOSITOR

FICHA DE CHECK IN

Instruções para a Montagem:

Site online: a cada edição da Feira Cultural de Coimbra!

Recomendamos que atenda aos pontos indicados no mapa, sempre com sentido único. A saída do parque vende focalhado ao lado do jardim onde ocorre o evento.

Deverão estacionar de modo a não impedir a circulação de outros expositores.

Não devem aparecer nas zonas cobertas com as setas verde.

Devem retirar o carro da frente do stand logo que descarregado e a parca-lo onde não perturbe a circulação.

Recorde-se aos senhoras expositores que devem cumprir assiduamente os horários da Feira não estando nem encostados ao stand antes do início do horário.

Elementos da organização estão ao vosso dispor no stand do Município de Coimbra durante toda a Feira.

Obrigado

Estacionamento:

Para permanências longas recomendamos a utilização do parque vedado de Praça de Campo, do outro lado do rio.

De forma a garantir a rotatividade dos visitantes recomendamos aos senhores expositores que só utilizem o parque após contarem com pedras curvas.

O Parque referido é gratuito até fim de semana e para as viaturas que saem após as 20:00, mesmo que entrem no período em que se paga.

Segurança:

Recomendamos o fecho dos stands com os cadeados fornecidos, que devêm ser utilizados.

O depósito de chaves no Secretariado só pode ser feito com estas devidamente identificadas com o número do stand.

Recomendamos que evitem a sobrecarga das bancadas eletrónicas. Não é permitido colocar propriedades de higiénico ou aquecedores.

Há segurança permanente no recinto, contudo objetos ou peças muito valiosas devem ser socorridas pelos senhores expositores.

Abastecimento:

Os abastecimentos só podem ser feitos até 48 horas antes da abertura ao público e a partir da Via de Serviço evitando a circulação de viaturas fora dessa via.

A única exceção ao horário de abastecimento de produtos alimentares perecíveis que pode ser feito a qualquer hora mas as viaturas não poderão entrar até ao palco principal e transportar os objectos a partir daí.

As viaturas que abastecem os stands devêm permanecer no recinto apenas o período estritamente necessário, no máximo 15 min.

Polição:

O resultado da montagem e auto-produção pelos expositores deve ser colocado nos contentores cor de lavanda disponíveis junto da via de serviço e não nos lugares que se destinam a uso dos visitantes.

Os operadores de gastronomia devêm responsabilizar-se pelo depósito dos contentores de apoio ao estande e as peças os contentores, organizados junto da via de serviço.

Divulgação:

Atividades dos expositores a divulgar no sistema de som devêm ser comunicadas por escrito até as 16:00 da manhã ao Secretariado, para permitir a sua gravação e inserção no sistema informático.

Fonte: Elaboração própria

Figura 51. Folhas de indicação por ramo / tema a serem preenchidas no serviço de secretariado do evento

FEIRA CULTURAL DE COIMBRA
31 DE MAIO A 10 DE JUNHO 2013

entidade

contacto

matricula

A PALCO B

BANDAS

FEIRA CULTURAL DE COIMBRA
31 DE MAIO A 10 DE JUNHO 2013

expositor

contacto

matricula

A zona B

ABASTECIMENTO

FEIRA CULTURAL DE COIMBRA
31 DE MAIO A 10 DE JUNHO 2013

expositor

contacto

matricula

stand

MONTAGEM

FEIRA CULTURAL DE COIMBRA
31 DE MAIO A 10 DE JUNHO 2013

entidade

contacto

matricula

SERVIÇO

Fonte: Elaboração própria

VIII - Guião das entrevistas efetuadas a nove expositores da Feira Cultural

- 1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?
- 2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?
- 3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?
- 4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?
- 5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?
- 6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?
- 7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?
- 8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?
- 9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?
- 10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?
- 11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

IX - Entrevistas efetuadas a nove expositores da Feira Cultural

E1 - Proprietário de uma loja de colecionismo e velharias

(autorizou a gravação da entrevista)

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Uma vez que tenho o estabelecimento em frente ao Parque Dr. Manuel Braga, foi fácil constatar a realização do evento e, por isso, decidi concorrer.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: O interesse na divulgação do estabelecimento e obter alguma receita.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Sim, costumo participar noutros eventos de longa duração que se realizam em Coimbra, como a Feira Popular e o Mercado de Natal e em feiras pontuais de colecionismo e velharias na mesma cidade. Costumo estar mais no concelho de Coimbra mas, de vez em quando, também vou à feira de colecionismo e velharias da Figueira da Foz.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: É muito boa, das melhores em que participo.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Apesar de ter livros e colecionismo em geral, só estive inserido na parte das edições musicais. Portanto, só vendia cd's e vinis. Tendo em conta essa situação, o público que mais participou foi o jovem (talvez numa faixa etária entre os vinte e os trinta anos). Em termos de proveniência, não me lembro.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Considero que é um bom local. Fica mesmo na entrada da cidade, onde toda a gente passa. É um espaço bastante arborizado e fresco.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Sim, penso que seja o indicado. O período de funcionamento é que é às vezes um bocado longo (principalmente ao fim de semana), porque é desde as onze da manhã até à meia noite. Mas em termos de dias, penso que está adequado.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Penso que não.

9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Sim, correspondeu às expectativas. O aspeto que mais me agradou foram os espetáculos musicais, que, este ano, acabaram por atrair mais gente. Apostaram em bandas mais conhecidas.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: As condições do terreno são complicadas devido à poeira. Talvez fosse melhor tratarem os arruamentos antes do evento se realizar, para não levantar tanto pó, pois tinha de estar constantemente a limpar os discos e o *stand*. Para além disto, talvez melhorar o posicionamento da área referente às edições musicais, dando-lhe maior visibilidade. O ano passado estive junto a uma das entradas e foi um pouco melhor (passava mais gente). Este ano estive mais para o meio do Parque e havia pessoas que passavam e outras não. De resto, penso que não há mais nada a apontar. O evento já se realiza há vários anos e a organização procura sempre melhorar.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Sim. Participo há quatro anos consecutivos e espero continuar a ser convidado.

-----//-----

**E2 - Responsável pelo Grupo Folclórico da Cova do Ouro e Serra da Rocha
(autorizou a gravação da entrevista)**

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: A Câmara Municipal de Coimbra fez-nos o convite para participarmos.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Não foi tanto numa vertente etnográfica e folclórica, mas mais pela parte relativa à gastronomia, que, apesar do muito trabalho que iria dar, podia ser rentável para o grupo. Talvez também como forma de o promover.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Não tão grandes, mas participamos em várias feiras de gastronomia pelo país (geralmente um ou dois dias). Vendemos as nossas coisas e, as mesmas, acabam por atrair as pessoas ao expositor, sendo muito bom para a promoção do grupo e da gastronomia.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: É melhor, não tem nada a ver. Como não participamos em feiras com a envergadura desta, não há comparação. É muito complicado termos pessoal para ir trabalhar em eventos que durem mais tempo.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Talvez mais pessoas entre os trinta e os sessenta anos, apesar de termos tido também alguns idosos que iam ter connosco, porque gostavam de relembrar petiscos que faziam antigamente (chanfana, por exemplo). Quanto à sua proveniência, é difícil saber. Sei que tivemos algumas de Penacova, Mealhada e que também vieram uns senhores de Rio Tinto, porque são amigos. Mas no geral, deviam ser maioritariamente da região de Coimbra.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Acho que é o melhor sítio. Durante uns anos, a antiga Feira de Artesanato fez-se numa tenda gigante na Praça da República. Quando mudaram e criaram um novo conceito para um único evento (atual Feira Cultural), ficámos algo apreensivos, porque o anterior espaço era mais central e chamava muitas pessoas.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: É um bocado cansativo para quem lá está a trabalhar, ainda para mais quando é difícil arranjar pessoal para ir para o recinto durante onze dias. Falou-se na possibilidade de realizar o evento apenas durante dois fins de semana consecutivos, mas acabou por não se concretizar. Se a Feira se realizasse com esse modelo, obrigava as pessoas a ir, porque o evento só se realizaria naquela mesma altura, evitando assim a dispersão semanal e o tipo de pessoas que só se deslocariam ao evento nos últimos dias do mesmo. Podia apostar-se num máximo de seis dias.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Acho que não.

9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Acho que o evento correu bem e teve bastante movimento. Por estarmos no sítio onde estivemos, não se pode dizer que tenha havido partes mortas. Houve sempre atividade, principalmente aos fins de semana. O que mais me agradou foi o facto do meu grupo ter sido bastante voluntário. Fiquei feliz pela disponibilidade demonstrada.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: A questão do horário. Durante a semana, acho que a Feira abre muito cedo. Não justificava. Sim senhora, ao sábado e ao domingo que abraça da parte da manhã (assim por volta das dez ou onze horas). Agora durante os dias úteis, não justifica estar lá às catorze ou quinze horas. Acaba por ser puxado. A essas horas só lá passam as pessoas que têm de ir para os seus trabalhos. Tendo em conta que a Feira se realiza no verão, bastaria abrir lá para as dezassete ou dezoito horas.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Sim, com certeza. É cansativo, pois temos de ter em simultâneo pessoas a trabalhar no nosso espaço aqui na localidade e também no *stand* da Feira. Mas acaba por ser uma mais-valia para o grupo.

-----//-----

**E3 - Colaborador do Centro de Formação Profissional
para o Artesanato e Património (CEARTE)
(autorizou a gravação da entrevista)**

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: O CEARTE participa na Feira, desde que o novo modelo começou a ser incrementado, tendo sido mais uma vez convidado pela Câmara Municipal de Coimbra para participar. Já somos parceiros há muitos anos. Antigamente costumávamos integrar a Feira de Artesanato, quando esta era realizada em separado.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Somos uma entidade de Coimbra, com mais de vinte anos de funcionamento e um centro de formação de âmbito nacional. Portanto, faz todo o sentido estarmos presentes neste evento, até porque o CEARTE é único dentro do setor do artesanato com intervenção a nível nacional.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Costumamos. Umhas maiores, outras de menor dimensão, tanto de âmbito local, como a Feira Cultural de Coimbra, ou a nível nacional. Temos um conjunto de feiras regular (todos os anos participamos), mas a mais importante, eventualmente, é a Feira Internacional do Artesanato em Lisboa.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: São coisas diferentes. As feiras não são propriamente comparáveis em termos de tamanho, localização, datas e própria filosofia. Ou são feiras de atividade, de artesanato ou *design*, ou são feiras direcionadas para outros assuntos ou temáticas, normalmente em espaço fechados. Portanto, não são propriamente comparáveis com uma Feira Cultural de Coimbra, onde temos artesanato, livros e gastronomia.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: São coisas distintas. Nós este ano estivemos na área institucional (como de costume), mas posicionados noutra sítio. Para além disso, estivemos inseridos (durante uns dias) noutra espaço (no *stand* com a *Rede de Cidades Cencyl*) e tivemos um conjunto de atividades e dinâmicas que atraíram tanto o público jovem (interagia mais), como o adulto. No fundo, são públicos

diferentes que reagem de forma variada àquilo que estamos a mostrar ou a fazer. Para além disso, realizámos um desfile de moda onde o público foi geral, tendo tido casa cheia.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Aí entramos nalgumas questões complexas. Primeiro, aquilo que é a prática comum da organização de eventos em Coimbra, tendo diferentes espaços, mas podendo dizer-se que não existe o espaço. Existe a Praça da Canção, o Parque Dr. Manuel Braga, o Parque Verde, etc., alguns com mais condições para receberem eventos, em comparação com outros. É pena não colocarmos as coisas no devido sítio, digamos assim. Eu percebo que deslocar a Feira Cultural de Coimbra para a Praça da Canção seja complicado, porque depois não há onde estacionar decentemente (tem a ver com a questão de organização do espaço). O CEARTE tem por hábito participar em eventos cobertos / fechados, em que o público acaba por estar abrigado das condições climáticas variadas que possam surgir. Se chover em Coimbra, não há um espaço dito agradável na rua, independentemente do chão ser em cimento, terra batida ou alcatifa (esta última, uma boa aposta por parte da organização da Feira Cultural). O espaço acaba assim por ser relativo.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Este ano foi longo demais, apesar de não nos fazer muita diferença. Percebo porque o fizeram (aproveitaram a coincidência com o 10 de junho). Nós não fazemos vendas de produtos. Estamos simplesmente a promover as nossas dinâmicas e, como somos uma entidade pública, nem sequer ganhamos dinheiro com as atividades que desenvolvemos. Para nós, é indiferente ser dez ou quinze dias, até porque o espaço é próximo da sede do CEARTE. A pergunta é mais direcionada para quem precisa de vender.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Para nós, não tem grande impacto nesses campos. Temos por hábito usar material que, caso não seja gasto, acaba por sê-lo nas restantes ações de promoção do CEARTE. Evidentemente que há sempre produção de alguma coisa, mas depois acaba por ser distribuída para outros fins. Quando acaba o período de validade de um produto, o retorno é bastante positivo e a pegada ecológica acaba por não ser tão prejudicial quanto isso. Não fazemos coisas específicas para um evento e, o que é feito, as pessoas levam para casa, como peça de oferta (como aconteceu com as atividades desenvolvidas no projeto da *Rede de Cidades Cencyl*). No que concerne às deslocações da equipa, como o evento é em Coimbra passa-se no recinto, desmonta-se e no dia seguinte traz-se novamente para o CEARTE. Em termos de opinião pessoal, acho que houve um excesso de lixo e consequente falta de reciclagem, pela falta de tato de alguns expositores. De facto, houve alguma falta de cuidado, não propriamente da manutenção feita por parte da Câmara Municipal de Coimbra,

mas dos expositores que teimavam em encher os pequenos caixotes de lixo existentes no Parque Dr. Manuel Braga, com cartões e outros objetos de grandes dimensões.

9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Correspondeu às expectativas do CEARTE, mas confesso que elas nunca são muito elevadas para a Feira Cultural. A realidade da nossa participação é um bocadinho diferente daquilo que fazemos noutras feiras, porque a organização deste evento coloca-nos na parte institucional e, quando nos junta aos artesãos, insere-nos num espaço onde as pessoas não passam. Percebo que é um espaço que ninguém quer, e estando lá uma entidade que não está a vender, pode perfeitamente ficar com esse mesmo local. Em termos de abertura da Câmara Municipal de Coimbra para a possibilidade de interação e facilitação de um conjunto de coisas, sem dúvida que a autarquia nesse aspeto trabalha muitíssimo bem connosco e está sempre aberta às nossas sugestões para desenvolvimento de atividades. Só não fazem o que não for possível, para que as ações do CEARTE decorram (também são questões planeadas antecipadamente). Muitas vezes, nem são coisas que o CEARTE propõe, mas é a própria Câmara que nos solicita.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: Talvez o foco na questão da promoção. Acho que faz falta alguma divulgação, seja em Coimbra ou fora. Se os conimbricenses vão à Expofacic em Cantanhede, porque é que os habitantes desse mesmo concelho não vêm à Feira Cultural de Coimbra? A distância é a mesma. A comunicação não chega lá? Não é só o facto de não haver autocarros, como a Expofacic faz daqui para lá e de lá para cá, às duas ou quatro da manhã. No fundo, acho que faz falta uma melhor comunicação, seja no pré, durante e pós-Feira. A gente vê os cartazes pouco antes do recinto abrir e eu circulo pela cidade. Não é frequente haver uma comunicação antecipada do evento e, estou a falar de quem sabe que o evento vai decorrer, porque está envolvida nele. Não falo de quem não está envolvido, o transeunte comum. O habitante de Coimbra sabe no dia em que a Feira abre ou pouco antes. E isso não permite uma preparação antecipada das coisas, até porque a Feira abre cedo ao fim de semana (e bem, para mim enquanto público). Mas se eu não sei antecipadamente, nunca conseguirei ir no primeiro fim de semana da Feira, até por causa da altura em que a mesma é realizada (final de maio / começo de junho e está bom tempo). Portanto, falta um bocadinho isso. Não é com a conferência de imprensa que a autarquia fez para anunciar o evento que lá chegamos. É preciso mais. Hoje em dia, as redes sociais são uma ferramenta fortíssima.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Sim, isso não pomos em causa. Como disse, somos uma entidade de Coimbra e participamos em todas as atividades em que achamos que a nossa área de intervenção está representada. Por isso, estar na Feira Cultural faz todo o sentido.

-----//-----

**E4 - Proprietária de uma loja que realiza trabalhos
de arte decorativa / pintura ceramista
(autorizou a gravação da entrevista)**

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Costumava integrar a Feira de Artesanato, quando esta era realizada em separado e na Praça da República. Penso que comecei em 2004 ou 2005. Depois da Câmara ter mudado o modelo da Feira e criado o atual, acabei por transitar para a Cultural.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Para mostrar os nossos trabalhos em azulejo, cerâmica, madeira e tela. Em geral, o objetivo é promover e divulgar o trabalho que é realizado.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Sim. Costumo ir à Mealhada, à Expofacic em Cantanhede, Portimão e à Feira do Ano de Montemor-o-Velho.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Depende das edições. Há anos em que vendemos mais, outros que não. No fundo, as pessoas passam, vão vendo e algumas acabam por comprar. Agora que há mais artesãos na Feira, a diversidade acaba por ser maior. Apesar disso, na edição deste ano, as vendas foram melhores, em comparação com as edições anteriores.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Tivemos um pouco de tudo (jovens, adultos e idosos). Como fazemos vários tipos de trabalhos, adequam-se a qualquer faixa etária. Por exemplo, fazemos muitas coisas para batizados. Quanto à proveniência das pessoas que nos visitaram, tínhamos muitas de Coimbra e algumas que vinham de fora (principalmente turistas franceses e alemães).

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: O espaço é muito bom. Quando integrava a Feira de Artesanato como evento único na Praça da República, o espaço que tínhamos era muito apertado. Estávamos dentro de uma tenda e não tínhamos condições para colocar todas as nossas coisas. O estacionamento para viaturas também era muito complicado. Havia alguma confusão. Agora no Parque Dr. Manuel Braga, há mais espaço para estacionar e para estarmos mais à vontade. Foi uma boa aposta terem começado a realizar o evento neste local.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Acho que a Feira abre muito cedo. Não havia necessidade. Durante a semana, à hora a que abre (catorze horas), as pessoas estão a trabalhar e os expositores acabam por não ter pessoas.

Só acabavam por vir lá mais para o final da tarde. Quem passava eram só os turistas, que, no fundo, só viam e raramente compravam algo. Mas ao fim de semana, era uma enchente. Felizmente que este ano só choveu uma vez, ainda que nos tenha obrigado a fechar mais cedo o *stand*. Em comparação com o ano passado foi muito melhor, porque em 2018 choveu muito, estava mais frio e as pessoas estavam descontentes. Mas penso que em termos de dias de duração é o ideal.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Penso que não. Talvez só a questão do ruído provocado pelos diversos concertos musicais que aconteceram. Algumas vezes, dava a impressão que estava mais alto.

9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Sim, acabou por corresponder. O *stand* onde estivemos era bom. Chego ao ponto de dizer que era melhor que a nossa própria loja. Dava a impressão que era maior. Acabámos por ter várias pessoas, tanto de Coimbra, como de fora. Foi muito bom.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: Penso que não há nada que precise de ser melhorado.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Sim, sem dúvida.

-----//-----

**E5 - Responsável pela marca São Rosas, relativa ao artesanato criativo
(autorizou a gravação da entrevista)**

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Através da internet e *site* da Câmara. Com base nessa pesquisa, enviei um *email* para a autarquia, onde explicitava o meu interesse em participar, até porque a minha marca está associada à cidade de Coimbra. Desde essa altura, sou convidada para a integrar. Em 2019, foi o segundo ano em que participei.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: A primeira razão, é dar a conhecer aos cidadãos de Coimbra, a história da sua padroeira. Como a marca é da cidade e está associada à Rainha Santa Isabel e a D. Pedro e D. Inês de Castro, acaba por ser uma marca de Coimbra para Coimbra, como se costuma dizer. Acima de tudo, participo na Feira por uma questão de representação da padroeira da cidade.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Sim, mas só em eventos que se realizam na cidade. O ano passado estive inserida no Mercado de Natal e, este ano, ainda estou à espera de resposta para voltar a participar. Em geral, costumo fazer eventos de longa duração, mas só em Coimbra.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Acho que a Feira Cultural está bem organizada, divulgada e tem dinâmicas que se adequam com os expositores presentes. Este ano, estive muito mais gente do que na edição anterior, principalmente porque no ano passado choveu muito. Acho que é um evento bem divulgado. Toda a gente que é de Coimbra passa por lá e, em termos de espaço e de âmbito, está bem organizada, pois tem os livros de um lado, o artesanato do outro e a gastronomia num local próprio.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Tive muitas famílias e passaram muitas pessoas entre os quarenta e os setenta anos. Como este ano a Feira coincidiu com a Bênção das Pastas em Coimbra, nesse domingo houve muita gente de fora a vir e, efetivamente, notavam-se mais pessoas. Lembro-me que tive gente de Cantanhede e de outros pontos do distrito de Coimbra.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Acho que é adequado e está bem localizado. É o único espaço de maiores dimensões em Coimbra que dá para colocar todas as pessoas. Em contrapartida, talvez o Parque Verde. Mas como está um ao lado do outro, não sei se fazia muito sentido.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Como este ano foi mais um dia (devido ao 10 de junho), não fazia muito sentido desmontar a Feira no dia anterior ao feriado. Acho que em termos de horário, o ano passado abriu durante a semana por volta das quinze horas. Em 2019 foi às catorze horas. Efetivamente, acho que as pessoas que vêm a essa hora, não têm assim tanto impacto. Era preferível abrir um bocadinho mais tarde (assim por volta das quinze ou dezasseis horas). Não faz muito sentido, porque acaba por se tornar pesado para os expositores. Uma coisa é haver pessoas a passar, outra é não haver ninguém. É mais complicado. Em termos de dias, acho que é o normal para um evento desta natureza.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Acho que o espaço está bem cuidado. Se calhar podia apostar-se em copos recicláveis tal como já fazem na Queima das Fitas. Relativamente às questões do tráfego rodoviário e ruído, penso que não faz muito sentido arranjar autocarros diretos para o Parque Dr. Manuel Braga, porque

acaba por ser dispendioso e, não me parece que haja um número suficiente de pessoas que justifique a implementação dessa medida.

9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Sim, correspondeu às expectativas. O que mais me agradou foi a boa localização do meu expositor (estava na denominada segunda rotunda) e ter tido vizinhos que eram simpáticos. No fundo, as pessoas acabam por passar por todo o lado. A forma como a Feira está disposta, permite essa mesma circulação.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: A questão da reciclagem, analisar a possibilidade de incrementar a utilização de copos reutilizáveis e existirem mais casas de banho. Para além disto, a organização podia criar um pequeno festival para promover determinados produtos, os artesãos terem a possibilidade de realizar *workshops* ao vivo ou até levar a cabo concursos de empreendedorismo relacionados com o artesanato, de forma a haver um maior contacto com as pessoas. No fundo, incentivar a vinda de mais gente ao recinto de uma Feira que já se posiciona como uma mostra a nível nacional.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Sim, sem dúvida.

-----//-----

**E6 - Fundador das Edições Minerva Coimbra
(autorizou a gravação da entrevista)**

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Por informação da Casa Municipal da Cultura. Há muitos anos que me convidam. Participo deste que o novo modelo da Feira surgiu e antes já integrava a Feira do Livro, quando esta era realizada como evento separado.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Porque tem que ser, digamos assim. Se temos autores que trabalham com a Minerva e não estamos na Feira, acaba por ser muito mau para eles. Portanto, fundamentalmente é uma forma de divulgação.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Não diretamente, mas porque nos pedem livros para outras feiras da especialidade.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Pela negativa. Isto não é a Feira do Livro. Antigamente havia, tal como em Braga, Porto, Guimarães e Lisboa. Em todas as terrinhas há feiras do livro. Infelizmente este tipo de feiras tem vindo a desaparecer e, agora só apostam noutras sem jeito nenhum. A Feira do Livro é o evento mais antigo de Coimbra e agora vê-se numa misturada. Já digo isto há anos, mas o que adianta? Só lá vai quem quer, evidentemente. Esse é o drama. Eu vivo em Coimbra e quem manda são as autoridades desta cidade. Mas não ouvem as pessoas. Portanto, eles acabam por fazer o que querem. Afinal, o que é a Feira Cultural? Porque não fazem também uma feira para adultos? É uma coisa que me irrita porque a Feira do Livro, quando era realizada como evento individual, recebia muitas excursões de liceus com o único propósito de a virem visitar. Hoje já não há nada disso. Estou apenas a constatar a realidade. A Feira Cultural é uma confusão tremenda. As pessoas agora, só vão a esta Feira por causa da gastronomia e dos concertos e esquecem-se dos livros. Sei do que falo, porque comento com as pessoas que lá vão. Antes iam de propósito à Feira do Livro. Agora vão acidentalmente. Não percebo porque lhe chamam cultural. É por causa dos ranchos ou do folclore? Então porque não fazem a mesma coisa noutros pontos do país?

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Eu antigamente (no tempo da Feira do Livro isolada) tinha pessoas que vinham de propósito para comprar livros, por causa da vertente académica e científica (trabalhos para as universidades, por exemplo) e, portanto, vinham à procura de qualquer coisa relacionada com a área que estavam a seguir (fossem eles professores, alunos universitários ou investigadores), pois sabiam que nós publicávamos livros de diversas áreas temáticas. Hoje em dia temos ainda mais áreas que vão desde a culinária, à ficção, passando pelo romance. No fundo, outros tipos de áreas que antigamente não publicávamos. Em relação à clientela dos dias de hoje, não lhe sei dar grandes certezas. As pessoas passam e não é a mesma coisa que era antes.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Não, acho que é muito mau. E falo numa vertente da Feira do Livro. O ano passado houve muita chuva e ficou tudo sujo. É evidente que as pessoas que lá vão, caso tenham alguma dificuldade, nunca mais lá põem os pés. Ou melhor, dão meia volta no próprio momento. A Feira do Livro já esteve em vários espaços desta cidade, como na Praça da República, junto à Estação Velha (foi um fracasso) e junto ao Estádio Municipal (o sítio era bom, mas agora já não há espaço por causa das casas). Para mim, o sítio mais interessante para realizar a Feira do Livro seria na Praça da República, como faziam antigamente. Era um pavilhão único e aberto. As pessoas iam para lá passear, conversar e visitar este e aquele. Isto era o que acontecia, mas acabou (disseram que era uma confusão e tal). Infelizmente, quem manda pode. Sei do que falo, pois conversei com pessoas que eram habitualmente frequentadoras da Feira do Livro (individual). Numa espécie de amostragem que fiz, o sítio que entendiam ser o melhor era, de facto, a Praça da República. É um

local mais central, dava para colocar um só pavilhão protegido (caso houvesse chuva, vento ou muito sol) e as pessoas iam. Mas quem sou eu para falar?

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Antigamente a Feira do Livro realizava-se durante trinta dias (praticamente um mês). Depois foi diminuindo para quinze dias ou duas semanas. Antes de realizarem uma feira dedicada exclusivamente aos livros, os seus integrantes (livreiros) eram consultados e só eram aceites os que pertenciam a alguma editora e viviam em Coimbra. Como decorria durante muito tempo, as pessoas só apareciam mesmo no final (à boa maneira portuguesa). Eu sempre defendi que a Feira do Livro só devia ser realizada durante uma semana. Para a Feira Cultural, acho que o número de dias é o ideal (máximo de dois fins de semana e consequentes dias úteis). Para isso é que as coisas foram sendo alteradas e aperfeiçoadas estando, naturalmente, melhor que antigamente.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Não lhe sei responder a isso. Não faço ideia. As pessoas com competência na matéria é que podem responder. De facto, ouvi queixas sobre o ruído, o que é natural. Se as orquestras e as bandas estão a atuar, as pessoas vão para lá e aquilo tem de fazer barulho, evidentemente. Cheguei a ouvir alguém dizer que era uma chatice haver tanto barulho, que vinha beber um copo e tinha de aguentar aquilo. Por acaso ouvi essa crítica. Mas no fundo, só lá vai quem quer.

9) O evento correspondeu às suas expetativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Já sabia que as expetativas seriam negativas. Acabou por corresponder àquilo que eu já sabia há muito tempo. Falo da Feira do Livro e da parte que me diz respeito e não do resto, pois sobre isso nada sei dizer. É evidente que é negativa (tal como tenho afirmado, desde que começaram com este modelo). Antes de ser realizada onde a fazem atualmente, chegaram a montá-la (Feira do Livro) no fundo do Parque Dr. Manuel Braga. Agora alteraram, mas continua a não ter condições. Os resultados globais acabam por ser negativos. Acho interessante que quando acaba a Feira Cultural, venham dizer que muita gente achou o evento fantástico. Enfim, são opiniões, mas não acredito que sejam verdadeiras.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: Eu não sei falar da Feira Cultural. Só falo da vertente relativa à Feira do Livro. Não sei o que lhe possa dizer. Acho que deviam fazer a Feira do Livro em separado e depois outras sobre as restantes temáticas. Tenho pessoas amigas com ligação à vertente dos livros que estão descontentes. É o que lhe posso dizer.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Ao evento, acabo por ir sempre (só mesmo por causa de dar visibilidade aos autores).

-----//-----

E7 - Diretor da Paletro - Galeria de Arte (autorizou a gravação da entrevista)

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Como resido em Coimbra e tive conhecimento que a autarquia realizava o evento, decidi participar. O ano passado foi a primeira vez. Fui à Câmara saber o que era necessário para participar e acabei por fazer a inscrição. Este ano, como foi o segundo ano, já recebemos um convite por parte da autarquia.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Penso que é um evento que, apesar de tudo, tem alguma visibilidade em termos de público. É algo que a cidade tem de bom e que as pessoas gostam efetivamente de visitar. É, no fundo, uma forma de dar a conhecer a empresa ao público.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Para já não. No futuro pode ser uma hipótese a ser considerada, pois este tipo de eventos costumam ter bastante visibilidade em termos de atração de público.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Em geral, penso que a Feira é boa, havendo ainda assim aspetos que podem ser melhorados. Em termos de organização, considero que é eficaz.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Em termos de faixa etária, não tenho noção. Mas sei que foram um pouco de todas as idades (desde crianças, até aos mais idosos). No evento, tivemos uma peça exposta que chamava muito a atenção do público jovem. Por isso, todas as crianças paravam para tirar fotografias com ela. Em relação à proveniência, houve muitas pessoas de Coimbra (algumas das quais até conheço) e gente de fora, nomeadamente estrangeiros vindos do Chile, Peru, Brasil e Austrália (pois é uma altura do ano em que a cidade tem muito movimento e está cheia de turistas).

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Eu percebo a ideia de ser um espaço em que as pessoas possam, para além de visitar a Feira, estar com a família e relaxar no meio da natureza. O problema é que nunca sabemos como serão as estações do ano. Por isso, há situações em que o Parque não se apresenta como a melhor solução. Penso que seria melhor realizar o evento num espaço próprio. Mas pronto, é a aposta que fazem. Há anos que está bom tempo, outros que não. Em 2019 até não choveu muito (foi só um dia), mas no ano anterior foi muito complicado. As pessoas simplesmente não podiam sair de casa

com aquele tempo. Quando chove, o espaço fica com imensas poças de água e as pessoas acabam por ter dificuldade para circular.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Sim, penso que é aceitável. Dá espaço de manobra para que as pessoas possam visitar ou programar uma visita. Ainda assim, realizar eventos mais curtos leva a que as pessoas tenham mesmo que fazer um esforço para ir nas datas estipuladas, porque sabem que estes só decorrem durante um curto período de tempo.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Não me parece. É claro que há mais pessoas a deslocarem-se para o local, mas como o Parque tem um estacionamento nas imediações, acabam por ter imenso espaço para estacionar as respetivas viaturas. Não me parece que haja um aumento de tráfego durante a realização do evento. É uma zona onde já passam normalmente muitos veículos. A diferença é que desta vez passam e estacionam. Penso que não seja por aí.

9) O evento correspondeu às suas expetativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Sim, no geral correspondeu às expetativas. Estamos a falar de um evento em que o grande e principal objetivo são as entidades darem-se a conhecer. Nesse aspeto e face à visibilidade que o evento tem, penso que funciona plenamente.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: Eu costumo dizer que há sempre aspetos que podem ser melhorados. Uma das coisas que acho que podia ser alterada é a própria estrutura dos *stands*. Acho que são um bocadinho fracos em termos de qualidade. Quando há situações de chuva forte, normalmente entra água, tornando as coisas um bocadinho complicadas. Acho que esse aspeto poderia ser salvaguardado através da utilização de outro tipo de materiais. Para os nossos artigos (quadros e telas), pode ser bastante complicado. Ainda bem que este ano foi apenas um dia, mas em 2018 tivemos bastantes dificuldades. Chegámos ao ponto de ter de cobrir as peças com plásticos para que não se estragassem. Um segundo ponto que gostaria de sugerir prende-se com a maior diversidade de espetáculos musicais, para assim chamar mais público ao recinto, embora este ano já tenha havido alguns grupos interessantes. No fundo, o objetivo é que as pessoas lá vão. Havendo mais público, há teoricamente uma maior visibilidade para a Feira, que, para além da mostra, também tem uma vertente comercial.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: É uma questão ainda a ser ponderada. Para algumas pessoas, o evento não tem grandes custos. Eu normalmente tenho que ter lá pessoas, visto não estar presente a tempo inteiro. Como é

óbvio, isso acarreta custos para a Galeria. Efetivamente, o evento já dá mostras de ter alguma visibilidade. Apesar de já termos participado dois anos, não quer dizer que não voltemos. Como estamos longe da próxima edição da Feira, ainda não poderei essa situação.

-----//-----

E8 - Presidente da Associação Artística e Cultural Salatina (autorizou a gravação da entrevista)

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: A Associação teve conhecimento da realização da Feira, através da abertura de um concurso por parte da Câmara Municipal para integrar o evento. Tivemos igualmente uma reunião com o chefe da Divisão de Cultura e Promoção Turística para dar a conhecer os projetos da entidade, tendo logo ali havido interesse da parte dele para participarmos. Começámos em 2017, pouco depois da fundação da Associação. Desde essa altura, a autarquia tem-nos enviado um convite formal para integrarmos o evento, ao qual respondemos sempre afirmativamente.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Uma das razões prende-se com a nossa obrigatoriedade para com a Câmara. Graças ao apoio ao associativismo dado pela mesma, temos de participar em pelo menos três eventos promovidos pela autarquia. Na Feira Cultural, para além do expositor que temos tido para divulgar a Associação, solicitamos uma ou mais atuações musicais no decorrer do evento (este ano apresentámos ao vivo a nossa orquestra típica). De forma geral, gostamos da Feira porque é um evento onde as associações e instituições culturais são promovidas e há alguma visibilidade.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Anualmente, somos convidados para participar em vários eventos, principalmente no concelho de Coimbra. Para além destes, costumamos ir a Vila Nova de Poiares, à Feira Medieval de Torre de Moncorvo, entre outros exemplos. Nalguns casos, estamos com um expositor para promover a Associação e atuamos ao vivo (tal como fazemos na Feira Cultural), noutras casos deslocamo-nos só para ir atuar. Há ainda situações em que os sócios da Associação ajudam na parte gastronómica dos eventos ou na preparação dos espaços.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Não posso comparar com outras feiras em que participamos, pois tem muito a ver com as características de cada evento. Para além disso, na generalidade dos eventos em que a Associação marca presença, acaba por estar apenas um dia. O único evento onde isso não acontece, é mesmo a Feira Cultural. Dos eventos em que participamos, é sem dúvida o maior. Mas, de forma geral, penso que é uma mais-valia para a promoção da cultura de Coimbra.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Como o nosso *stand* é unicamente de divulgação, visto sermos uma associação sem fins lucrativos, é um pouco difícil indicar um tipo de cliente. A nossa função é apenas trabalhar com os sócios e divulgar o nosso trabalho ao público. De forma geral, quem esteve mais presente no nosso expositor foram esses mesmos sócios (eles entendem que o espaço acaba por ser um prolongamento da sede onde costumam estar e, por isso, sentem a obrigação de estar presentes). Para além deste grupo, tivemos pontualmente algumas pessoas que paravam no *stand* e faziam perguntas acerca da Associação.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Eu pessoalmente gosto muito do local. É bastante agradável. Se estiver a fazer sol e calor, temos muitas sombras. Se estiver a chover, o caso muda de figura. O ano passado, como choveu muito no decorrer da Feira, o Parque ficou praticamente sem condições para realizar o que quer que fosse (tanto para espetáculos, como para os participantes e visitantes). O piso em terra batida acaba por não ajudar muito, mesmo colocando relva artificial na maior parte dos acessos pedonais. Ainda assim, não considero que Coimbra tenha outros sítios mais interessantes para colocar a Feira (não sei se pode fazê-lo no outro lado do rio). Se o local escolhido não tiver sombras (na altura do ano em que o evento é realizado, costuma estar muito calor) e coberturas em caso de chuva, torna-se complicado. No fundo, a organização escolhe este espaço também por ser um jardim. Torna o evento mais apelativo para o visitante.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Acho que é o indicado. Se fosse para alterar, seria sempre para menos dias. Tem de se ter em consideração os expositores. Para participar no evento, é preciso que cada um tenha recursos humanos disponíveis para estar todos os dias. Para nós próprios, também não foi fácil (houve ligeiros atrasos, devido a essas mesmas questões de logística). Ainda assim, cheguei a ver pessoas que não abriam os seus expositores às horas indicadas pela organização e, quando o faziam, já tinha passado imenso tempo do horário de abertura. Eu sei que há uma tentativa de sensibilização por parte da Câmara, para que haja um cumprimento das normas estipuladas para o evento, mas infelizmente isso nem sempre é possível ou não acontece de todo. Para os visitantes, acaba por transmitir uma má imagem. No nosso caso, apesar de ser o presidente da Associação a trabalhar em regime de solidariedade e dos sócios nada receberem por estarem presentes na Feira, não posso estar a obrigar uma ou mais pessoas a estarem desde a hora de abertura do recinto até ao seu fecho. Tenho de fazer uma espécie de escala rotativa. Se fosse uma empresa, era diferente (o funcionário era pago para estar ali todo o dia). No nosso caso, isso não acontece. Em termos gerais, para os expositores que estão a vender, penso que não é a Feira que vai contribuir para que tenham um maior volume de negócio, em comparação ao que costumam ter.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Penso que em termos de ruído não tem grande impacto (apesar de existirem habitações nas redondezas). Em relação à produção de resíduos, penso que a Feira está muito bem cuidada. Existem muitos caixotes para colocação de lixo. Por isso, ninguém tem razões para o colocar no chão. De forma geral, a Feira está a contemplar bem a questão logística da limpeza e manutenção de espaços. Em relação ao tráfego rodoviário, como existe um parque de estacionamento contíguo ao Parque Dr. Manuel Braga, permite que as pessoas possam deixar as suas viaturas nesse mesmo local (ainda para mais é gratuito ao fim de semana), não afetando assim o normal funcionamento da Feira. O volume de tráfego rodoviário que circula na Avenida Emídio Navarro, não aumenta consideravelmente durante a realização do evento, em comparação com os outros dias.

9) O evento correspondeu às suas expectativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Para a Associação, a edição de 2019 correu pior que a anterior. A organização do evento falhou em algumas questões, mas isso irei deixar para a pergunta seguinte. Em relação aos pontos positivos, talvez tenha havido uma melhor organização das áreas temáticas presentes no evento e da disposição de alguns expositores. No ano anterior, na parte norte do Parque Dr. Manuel Braga, houve alguns que ficaram de costas para a estrada e para o passeio onde as pessoas circulam. Isso fez com que a Feira parecesse mais fechada. Este ano, a organização procedeu a alterações e, o facto de os *stands* estarem virados para a estrada, dava logo outra visão do que se estava ali a passar. Isso foi muito positivo.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: Um dos aspetos que mais condicionou a nossa participação na edição deste ano, foi a localização do nosso expositor. O facto de termos estado junto a outra entidade ligada às atuações musicais, não permitiu que os nossos sócios pudessem tocar junto ao *stand*. E no caso da outra entidade, realizavam as suas dinâmicas junto ao seu espaço, com um propósito comercial. Nós não tínhamos esse objetivo. A organização já conhecia este problema. As atividades a serem desenvolvidas partem sempre das próprias entidades e não da organização. Quando organizam os expositores, não podem pensar que é apenas mais um. Têm de perceber quais são os objetivos da entidade, ao nível da sua promoção na Feira e a forma como a vai fazer. Quando enviam um documento com a candidatura para participar no evento, perguntam numa alínea o que esperamos da Feira, o que vamos realizar no e junto ao *stand* e se temos intenção de efetuar apresentações ao vivo. Nós preenchemos sempre esses campos e anunciamos o que vai acontecer no nosso expositor. Por isso, não há razão para que depois existam estes contratemplos. Esta foi a primeira falha da organização na edição deste ano. A segunda, prende-se com o facto da deficiente logística para as nossas atuações. Se nós nos disponibilizamos para realizar uma apresentação ao vivo (no caso concreto a nossa orquestra) e enunciamos na folha de candidatura à Feira que nos é enviada que

necessitamos de quarenta cadeiras, é esse o número exato das que precisamos e não vinte ou trinta como aconteceu. Antes da nossa atuação, tivemos que andar a pedir cadeiras aos expositores que estavam na área gastronómica, para que todos os músicos se pudessem sentar. Esta situação está contemplada nos recursos do palco, mas os mesmos acabaram por não ser assegurados convenientemente. Para que é que enviamos um *rider* técnico, com as necessidades da Associação para o momento da atuação, se estas depois acabam por não estar feitas ou serem cumpridas? A Câmara tem que garantir que tudo está dentro do estipulado e que a empresa de som faz o seu trabalho convenientemente e consegue dar resposta às solicitações dos grupos que atuam. Senão, para que é que é necessário enviar o dito *rider* técnico com antecedência? Tem tudo a ver com uma questão de responsabilidade, organização e dignidade, até porque os grupos que vão atuar no decorrer da Feira, são instituições e associações que têm todo o gosto em apresentar, dinamizar e divulgar a cultura de Coimbra, mas acabam por fazê-lo de forma gratuita. Conheço outros tipos de feiras no distrito onde os grupos musicais têm um espaço próprio para colocar os seus instrumentos (alguns chegam a custar milhares de euros). Não podem apanhar chuva, muito sol ou ficar as caixas no meio do chão, como aconteceu na Feira. Nem sequer tivemos um local para nos vestirmos. Isso sucede neste evento e, pela dimensão e visibilidade que já apresenta, não devia acontecer. É um descuido enorme da organização. Acho que levaram muito à regra a questão de haver um palco principal e um secundário (nós atuámos no segundo). Tem de haver condições iguais para os dois. Porque é que houve um palco coberto e o outro não? Pelo que me disseram, chegou a ter uma cobertura, mas foram obrigados a desmontar depois de uma vistoria, porque a mesma não cumpria as normas de segurança exigidas. Seja como for, podiam ter dado melhores condições. Ao termos atuado no denominado palco secundário, graças à ação do vento que se fazia sentir na altura, acabámos por levar com a água que vinha do repuxo que está no meio do Rio Mondego. É uma situação complicada por causa da questão dos instrumentos. Houve pessoas que chegaram ao ponto de atuar de chapéu. Para além do que referi até agora, em todas as feiras que participamos, há sempre uma receção aos grupos musicais que vão atuar. Aqui, isso não sucede e só ficava bem à organização. Em geral, muitas das condições que são enunciadas no documento referente à candidatura para integrar a Feira, acabam por não ser cumpridas. No fundo, estão habituados a que as pessoas atuem sempre, mesmo que existam problemas estruturais. O que interessa é cumprir o plano. Acho que só vão aprender quando chegarmos e dissermos que não vamos atuar, porque não há condições. Mas depois, quem acaba por ficar mal vista é a Associação, porque depois as pessoas vão pensar que nós estamos a armar-nos em finos. Não é disso que se trata. Quando têm momentos de relacionamento entre associações, como acontece na Feira Cultural, não fazia mal nenhum que a Câmara Municipal de Coimbra proporcionasse um convívio mais saudável. Não é só organizar a Feira. É também estar presente alguém da organização para receber os grupos. Em relação ao palco, acabámos por atuar, mas o mesmo não tinha as condições de segurança que devia ter (nem sequer tinha proteções laterais). Se houvesse um descuido por parte dos músicos (a média de idades anda à volta dos sessenta e cinco anos), podia ter havido um acidente. Já nos aconteceu há uns anos atrás.

Muitas das vezes, se não fosse eu a avaliar primeiramente a qualidade dos palcos por onde a Associação atua e não chamasse ordeiramente os músicos, já podiam ter acontecido ligeiros acidentes. Tem de haver uma maior preocupação para estas questões. A Feira Cultural merece. Tirando estes apontamentos, podia apostar-se na criação de uma cobertura para o público que está a assistir aos concertos (o ano passado atuámos no palco principal e, como choveu muito nesse momento, não tínhamos quase nenhuns espetadores). Eu sei que a organização não controla as condições climatéricas, mas isso tem de estar prospetivado. Sei que custa e dá trabalho, mas para isso é que existe uma organização. Para finalizar e, um pouco na sequência do que mencionei no começo da resposta dada à pergunta, acho que a Feira podia ser mais otimizada em termos de animação e entretenimento, caso fosse criado um pequeno auditório coberto (podia apresentar um pequeno palco), para que as instituições representadas nos *stands* pudessem ir apresentando, de forma informal, as suas atividades em regime de escala rotativa. Enquanto as apresentações artísticas mais formais estariam projetadas para um dos palcos da Feira, aqui desenvolver-se-ia uma coisa mais intimista. A adoção desta medida, podia fazer com que a Feira ficasse ainda mais cultural.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Sim, sem dúvida. Enquanto nos convidarem, continuaremos a participar. A Feira Cultural é um evento importante para a Associação. Portanto, faz todo o sentido que assim continue.

-----//-----

**E9 - Proprietário de uma livraria / alfarrabista
(autorizou a gravação da entrevista)**

1) Como teve conhecimento da realização da Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: Fui convidado pela organização da Feira do Livro, quando esta era realizada como evento isolado. A partir da criação do novo modelo de Feira (com as diversas áreas temáticas), comecei a integrá-la anualmente.

2) Quais as razões que o(a) levaram a querer participar no evento?

Resposta: Divulgação do espaço comercial e da atividade livreira que levo a cabo.

3) Costuma participar noutras feiras e/ou eventos desta natureza?

Resposta: Sim. Participo em diversas feiras do livro (sempre que sou convidado), como a do Porto (a meu ver a melhor de Portugal). Cheguei também a participar na de Lisboa, mas tornou-se incomportável em termos financeiros. Para além da do Porto, costumo participar em feiras do livro mais pequenas e de âmbito regional, como a de Góis e de Oliveira do Hospital. Tal como referi, só costumo ir a feiras para as quais sou convidado.

4) Comparativamente às restantes, como avalia a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: A Feira Cultural de Coimbra tem um formato que funciona muito bem. A organização tem sabido retirar o máximo de proveito de edição para edição. A meu ver, o facto de convidarem restaurantes com menos expressão em Coimbra e grupos etnográficos / folclóricos regionais, foi uma boa aposta. Agrada-me que exista uma diversidade em termos de expositores de artesanato. Em relação ao local onde a Feira é realizada, penso que é bastante aprazível. O facto de terem criado um novo conceito de evento (principalmente ao nível da junção da Feira do Livro e da Feira de Artesanato), só trouxe vantagens. Agrada-me bastante.

5) Qual foi a faixa etária predominante do seu cliente na Feira? E quanto à sua proveniência?

Resposta: Talvez o principal tenha sido entre os trinta e os cinquenta anos. Mas no geral, tive pessoas de todas as faixas etárias. Lembro-me que apareceram no *stand* pessoas vindas do Porto e alguns turistas norte americanos. Mas penso que maioritariamente o público era oriundo da região de Coimbra.

6) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: Acho que é o local ideal. Tem um parque de estacionamento mesmo ao lado do Parque que permite albergar dezenas de veículos (ainda por cima é gratuito ao fim de semana), existem paragens de autocarro nas imediações, a localização do espaço em relação ao rio permite que seja um local fresco (ajuda muito nos dias de calor, tal como aconteceu este ano), as árvores oferecem bastante sombra. Não encontro outro local natural em Coimbra com potencial para albergar o evento. Só se houvesse um megapavilhão que tivesse condições para isso, mas considero que iria diminuir o público. Talvez o estádio da Académica, por ser aberto. Em geral, acho que o Parque Dr. Manuel Braga tem condições para continuar a receber a Feira e albergar as dezenas de expositores que estão presentes, levando inclusivamente a que a mesma possa crescer, caso a organização do evento assim o entenda.

7) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Tenho sempre a sensação que é pouco tempo (a Feira devia apanhar três fins de semana). Como este ano a organização prolongou o evento até ao dia do feriado, notou-se logo uma diferença. Estou certo que se a Feira tivesse mais dias de realização, haveria mais negócio e permitia a vinda de mais pessoas ao recinto, pois a altura em que o evento é realizado (final de maio e começo de junho), coincide com o período de exames dos jovens do secundário e dos estudantes universitários. O facto disso acontecer, leva a que as famílias não tenham tanta disponibilidade para sair. Esse prolongamento, daria a hipótese de estas poderem visitar o evento noutra altura que não a que referi. Dada a dimensão que a Feira já detém, acho que seria uma boa aposta.

8) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: Um evento desta envergadura acaba sempre por ter uma produção de resíduos sólidos. Mas apesar disso, penso que a limpeza que foi sendo feita diariamente, ajudou a que tudo estivesse impecável. Nessa vertente, penso que não afetou a Feira. Em termos de tráfego rodoviário e de ruído, penso que também não teve grandes efeitos. Uma das questões que ajudou a que o nível de ruído não fosse tão incomodativo foi a organização do evento não ter colocado colunas de música ambiente pelo recinto, como aconteceu noutras edições. A partir de uma certa altura acabava por perturbar as pessoas que estavam dentro dos *stands*, tornando-se incomodativo e repetitivo. Acabava-se por nem se ouvir a música das atuações que decorriam nos palcos, nem as pessoas a conversar. Num evento deste tipo, há sempre uma interação entre os expositores e os potenciais clientes, principalmente na parte do artesanato e do livro. Na área da gastronomia, as pessoas estão sempre a conversar. Por isso, acho que não há necessidade de colocar música ambiente. O único ponto positivo derivado da colocação de colunas de som pelo recinto, seria apenas o facilitar da divulgação de determinadas atividades que iriam decorrer e respetivas horas. Isso seria uma boa aposta, mas apenas para esse fim.

9) O evento correspondeu às suas expetativas? Quais os aspetos que mais lhe agradaram na edição deste ano?

Resposta: Correspondeu. Os aspetos que mais me agradaram foram o facto de não terem colocado colunas de som a tocar música ambiente, a limpeza impecável da Feira, a organização ter procedido a uma melhor distribuição dos *stands* pelo recinto do evento, a existência de duas grandes praças de gastronomia que ajudaram a dispersar o público e o facto de continuar a ser um evento gratuito. Outra coisa que também me agrada tem a ver com a forma como os organizadores procedem à seleção dos expositores que estão presentes na Feira, convidando aqueles que realmente demonstram profissionalismo e têm uma atividade credível, oferecendo produtos de qualidade ao visitante. Em termos de vendas, o facto da Feira do Livro ter começado a integrar a Cultural, contribuiu para que aumentasse o volume das mesmas mantendo-o mais ou menos constante, de edição para edição.

10) Considera existirem alguns aspetos a melhorar em futuras edições do evento?

Resposta: Tal como fiz referência anteriormente, podia apostar-se num evento de maior duração e, espero que continue a não existir música ambiente. Para além disso, acho que a organização devia melhorar o piso do Parque, alargando as áreas com relva artificial, de forma a cobrir toda a parte pedestre (como a zona é ventosa e há muitas pessoas a circular, cria muita poeira e acaba por sujar os artigos que temos para venda), para além de não permitirem a entrada de velocípedes no recinto (pelos mesmos motivos que enunciei). Acrescento ainda aos pontos referidos a questão da divulgação do evento. A organização deve melhorar essa vertente, utilizando convenientemente os meios que Coimbra tem para oferecer (existem diversas rádios e jornais na cidade), apesar de

perceber que isso acarreta custos. Acho que deviam colocar cartazes e bandeirinhas por toda a cidade (em especial nas áreas residenciais), de forma a incentivar a vinda das pessoas à Baixa (local onde é realizado o evento). No fundo, haver mais informação na rua. No Porto, a organização tem esse cuidado. É essencial para informar as pessoas. Este ano, só vi meia dúzia de cartazes nas imediações do recinto da Feira e, penso que aí não era necessário colocarem, pois as pessoas que circulam na área do Parque acabam por ver que se passa ali algo e têm curiosidade de saber do que se trata. O que importa é que estes mesmos cartazes estejam noutros pontos da cidade. Não basta utilizar as redes sociais para promover o evento. Porventura, deve ter sido pela contenção de custos. Mas acho que era importante os organizadores repensarem a questão da divulgação, para assim poderem ter mais pessoas a visitar a Feira.

11) Pretende regressar ao evento em próximas edições?

Resposta: Se me continuarem a convidar, claro que sim. É sinal de que o meu serviço tem qualidade. E isso também me honra e deixa-me contente.

X - Guião da entrevista efetuada ao diretor do DCTCMC

- 1) Como surgiu a ideia de realizar a Feira Cultural de Coimbra?
- 2) Qual foi a receptividade dos expositores que anteriormente participavam nas Feiras do Livro e Artesanato, quando estas se realizavam individualmente, a uma nova aposta num evento com diversas áreas temáticas?
- 3) Quais são os objetivos de um evento desta natureza?
- 4) Que balanço faz do evento desde a sua primeira edição em 2014?
- 5) Considera que a Feira Cultural tem valor estratégico e capacidade para atrair visitantes à cidade de Coimbra?
- 6) Qual é o público-alvo preferencial do evento?
- 7) Que fatores entende serem determinantes para fomentar nos visitantes o interesse em se deslocarem à Feira Cultural?
- 8) No evento, há uma boa aposta na vertente educacional para estimular a cultura local e o gosto pela leitura?
- 9) Quais os meios de comunicação utilizados para promover o evento?
- 10) No seu ponto de vista, o cancelamento da vinda de um programa televisivo afetou a visibilidade prevista para o evento?
- 11) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?
- 12) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?
- 13) Os processos de planeamento e gestão do evento são adequados, ou deviam sofrer alterações?
- 14) Considera que os recursos técnico-humanos associados ao evento são suficientes?
- 15) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

- 16)** Quais as críticas mais frequentes dos expositores ao evento?
- 17)** Quais as críticas mais frequentes sobre o evento, apresentadas pelos visitantes e/ou pela população de Coimbra?
- 18)** Que avaliação faz da edição de 2019 da Feira Cultural?
- 19)** Que propostas de melhoria sugere para aplicar ao evento já a partir da sua próxima edição?

XI - Entrevista efetuada ao diretor do DCTCMC

E10 - Diretor do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Coimbra (autorizou a gravação da entrevista)

1) Como surgiu a ideia de realizar a Feira Cultural de Coimbra?

Resposta: A Câmara Municipal costumava realizar separadamente e em datas diferentes uma Feira do Livro e uma de Artesanato. Como se constatou que ambas estavam algo moribundas (com pouca atividade e público), surgiu a ideia de as juntar num evento único, de forma a torná-las mais apelativas para as pessoas. Para além das vertentes do livro e artesanato, acrescentaram-se ainda valências relativas às artes plásticas, representações institucionais, cultura e criatividade (inclui diversas associações), edições musicais e gastronomia. Em dois mil e treze, realizámos a Feira do Livro e a Feira do Artesanato em simultâneo (no mesmo local), para além de termos acrescentado alguns espaços de gastronomia comuns a cada Feira. No fundo, foi um teste para o que se seguiria no ano seguinte. A partir de dois mil e catorze apostou-se no modelo atual do evento com a inclusão de todas as valências que referi.

2) Qual foi a receptividade dos expositores que anteriormente participavam nas Feiras do Livro e Artesanato, quando estas se realizavam individualmente, a uma nova aposta num evento com diversas áreas temáticas?

Resposta: Os expositores ligados à vertente do artesanato ficaram bastante satisfeitos com esta aposta da Câmara. Já na parte dos livreiros, existem alguns que continuam a preferir o modelo antigo de feira isolada, apesar de não terem condicionado a implementação do novo conceito. De forma geral, as áreas temáticas representadas na Feira e respetivos expositores estão satisfeitos com a opção tomada pela autarquia.

3) Quais são os objetivos de um evento desta natureza?

Resposta: São vários. Destaco a promoção do livro (hábitos de leitura), do artesanato (algo que faz parte da identidade do povo) de diversas associações concelhias associadas à música, cultura e criatividade, gastronomia, artes plásticas, para além de alfarrabistas e entidades de diversa natureza.

4) Que balanço faz do evento desde a sua primeira edição em 2014?

Resposta: O evento tem vindo a crescer gradualmente. São dados que temos tentado avaliar. Infelizmente há sempre o risco de termos condições climatéricas adversas no decorrer do evento, tal como sucedeu na edição do ano passado. Esta situação acaba inevitavelmente por ter implicações ao nível da presença de público. Em termos da dimensão do evento, penso que o mesmo ainda não cresceu mais, devido aos limites físicos do espaço onde é realizado. Ainda assim, não podemos ter a veleidade de crescer exponencialmente, porque depois não temos capacidade de resposta em termos organizativos. Apesar disso, acaba por ser visível esse crescimento (desde a

primeira edição até à deste ano), tanto em número de expositores, como em visitantes (tem havido grande interesse e adesão). Paralelamente, temos tentado melhorar a parte relativa às atuações musicais. No fundo, tentamos que a Feira seja o mais democrática possível, sendo que a Câmara Municipal de Coimbra tenta suportar a logística de todo o evento, para que as pessoas possam praticar preços mais favoráveis, fazendo com que a Feira Cultural seja o mais acessível possível aos visitantes.

5) Considera que a Feira Cultural tem valor estratégico e capacidade para atrair visitantes à cidade de Coimbra?

Resposta: Penso que a Feira já tem algum valor estratégico para a cidade em termos turísticos. Há muita gente dos arredores e também de outras localidades mais distantes, tanto em termos de expositores, como de público. A organização do evento tem tido a preocupação de não trazer só artesãos locais, por forma a dar uma imagem geral do país. Esta opção acaba por dar uma dimensão quase nacional à Feira. Não posso precisar números concretos, mas tenho a indicação de que as unidades hoteleiras têm tido uma ocupação acrescida durante o período do evento (provavelmente há gente que se desloca a Coimbra também por causa da Feira Cultural, seja ela visitante ou proprietário de algum expositor). No fundo, tentamos que o evento seja reconhecido a nível regional e nacional. Inclusivamente, já tivemos expositores oriundos do estrangeiro (Salamanca e Valladolid). Atualmente, estamos a tentar criar parcerias com estas cidades espanholas, para haver um intercâmbio de expositores de artesanato em feiras que sejam realizadas, tanto em Portugal, como em Espanha. Este cenário poderá contribuir para dar uma dimensão internacional à Feira Cultural de Coimbra.

6) Qual é o público-alvo preferencial do evento?

Resposta: Em termos estratégicos, o nosso público-alvo são os leitores. É a política de base do evento, devido ao contexto que levou à criação da Feira Cultural, que já tive oportunidade de explorar anteriormente. É algo que também está nas obrigações da Câmara Municipal (promover a literacia, a cultura e instrução dos seus municípios). Apesar disso e dadas as características da Feira, o público acaba por ser geral.

7) Que fatores entende serem determinantes para fomentar nos visitantes o interesse em se deslocarem à Feira Cultural?

Resposta: Apostar na gastronomia (algo que atrai as pessoas), permitir um convívio social e dar resposta às motivações dos visitantes. Para além disso, a aposta em diversas temáticas e atividades a decorrer diariamente permite a atração de mais público, já que grande parte das dinâmicas que são realizadas ao vivo dizem respeito a atuações de grupos musicais e de dança / teatro com crianças e jovens. Temos dado igualmente alguma atenção à questão da mobilidade e da necessidade de preservação do meio ambiente, temas bastante importantes na atualidade. No fundo, a nossa ideia

base é ter uma oferta que possa chegar a todo o tipo de públicos. Mesmo que não comprem, acabam por tomar contacto com as coisas. E isso é importante.

8) No evento, há uma boa aposta na vertente educacional para estimular a cultura local e o gosto pela leitura?

Resposta: São questões importantes e vamos continuar a insistir nisso. Falando de uma característica concreta, temos trazido alguns escritores dirigidos exatamente ao público escolar, havendo a intenção de o continuar a fazer. Para nós, é um dos objetivos mais importantes quando planeamos a Feira. Em relação à cultura de Coimbra, penso que esta acaba por estar bem vincada e representada no evento, seja pelas diversas associações, seja pelas entidades inseridas na valência institucional.

9) Quais os meios de comunicação utilizados para promover o evento?

Resposta: Utilizamos as redes sociais da Câmara, o *site* do município, são impressos folhetos (publicidade física) que posteriormente são distribuídos pelos hotéis, cafés, restaurantes e por diversos espaços comerciais, recorremos aos *media* / jornais locais e nacionais (publicidade paga) e desenvolvemos um anúncio promocional para televisão. Para além disso, costumamos divulgar o evento junto das editoras e dos artesãos, sendo este contacto efetuado com o objetivo de abranger a maior área de território possível. Assim, conseguimos ter expositores do Minho ao Algarve. No fundo, temos sempre a intenção de melhorar e de diversificar os meios com os quais possamos publicitar a Feira.

10) No seu ponto de vista, o cancelamento da vinda de um programa televisivo afetou a visibilidade prevista para o evento?

Resposta: Penso que acabou por não afetar a visibilidade que tínhamos previsto para a Feira. Ainda assim, é inequívoco que a realização de um programa televisivo no recinto, poderia ter contribuído para que as pessoas tivessem maior interesse em visitar o evento (ajudava em termos de divulgação), para além de ser melhor do que um simples anúncio na televisão. Algumas pessoas viriam ao evento por causa do programa mas, caso a televisão não estivesse presente, nunca teriam interesse em se deslocar ao recinto. No fundo, acaba por ser uma motivação acrescida para irem. É a partir deste ponto que muitas vezes se conquista o público para os dias / edições seguintes dos eventos. Lembro-me que numa das primeiras edições da Feira tivemos um programa da RTP e, nessa altura, foi bastante importante para cativar público, pois o volume de visitantes não se comparava com o atual.

11) Considera que o Parque Dr. Manuel Braga é o local ideal para a realização do evento, ou dever-se-ia apostar noutra alternativa?

Resposta: É a melhor opção dentro dos espaços disponíveis, por vários motivos. Coimbra quer aproximar-se do Rio Mondego, esquecer a divisão entre as duas margens e combater a desertificação da Baixa. A realização do evento neste local, permite que as pessoas se desloquem à

parte histórica da cidade, dinamizando-a turística e economicamente. Por outro lado, tendo em conta a dimensão de espaços existentes, o Parque apresenta-se como a melhor opção. A Câmara tem de fazer uma correta gestão das atividades pelos diversos espaços da cidade. Desse ponto de vista, penso que trabalhamos melhor do que há alguns anos. Agora, isto não significa que a Feira não possa ser mudada de local em futuras edições. A partir do próximo ano, o Parque Dr. Manuel Braga vai entrar em obras, fazendo com que tenhamos de alterar a localização da Feira (muito provavelmente vai ser na Praça da Canção). Quando este estiver pronto, ficará com melhores condições do ponto de vista logístico e técnico (em comparação com as que detém atualmente). E isso vai ser muito importante para a Feira Cultural.

12) A realização do evento acarreta impactos ambientais significativos, por exemplo aos níveis do tráfego rodoviário, ruído ou produção de resíduos?

Resposta: É evidente que um evento desta natureza acaba sempre por produzir resíduos (grande parte advém da área relativa à gastronomia). Por essa razão é que temos uma logística preparada para dar uma resposta adequada. Salvo um ou outro caso pontual que foge ao nosso controlo, tem corrido bem. Temos dado grande atenção à recolha diária do lixo e ao seu acondicionamento, para não causar constrangimentos. Mesmo as empresas que vêm prestar determinados serviços durante a montagem e desmontagem da Feira, já têm o cuidado de não deixar material espalhado pelo Parque. Em termos de tráfego rodoviário, penso que a Feira não condiciona a normal circulação de veículos, tanto para as pessoas que vivem nas redondezas, como para o comércio e hotéis. A existência de um parque de estacionamento nas imediações também ajuda a que não haja constrangimentos. Para evitar problemas durante a Feira, proibimos a entrada / estacionamento de viaturas no recinto, a não ser que seja apenas para carregar ou descarregar mercadorias num curto espaço de tempo. Temos de ser rigorosos nisso, pois só assim as pessoas percebem que têm de cumprir determinadas regras por nós impostas. Em relação ao ruído, temos tido a preocupação de colocar o volume da música dentro dos parâmetros corretos, de forma a não afetar as pessoas. Já para evitar essa situação, fazemos mais atividades durante o dia. Mesmo assim, temos por hábito auscultar as pessoas que vivem nas redondezas, de forma a poderem dar um *feedback* sobre essa mesma questão, para além dos hotéis que se situam nas proximidades do Parque (estes chegam mesmo a pedir que aumentemos o número de dias do evento, porque assim podem ter mais hóspedes). Em geral, não temos tido problemas a respeito do ruído. Também ajuda o facto de virarmos os palcos para o Rio Mondego. Mas isto não significa que possamos melhorar em relação a algum dos temas explorados na pergunta. Uma das medidas que poderá ser revista em futuras edições da Feira, passa pelos expositores ligados à gastronomia não fornecerem copos de plástico e palhinhas aos visitantes, tal como já acontece na Queima das Fitas e na Latada. A Câmara de Coimbra tem de estar atenta às questões ambientais nos eventos que leva a cabo. O nosso objetivo é que Feira Cultural seja o mais sustentável possível.

13) Os processos de planeamento e gestão do evento são adequados, ou deviam sofrer alterações?

Resposta: Há sempre margem para melhorar. No caso concreto da Feira Cultural, a maior dificuldade que temos em termos logísticos prende-se com o calendário de atividades. O tempo que se demora desde a criação da ideia até à fase da tomada de decisão / aprovação acaba por ser muito extenso. Temos que andar sempre a jogar com o tempo que temos disponível. Há sempre alguma dificuldade de articulação e *timing* com os restantes departamentos e divisões municipais. Na fase de planeamento logístico, é importante saber o que realmente precisamos e, infelizmente, não conseguimos obter atempadamente toda a informação sobre a parte comercial da Feira. A estratégia que costumamos utilizar é fazer a contratação com base em preços unitários, algo que dá muito jeito, porque permite ter maior flexibilidade para se irem encomendendo as coisas e ir-se acrescentando de acordo com as necessidades. Como recorremos à contratação pública (mais demorada), implica que lancemos o processo em janeiro e não em abril (mais perto da data de início da Feira), porque senão nunca conseguiríamos ter tudo pronto a tempo. Se já é difícil termos o planeamento completo da Feira em abril, mais será em janeiro. No fundo, a lógica do preço unitário permite que quando chegue a altura de realizar a encomenda, só se mande vir o que é realmente necessário. Como a Câmara de Coimbra tem poucas pessoas e meios próprios, leva a que tenhamos de recorrer à prestação de serviço externo. Ainda assim, temos conseguido tratar de tudo antes do início do evento. Mas isso só é possível graças à dedicação e experiência dos técnicos da Câmara para se conseguirem articular entre si.

14) Considera que os recursos técnico-humanos associados ao evento são suficientes?

Resposta: Para a Feira Cultural, acho que são suficientes. Apesar disso, como o Departamento de Cultura e Turismo não pode parar quando acontecem eventos na cidade, há sempre uma ligeira dificuldade para conseguir arranjar pessoas suficientes para estarem de volta de um determinado processo e/ou estarem presentes num evento. Para as coisas correrem bem, os colaboradores têm de estar preparados para as eventualidades que possam surgir. No caso concreto da Feira Cultural, temos quatro pessoas que têm um papel muito importante no decorrer do processo de planeamento do evento, ao nível da coordenação, logística operacional, parte comercial e programação. Este acaba por ser o núcleo central do evento. Só posteriormente é que se vão acrescentando mais colaboradores consoante as necessidades da Feira (principalmente no decorrer da mesma). Este cenário acaba por criar, de vez em quando, uma ligeira dificuldade para que estas pessoas consigam acompanhar o que já foi feito, surgindo as naturais desarticulações. Isso é uma das coisas que temos de melhorar. No fundo, tem tudo a ver com sabermos organizar-nos, de forma a que toda a gente possa estar por dentro de tudo o que é feito ou será necessário.

15) O número de dias de realização do evento é o mais indicado?

Resposta: Um evento destes nunca pode ser muito prolongado (por vários motivos). As pessoas estão algum tempo deslocadas de suas casas e demais espaços comerciais. Essa situação acaba por originar pontualmente atrasos na abertura dos *stands*, acabando por transmitir uma imagem da Feira

que não se pretende. Como queremos que as pessoas cumpram as normas, caso o evento fosse alargado, haveria lugar a dificuldades logísticas. Para além disso, os expositores têm de jogar com o calendário de feiras em que participam (principalmente os que se inserem na vertente do artesanato). Em geral, optamos por um evento com esta duração para permitir que o visitante possa ter a oportunidade de escolher o(s) dia(s) em que tem mais interesse para se deslocar ao Parque. Por isso, acho que o período de realização é o ideal.

16) Quais as críticas mais frequentes dos expositores ao evento?

Resposta: Pelo que me costumam transmitir, o pessoal inserido na vertente da gastronomia queixa-se de não ter as condições mínimas para trabalhar, há de vez em quando críticas por causa do nível de ruído dos espetáculos (uns dizem que está alto, outros referem que podia aumentar-se o volume, porque depois não há animação), a chuva que cai de vez em quando dentro dos *stands* (tentamos sempre verificar se as estruturas vêm em bom estado de conservação e se são montadas corretamente) e algumas situações relativas à localização de expositores (principalmente por parte dos livreiros). Esta última, deverá ser a principal crítica no evento. A organização não pode colocar todos no mesmo sítio, fazer um sorteio aleatório (isso contribuiria para não existir uma coerência na Feira), nem trocar a área de artesanato pela dos livros, porque o Parque não tem espaço suficiente, tendo em conta o número de expositores que são atribuídos às duas valências. Só nas outras vertentes que têm menos expositores é que se conseguem fazer modificações em termos de localização. Se fizéssemos o evento num campo de futebol, aí já conseguiríamos satisfazer todas as reivindicações. Em relação às críticas que os expositores me fazem pessoalmente, acredito que noventa por cento são referentes à maior ou menor dificuldade para venderem. Mas isso tem a ver com o produto que comercializam. Não é a Câmara que o vai vender. A autarquia só dá as condições para que eles possam promover a sua atividade.

17) Quais as críticas mais frequentes sobre o evento, apresentadas pelos visitantes e/ou pela população de Coimbra?

Resposta: Para dar um exemplo concreto, este ano tive um amigo que me telefonou a criticar o evento (queria uma Feira do Livro como deve ser). Eu respondi quais as alterações que tinha interesse em fazer, para que o evento / Feira do Livro fosse mais do seu agrado. Não me soube responder. Isto só mostra que há pessoas que criticam algumas das nossas opções para o evento, mas raramente apresentam soluções com vista à alteração / melhoramento. Nós, para além das restantes áreas temáticas, tentamos dar o máximo de atenção à vertente do livro. Já que os expositores inseridos nesta valência não têm capacidade para investir / levar a cabo certas dinâmicas, a Câmara tenta criar animações, como são os casos dos convites que são enviados aos autores, para que estes marquem presença e/ou apresentem ao público uma obra da sua autoria ou peças de teatro baseadas num determinado livro. Já que temos esse trabalho, os participantes inseridos nesta valência deviam apostar em trazer novidades e não resumirem-se quase exclusivamente ao despachar de *stock* (acho que muitos confundem o objetivo da Feira do Livro,

que é destinada à mostra das novidades a preços mais reduzidos, com uma feira ao estilo da *black friday*). Só assim podem atrair a atenção das pessoas. Em geral não costumamos ter grandes queixas e, as que são feitas, temos por hábito averiguar para saber como podemos resolvê-las, seja ainda no decorrer da própria edição do evento, ou nas que se seguirem.

18) Que avaliação faz da edição de 2019 da Feira Cultural?

Resposta: Acho que esta foi a melhor edição. Em termos de organização, correu tudo bem. Foi a que maior diversidade teve em termos de escritores a marcarem presença e a falarem em palestras / conferências, de personalidades conhecidas do público, uma animação mais homogénea e quase sempre casa cheia durante os concertos. Isto mostra que estamos a aprender e a analisar / estudar o que vamos fazendo para ir corrigindo e melhorando. Esse é o caminho que temos de seguir. Acho que a data de realização do evento deve manter-se para que possamos ter bom tempo. No fundo, aquilo que mais desejo é que a próxima edição seja ainda melhor.

19) Que propostas de melhoria sugere para aplicar ao evento já a partir da sua próxima edição?

Resposta: Temos tentado criar o evento seguindo a lógica das edições passadas, porque normalmente está bem feito e penso que não tem muito por onde mudar, apesar de defender que há sempre possibilidade para ajustes e melhoramentos (caso da animação destinada ao público). Esse constante aperfeiçoamento permite criar nas pessoas que são frequentadoras assíduas do evento uma vontade de regressar. O facto deste ano termos concentrado diversas áreas temáticas da Feira na parte nascente do Parque (junto à Portagem), criou logo uma dinâmica diferente (em comparação com as edições transatas) e atraiu mais público. Como a vertente do artesanato está de tal maneira apelativa, a minha proposta de melhoria passa por criar um equilíbrio entre o artesanato mais tradicional e o moderno (não em termos de número de expositores, mas ao nível da oferta), permitindo uma diversificação do que é exposto. Se queremos que a Feira tenha uma dimensão nacional, temos de atrair expositores de todo o território português (algo que já começámos a fazer). Para além disso, devemos continuar a apostar na Feira do Livro e a melhorar a parte relativa à gastronomia (verificar o tipo de restauração que mais se adequa à Feira). Em geral, temos de perceber como poderemos continuar a diversificar a oferta do evento. A Feira não pode ser uma simples mostra de associações. Ela é que têm de ter a capacidade para se integrar no espírito da Feira, através das dinâmicas que levem a cabo. Também pretendemos que a vertente educacional continue bem vincada. Posso até já dar a conhecer que Coimbra tem como objetivo candidatar-se a Capital Europeia da Cultura, sendo que a Feira Cultural acaba por ser uma componente importante para o processo. Por essa razão é que queremos dotá-la de uma dimensão internacional. O evento tem potencial para crescer e apresentar-se como uma mais-valia em termos turísticos para a cidade.

XII - Análise da entrevista efetuada ao diretor do DCTCMC

Surgimento da Feira Cultural

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber junto do colaborador da CMC, as razões que levaram à criação do evento e, simultaneamente, perceber o contexto histórico no qual o evento se inseriu.

Através da análise à resposta, foi possível perceber as circunstâncias que levaram à criação da Feira Cultural e a opção por anexar novas valências ao evento (para além do livro e artesanato). Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- *“A Câmara Municipal costumava realizar separadamente e em datas diferentes uma Feira do Livro e uma de Artesanato. Como se constatou que ambas estavam algo moribundas (com pouca atividade e público), surgiu a ideia de as juntar num evento único, de forma a torná-las mais apelativas para as pessoas ...”* (E10)

- *“... Para além das vertentes do livro e artesanato, acrescentaram-se ainda valências relativas às artes plásticas, representações institucionais, cultura e criatividade ... edições musicais e gastronomia ...”* (E10)

- *“... A partir de dois mil e catorze apostou-se no modelo atual do evento com a inclusão de todas as valências que referi.”* (E10)

-----//-----

Recetividade dos expositores mais antigos para com o novo modelo de evento

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber se os expositores que já integravam as Feiras do Livro e Artesanato (quando estas se realizavam individualmente) tinham mostrado interesse neste novo conceito ou, se por outro lado, ficaram descontentes com a decisão da autarquia conimbricense, de ter anexado as duas feiras e criado um novo evento com diversas áreas temáticas.

Através da análise à resposta do entrevistado, consegue perceber-se que a maior parte dos expositores concordou com o novo conceito, apesar de existirem alguns inseridos na vertente dos livros que continuam a preferir o modelo anterior de feira isolada. Para além disso e, na sequência do que foi mencionado, o entrevistado aproveitou para

referir que dentro dos expositores que perfazem as restantes áreas temáticas do evento, existe uma satisfação generalizada pela opção tomada pela autarquia de realizar um evento multifacetado. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- *“Os expositores ligados à vertente do artesanato ficaram bastante satisfeitos ... Já na parte dos livreiros, existem alguns que continuam a preferir o modelo antigo de feira isolada, apesar de não terem condicionado a implementação do novo conceito ...”* (E10)

- *“... De forma geral, as áreas temáticas representadas na Feira e respetivos expositores estão satisfeitos com a opção tomada pela autarquia.”* (E10)

-----//-----

Objetivos

A formulação da pergunta deveu-se à necessidade de perceber os objetivos que subjazem à organização de um evento como a Feira Cultural.

Analisando a resposta, o entrevistado destaca a questão da promoção como tendo um peso bastante importante. O seguinte excerto atesta esse mesmo cenário:

- *“... Destaco a promoção do livro ... artesanato ... de diversas associações concelhias associadas à música, cultura e criatividade, gastronomia, artes plásticas, para além de alfarrabistas e entidades de diversa natureza.”* (E10)

-----//-----

Balanço

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber o juízo que o entrevistado fazia do evento, desde o seu início em 2014, até à edição de 2019.

Através da análise à resposta, percebe-se que o evento tem crescido de edição para edição, tanto na adesão por parte dos expositores, como na presença de uma maior quantidade de público. Sobre esta questão, o entrevistado aproveitou ainda para referir que é normal que existam variações no número de visitantes, consoante as condições climatéricas sentidas. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “ *O evento tem vindo a crescer gradualmente ... Infelizmente há sempre o risco de termos condições climatéricas adversas no decorrer do evento ... Esta situação acaba inevitavelmente por ter implicações ao nível da presença de público ...*” (E10)

- “ *... Apesar disso, acaba por ser visível esse crescimento (desde a primeira edição até à deste ano), tanto em ... expositores, como em visitantes (tem havido grande interesse e adesão) ...*” (E10)

-----//-----

Valor estratégico e capacidade de atração turística

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber se o evento já tinha adquirido um determinado valor estratégico dentro do panorama turístico da cidade de Coimbra e, conseqüentemente, capacidade para atrair visitantes.

Através da análise à resposta dada, constata-se que a Feira já garantiu o seu espaço dentro da agenda cultural conimbricense, apresentando-se como um dos eventos que maior número de visitantes atrai à cidade. Para além disso, o entrevistado aproveitou para referir que a aposta em trazer artesãos de vários pontos do país, tem dado grande visibilidade ao evento (já apresenta uma certa dimensão nacional) e que tem a indicação de que as unidades hoteleiras têm vindo a aumentar a sua taxa de ocupação no período correspondente à realização do evento. Para o entrevistado, o próximo passo será dotar a Feira de uma dimensão internacional, sendo que esse cenário já começou a ser trabalhado. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “ *Penso que a Feira já tem algum valor estratégico para a cidade em termos turísticos. Há muita gente dos arredores e também de outras localidades mais distantes, tanto em termos de expositores, como de público ...*” (E10)

- “ *... A organização do evento tem tido a preocupação de não trazer só artesãos locais, por forma a dar uma imagem geral do país. Esta opção acaba por dar uma dimensão quase nacional à Feira ...*” (E10)

- “ *... tenho a indicação de que as unidades hoteleiras têm tido uma ocupação acrescida durante o período do evento ...*” (E10)

- “... estamos a tentar criar parcerias com ... cidades espanholas, para haver um intercâmbio de expositores de artesanato em feiras que sejam realizadas, tanto em Portugal, como em Espanha. Este cenário poderá contribuir para dar uma dimensão internacional à Feira Cultural de Coimbra.” (E10)

-----//-----

Público-alvo

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber se a Feira Cultural é um evento destinado a um determinado segmento de visitantes ou se, por outro lado, não tem um público-alvo definido.

Através da análise à resposta, verifica-se que o entrevistado começou por referir que, em termos estratégicos, os leitores seriam o principal público-alvo, explicando as razões para essa afirmação. Apesar disso, acabou por admitir que tendo em conta as características da Feira, a mesma seria indicada para todo o tipo de públicos. Os seguintes excertos comprovam esse mesmo cenário:

- “Em termos estratégicos, o nosso público-alvo são os leitores. É a política de base do evento, devido ao contexto que levou à criação da Feira Cultural ... É algo que também está nas obrigações da Câmara Municipal (promover a literacia, a cultura e instrução dos seus municípios) ...” (E10)

- “... Apesar disso e dadas as características da Feira, o público acaba por ser geral.” (E10)

-----//-----

Fatores determinantes para fomentar o interesse dos visitantes

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber que aspetos fundamentais seriam determinantes, para que a Feira pudesse apresentar uma forte capacidade em termos de atração de visitantes.

Através da análise à resposta, foi possível verificar que a aposta na vertente gastronómica, o fomentar de um convívio social e a variabilidade de atividades, são temas essenciais para que a Feira consiga atrair visitantes e dê resposta favorável às suas motivações. Outras duas questões igualmente mencionadas pelo entrevistado e

que são alvo de atenção por parte dos organizadores do evento, dizem respeito à mobilidade e à necessidade de preservar o meio ambiente, assuntos que vão merecendo cada vez maior atenção por parte das pessoas. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- *“Apostar na gastronomia ... permitir um convívio social ...”* (E10)

- *“... Para além disso, a aposta em diversas temáticas e atividades a decorrer diariamente permite a atração de mais público, já que grande parte das dinâmicas que são realizadas ao vivo, dizem respeito a atuações ... com crianças e jovens ...”* (E10)

- *“... Temos dado igualmente alguma atenção à questão da mobilidade e da necessidade de preservação do meio ambiente, temas bastante importantes na atualidade. No fundo, a nossa ideia base é ter uma oferta que possa chegar a todo o tipo de públicos ...”* (E10)

-----//-----

Aposta na vertente educacional

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber se a organização do evento, tem por hábito apostar em dinâmicas educacionais dirigidas a um público mais jovem que permitissem, entre outras características, estimular o gosto pela leitura e tomar contacto com a cultura de Coimbra.

Através da análise à resposta, foi possível verificar que ambas as questões são importantes para os organizadores, sendo que o entrevistado destaca a presença de diversos escritores dirigidos ao segmento jovem e a representatividade de diversas entidades e associações que promovem o que a cidade tem de melhor. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- *“... temos trazido alguns escritores dirigidos exatamente ao público escolar, havendo a intenção de o continuar a fazer ...”* (E10)

- *“... Em relação à cultura de Coimbra, penso que esta acaba por estar bem vincada e representada no evento, seja pelas diversas associações, seja pelas entidades inseridas na valência institucional.”* (E10)

-----//-----

Promoção

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber quais os mecanismos de comunicação normalmente utilizados pela organização para promover a Feira Cultural.

Através da análise à resposta, constata-se que os organizadores recorrem a diversos mecanismos para promover o evento, nomeadamente ao nível de publicidade física e paga, recurso às redes sociais, produção de um anúncio televisivo e contactos com editoras e artesãos de vários pontos do país. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- *“Utilizamos as redes sociais da Câmara, o site do município, são impressos folhetos (publicidade física) que posteriormente são distribuídos pelos hotéis, cafés, restaurantes e por diversos espaços comerciais, recorreremos aos media / jornais locais e nacionais (publicidade paga) e desenvolvemos um anúncio promocional para televisão ...”* (E10)

- *“... Para além disso, costumamos divulgar o evento junto das editoras e dos artesãos, sendo este contacto efetuado com o objetivo de abranger a maior área de território possível. Assim, conseguimos ter expositores do Minho ao Algarve ...”* (E10)

-----//-----

Visibilidade prevista

A formulação da questão teve como objetivo perceber se, na ótica do entrevistado, o cancelamento de um programa televisivo previsto para o evento, afetou a visibilidade prevista para a Feira Cultural.

Segundo o entrevistado, a mesma situação acabou por não afetar a visibilidade prevista para o evento, apesar de admitir que caso tivesse sido realizado, poderia ter contribuído para despertar maior interesse na Feira, dando como exemplo a vinda da RTP numa das primeiras edições do evento, o que ajudou a cativar o público e a que o evento começasse a ganhar o seu espaço. Os seguintes excertos revelam esse mesmo cenário:

- *“Penso que acabou por não afetar ... Ainda assim, é inequívoco que a realização de um programa televisivo no recinto, poderia ter contribuído para que as pessoas tivessem maior interesse em visitar o evento (ajudava em termos de divulgação) ...”* (E10)

- “... É a partir deste ponto que muitas vezes se conquista o público para os dias / edições seguintes dos eventos ... numa das primeiras edições da Feira, tivemos um programa da RTP e, nessa altura, foi bastante importante para cativar público ...” (E10)

-----//-----

Condições do Parque Dr. Manuel Braga

A formulação da questão teve como objetivo perceber se, na ótica do entrevistado, o espaço de realização da Feira Cultural se revela adequado ou se, por outro lado, a mudança de local deveria ser equacionada.

Para o entrevistado, o Parque é a melhor opção, não fechando no entanto a porta à possibilidade de alterar a sua localização, tal como irá suceder na próxima edição (o Parque sofrerá uma intervenção profunda, a fim de poder propiciar melhores condições do ponto de vista logístico e técnico aos eventos que aí se realizem). Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “É a melhor opção dentro dos espaços disponíveis ... A realização do evento neste local, permite que as pessoas se desloquem à parte histórica da cidade, dinamizando-a turística e economicamente ...” (E10)

- “... isto não significa que a Feira não possa ser mudada de local ... A partir do próximo ano, o Parque Dr. Manuel Braga vai entrar em obras, fazendo com que tenhamos de alterar a localização da Feira (muito provavelmente vai ser na Praça da Canção). Quando este estiver pronto, ficará com melhores condições do ponto de vista logístico e técnico ...” (E10)

-----//-----

Impactos ambientais

A formulação da questão teve como objetivo perceber se, na ótica do entrevistado, a realização da Feira Cultural contribui para aumentar exponencialmente o volume de tráfego rodoviário em direção ao Parque Dr. Manuel Braga, prejudica o bem-estar da população residente na área de envolvimento do espaço (decorrente do ruído) e se contribui para aumentar a produção de resíduos.

De acordo com o entrevistado, é impossível evitar a produção de resíduos no decorrer dum evento deste género, até porque existe uma vertente gastronómica. Ainda assim, reforçou que os organizadores têm sabido controlar as questões relativas à limpeza, inclusivamente no decorrer dos processos de montagem e desmontagem de material. Os seguintes excertos confirmam este mesmo cenário:

- “... um evento desta natureza acaba sempre por produzir resíduos (grande parte advém da área relativa à gastronomia). Por essa razão é que temos uma logística preparada para dar uma resposta adequada ...” (E10)

- “... Temos dado grande atenção à recolha diária do lixo e ao seu acondicionamento ... Mesmo as empresas que vêm prestar determinados serviços durante a montagem e desmontagem da Feira, já têm o cuidado de não deixar material espalhado pelo Parque ...” (E10)

Relativamente ao tráfego rodoviário, o entrevistado refere que o evento acaba por não prejudicar a normal circulação de veículos, ajudando o facto de existir um parque de estacionamento contíguo ao recinto. Para além disso e de forma a evitar constrangimentos, a organização opta por proibir durante a Feira a entrada e estacionamento de viaturas no recinto, a não ser em casos excecionais para carregar ou descarregar mercadorias. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “... penso que a Feira não condiciona a normal circulação de veículos, tanto para as pessoas que vivem nas redondezas, como para o comércio e hotéis. A existência de um parque de estacionamento nas imediações também ajuda a que não haja constrangimentos ...” (E10)

- “... Para evitar problemas durante a Feira, proibimos a entrada / estacionamento de viaturas no recinto, a não ser que seja apenas para carregar ou descarregar mercadorias num curto espaço de tempo ...” (E10)

No que diz respeito ao índice de ruído, o entrevistado refere que os organizadores têm procurado regular o volume da música e que a disposição dos palcos no Parque também contribui para que as metas de ruído sejam aceitáveis. Para além disso, os organizadores têm por hábito auscultar hotéis e pessoas que residem na área, para garantir que o volume não é incomodativo. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “... temos tido a preocupação de colocar o volume da música dentro dos parâmetros corretos, de forma a não afetar as pessoas. Já para evitar essa situação, fazemos mais atividades durante o dia ...” (E10)

- “... temos por hábito auscultar as pessoas que vivem nas redondezas, de forma a poderem dar um feedback sobre essa mesma questão, para além dos hotéis que se situam nas proximidades do Parque ...” (E10)

- “... Também ajuda o facto de virarmos os palcos para o Rio Mondego ...” (E10)

A resposta termina como uma sugestão de uma possível medida a ser adotada em futuras edições da Feira, com o objetivo de apostar ainda mais na preservação do meio ambiente, tal como atesta o seguinte excerto:

- “... Uma das medidas que poderá ser revista ... passa pelos expositores ligados à gastronomia não fornecerem copos de plástico e palhinhas aos visitantes, tal como já acontece na Queima das Fitas e na Latada ... O nosso objetivo é que a Feira Cultural seja o mais sustentável possível.” (E10)

-----//-----

Planeamento e gestão

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber se, na ótica do entrevistado, os organizadores deviam manter o formato de planeamento e gestão de atividades relativamente à Feira Cultural, ou se seria necessário repensar a metodologia de trabalho.

De acordo com o entrevistado, existem diversas questões a deverem ser revistas. A grande dificuldade dos organizadores do evento prende-se com os atrasos na calendarização das atividades, pois existem prazos que devem ser cumpridos atempadamente e que, muitas vezes, se estendem por um longo período de tempo, evidenciando uma certa desarticulação entre os diversos departamentos e divisões camarárias. De forma a complementar o depoimento, o entrevistado explicou as técnicas e procedimentos que são seguidos pelo Departamento de Cultura e Turismo da CMC. Ainda assim e, apesar dos recursos humanos limitados para a montagem e desmontagem de material, tem sido possível à organização tratar de tudo o que é

necessário para que o evento se inicie sem problemas. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- *“Há sempre margem para melhorar. No caso concreto da Feira Cultural, a maior dificuldade que temos em termos logísticos prende-se com o calendário de atividades. O tempo que se demora desde a criação da ideia até à fase da tomada de decisão / aprovação acaba por ser muito extenso ... Há sempre alguma dificuldade de articulação e timing com os restantes departamentos e divisões municipais ...”* (E10)

- *“... infelizmente, não conseguimos obter atempadamente toda a informação sobre a parte comercial da Feira. A estratégia que costumamos utilizar é fazer a contratação com base em preços unitários ... porque permite ter maior flexibilidade para se irem encomendando as coisas e ir-se acrescentando de acordo com as necessidades ...”* (E10)

- *“... Como recorremos à contratação pública (mais demorada), implica que lancemos o processo em janeiro e não em abril (mais perto da data de início da Feira), porque senão nunca conseguiríamos ter tudo pronto a tempo ...”* (E10)

- *“... Como a Câmara de Coimbra tem poucas pessoas e meios próprios, leva a que tenhamos de recorrer à prestação de serviço externo. Ainda assim, temos conseguido tratar de tudo antes do início do evento ...”* (E10)

-----//-----

Recursos técnico-humanos

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber, na ótica do entrevistado, se os recursos existentes no Departamento de Cultura e Turismo da CMC, são suficientes para planificar adequadamente a Feira Cultural.

De acordo com o entrevistado, existe alguma dificuldade na distribuição dos colaboradores pelos diversos projetos realizados pelo DCT. Apesar disso, quanto à Feira Cultural, o número de colaboradores destacados é suficiente, pecando apenas pelo facto de existir ainda uma certa desarticulação, devido ao acrescentar de novas pessoas ao processo do evento (uma das questões que precisa de ser melhorada). Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “*Para a Feira Cultural, acho que são suficientes ... como o Departamento de Cultura e Turismo não pode parar quando acontecem eventos na cidade, há sempre uma ligeira dificuldade para conseguir arranjar pessoas suficientes para estarem de volta de um determinado processo e/ou estarem presentes num evento ...*” (E10)

- “*... No caso concreto da Feira Cultural, temos quatro pessoas que têm um papel muito importante no decorrer do processo de planeamento do evento, ao nível da coordenação, logística operacional, parte comercial e programação ... Só posteriormente é que se vão acrescentando mais colaboradores consoante as necessidades da Feira (principalmente no decorrer da mesma) ...*” (E10)

- “*... Este cenário acaba por criar, de vez em quando, uma ligeira dificuldade para que estas pessoas consigam acompanhar o que já foi feito, surgindo as naturais desarticulações. Isso é uma das coisas que temos de melhorar ...*” (E10)

-----//-----

Período de realização

A formulação da questão teve como objetivo perceber se, na ótica do entrevistado, a Feira Cultural tem uma duração adequada para um evento desta natureza ou se, por outro lado, tendo em conta a logística que acarreta, deveria haver lugar a uma redução e/ou aumento no período em causa.

De acordo com o entrevistado, a duração do evento é a mais adequada, tanto para os expositores (muitos são oriundos de localidades externas ao distrito de Coimbra), como para os visitantes (dando-lhes a possibilidade de escolher a data para se deslocarem ao recinto). Se se aumentasse o número de dias, a organização poderia ter algumas dificuldades em termos logísticos para dar resposta às situações que pontualmente pudessem surgir. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “*Um evento destes nunca pode ser muito prolongado ... As pessoas estão algum tempo deslocadas de suas casas e demais espaços comerciais ...*” (E10)

- “*... caso o evento fosse alargado, haveria lugar a dificuldades logísticas. Para além disso, os expositores têm de jogar com o calendário de feiras em que participam (principalmente os que se inserem na vertente do artesanato) ...*” (E10)

- “... optamos por um evento com esta duração para permitir que o visitante possa ter a oportunidade de escolher o(s) dia(s) em que tem mais interesse para se deslocar ao Parque. Por isso, acho que o período de realização é o ideal.” (E10)

-----//-----

Críticas mais frequentes dos expositores

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber quais as críticas mais comuns que os organizadores costumam receber por parte dos expositores presentes na Feira Cultural.

Durante o seu depoimento, o entrevistado referiu as questões que são transmitidas diretamente aos organizadores do evento e as opiniões que recebe pessoalmente.

Assim, as questões mencionadas mais frequentemente junto dos organizadores, dizem respeito às condições de trabalho, intensidade do ruído provocado pelos espetáculos, chuva que cai pontualmente dentro dos *stands* e localização dos expositores (será porventura a questão mais vinculada). Sobre esta última questão, o entrevistado refere que os organizadores não têm hipótese de colocar todas as pessoas no mesmo local, nem proceder a um sorteio aleatório (iria contribuir para que os expositores ficassem todos misturados, afetando a coerência pretendida para o evento), nem tão pouco trocar a localização da área temática do artesanato pela dos livros, pois o número de expositores atribuídos a cada vertente tem de ser cumprido. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “Pelo que me costumam transmitir, o pessoal inserido na vertente da gastronomia queixa-se de não ter as condições mínimas para trabalhar ...” (E10)

- “... críticas por causa do nível de ruído dos espetáculos ... a chuva que cai de vez em quando dentro dos *stands* ...” (E10)

- “... situações relativas à localização de expositores (principalmente por parte dos livreiros). Esta ... deverá ser a principal crítica ... A organização não pode colocar todos no mesmo sítio, fazer um sorteio aleatório ... nem trocar a área de artesanato pela dos livros, porque o Parque não tem espaço suficiente, tendo em conta o número de expositores que são atribuídos às suas valências ...” (E10)

No que concerne às críticas que recebe pessoalmente, o entrevistado refere que a grande maioria se deve à maior ou menor dificuldade dos expositores em venderem os seus produtos, aproveitando para referir que a Câmara só tem a responsabilidade de disponibilizar as condições necessárias para que estes possam promover eficazmente a sua atividade. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- "... Em relação às críticas que os expositores me fazem pessoalmente, acredito que noventa por cento são referentes à maior ou menor dificuldade para venderem. Mas isso tem a ver com o produto que comercializam. Não é a Câmara que o vai vender. A autarquia só dá as condições para que eles possam promover a sua atividade." (E10)

-----//-----

Críticas mais frequentes dos visitantes e/ou população de Coimbra

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber as críticas mais comuns que os organizadores costumam receber por parte dos visitantes da Feira Cultural e, se possível, da população da cidade.

Através da análise à resposta constata-se que a mesma não foi plenamente percebida pelo entrevistado, pois este acabou por recorrer frequentemente aos expositores presentes no evento e às opções tomadas pela Câmara para tornar a Feira Cultural mais dinâmica. Por essa razão, a maior parte da análise efetuada adequava-se mais à pergunta precedente. Ainda assim, o entrevistado acabou por dar a conhecer uma situação que se enquadrava no objetivo da pergunta. Para terminar a sua análise, ressaltou que os organizadores não costumam tomar conhecimento de grandes críticas (tanto dos visitantes, como da população) mas que, no caso destas existirem, as mesmas são averiguadas para se perceber como podem ser resolvidas (seja no decorrer do próprio evento ou em futuras edições). Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- "... este ano tive um amigo que me telefonou a criticar o evento (queria uma Feira do Livro como deve ser). Eu respondi quais as alterações que tinha interesse em fazer, para que o evento / Feira do Livro fosse mais do seu agrado. Não me soube responder. Isto só mostra que há pessoas que criticam algumas das nossas opções para o evento, mas raramente apresentam soluções com vista à alteração / melhoramento ..." (E10)

- “... Em geral não costumamos ter grandes queixas e, as que são feitas, temos por hábito averiguar para saber como poderemos resolvê-las ...” (E10)

-----//-----

Avaliação da edição de 2019

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber a avaliação do entrevistado ao evento e, se, porventura, esta teria sido a melhor edição até ao momento (este ano realizou-se pela sexta vez).

Para o entrevistado, esta foi a melhor edição (principalmente em termos organizativos), devido à maior diversidade de dinâmicas e animação. O facto de os organizadores terem retirado uma aprendizagem das edições transatas da Feira, acabou por ter repercussões positivas no presente ano. Para além disso, o mesmo reiterou o desejo de que a data de realização do evento se mantenha e que a próxima edição supere a anterior. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “Acho que esta foi a melhor edição. Em termos de organização, correu tudo bem ...” (E10)

- “... Foi a que maior diversidade teve em termos de escritores a marcarem presença e a falarem em palestras / conferências, de personalidades conhecidas do público, uma animação mais homogénea e quase sempre casa cheia durante os concertos. Isto mostra que estamos a aprender e a analisar / estudar o que vamos fazendo para ir corrigindo e melhorando ...” (E10)

- “... Acho que a data de realização do evento deve manter-se para que possamos ter bom tempo. No fundo, aquilo que mais desejo é que a próxima edição seja ainda melhor.” (E10)

-----//-----

Propostas de melhoria

A formulação da pergunta teve como objetivo perceber as questões que o entrevistado gostaria que fossem melhoradas ou alteradas na Feira Cultural, já a partir da edição do próximo ano.

Apesar de referir não existir muito a alterar, o entrevistado frisou a necessidade de se realizarem ajustes e melhoramentos em determinados pontos que são fundamentais ao

evento, como é o caso da animação destinada ao público. Só assim a Feira pode continuar a reinventar-se e cativar visitantes.

A partir deste ponto, o entrevistado destaca como propostas de melhoria a criação de um equilíbrio entre o artesanato tradicional e moderno ao nível da oferta (de forma a diversificar o que é exposto ao visitante). Para além disso, tendo em conta o desejo dos organizadores em tornar a Feira num certame de âmbito nacional, deve manter-se a aposta na atração de expositores de vários pontos do país, continuar a apostar na Feira do Livro, melhorar a vertente associada à gastronomia e dar maior destaque à vertente educacional (de forma a que esta continue bem vincada nas dinâmicas que são levadas a cabo). Paralelamente, o entrevistado aproveitou para referir que Coimbra já iniciou os preparativos para se candidatar a Capital Europeia da Cultura, podendo a Feira Cultural apresentar-se como uma componente importante dentro do processo. Outro dos objetivos passa por dotar o evento de uma dimensão internacional, já que a nível nacional começa a estar bem consolidada e a apresentar-se como uma mais-valia para o turismo da cidade. Os seguintes excertos atestam esse mesmo cenário:

- “Temos tentado criar o evento seguindo a lógica das edições passadas, porque normalmente está bem feito e penso que não tem muito por onde mudar, apesar de defender que há sempre possibilidade para ajustes e melhoramentos (caso da animação destinada ao público). Esse constante aperfeiçoamento permite criar nas pessoas que são frequentadoras assíduas do evento uma vontade de regressar ...” (E10)

- “... Como a vertente de artesanato está de tal maneira apelativa, a minha proposta de melhoria passa por criar um equilíbrio entre o artesanato mais tradicional e o moderno ... ao nível da oferta ... atrair expositores de todo o território português (algo que já começámos a fazer) ... continuar a apostar na Feira do Livro e a melhorar a parte relativa à gastronomia ... Também pretendemos que a vertente educacional continue bem vincada ...” (E10)

- “... Coimbra tem como objetivo candidatar-se a Capital Europeia da Cultura, sendo que a Feira Cultural acaba por ser uma componente importante para o processo. Por essa razão é que queremos dotá-la de uma dimensão internacional. O evento tem potencial para crescer e apresentar-se como uma mais-valia em termos turísticos para a cidade.” (E10)

XIII - Quadro-síntese da discussão de resultados**Quadro 9. Aspetos positivos e negativos identificados através da técnica de observação direta ao processo de planeamento e realização da Feira Cultural de Coimbra 2019**

Temáticas	Aspetos positivos	Aspetos negativos
Tipologia do evento	Aposta ganha dos organizadores na realização de um evento que englobasse diversas áreas temáticas, durante vários dias e estando organizado por secções	-----
Planeamento e Gestão	Distribuição de expositores pelo recinto da Feira	O planeamento do evento deve começar a ser efetuado com maior antecedência
	Controlo apertado das entradas e saídas de viaturas afetas aos expositores	Falta de baias de proteção em quantidade suficiente para evitar a entrada não autorizada de viaturas para outros locais do recinto que não o do acesso destinado para o efeito
	Criação de sinalização apropriada para orientação dos expositores e posteriormente dos visitantes	Situações onde se notou uma desarticulação entre os organizadores do evento, nomeadamente ao nível da transmissão de informações e alterações de última hora que era necessário efetuar
	Duração do evento (onze dias)	Muitas vezes, o serviço de secretariado / segurança da Feira não era informado de determinadas questões, pondo em risco o normal fornecimento de informações, tanto aos expositores, como aos visitantes
	Diversidade de expositores relativos ao artesanato	Inexistência de uma folha no serviço de secretariado / segurança da Feira, contendo os contactos telefónicos de todos os organizadores do evento, para assim poderem ser contactados em caso de ocorrências e/ou necessidades a suprir
	O evento correspondeu, de modo geral, às expetativas do público, expositores e da própria organização	Inexistência de um <i>kit</i> de primeiros socorros no serviço de secretariado / segurança da Feira, para ser utilizado em caso de necessidade O segurança destacado para a Feira deveria ter na sua posse uma lista dos contactos telefónicos dos expositores, para procurar rapidamente resolver algum imprevisto

Temáticas	Aspetos positivos	Aspetos negativos
<p>Público-alvo</p>	<p>Presença de muito público (inclusivamente de turistas estrangeiros), durante os onze dias de realização do evento</p>	<p>-----</p>
	<p>O evento está direcionado para todo o tipo de públicos</p>	
	<p>Evento acessível para pessoas com mobilidade reduzida</p>	
<p>Ligação à estratégia de marketing</p>	<p>Concluídas seis edições do evento, a Feira já apresenta uma forte capacidade de atração de visitantes</p>	<p>A Feira estará quase a atingir a sua total capacidade para receber mais expositores. Para se consolidar como um evento de âmbito nacional e almejar uma dimensão internacional, terá de se expandir do Parque Dr. Manuel Braga para outros espaços de Coimbra</p>
	<p>A Feira apresenta características que lhe permitem ser considerada um evento de âmbito regional e nacional</p>	
	<p>Evento de entrada livre</p>	
	<p>Data de realização do evento (final de maio / começo de junho)</p>	
	<p>Convite endereçado a figuras ligadas à cultura, política e jornalismo, que permitiu atrair ainda mais público, em certos dias do evento</p>	
<p>Divulgação</p>	<p>Ótima promoção do evento, através do recurso a diversas plataformas de comunicação</p>	<p>A promoção / divulgação do evento deve começar a ser realizada com maior antecedência</p>
	<p>A edição de 2019 foi a que registou um maior volume de visitantes</p>	

Temáticas	Aspetos positivos	Aspetos negativos
Impacto do evento no local onde é realizado e para o ambiente	Limpeza diária do recinto	Existência de muita poeira, apesar da colocação de relva sintética em diversos pontos estratégicos do recinto. A organização deve expandir a área de abrangência deste material ou, em contrapartida, requerer a presença de um veículo de pequenas dimensões que pudesse humedecer os acessos pedonais que não contemplam a colocação deste material
	Escolha do Parque Dr. Manuel Braga para sediar o evento	
	A existência de um parque de estacionamento para automóveis e autocarros nas imediações do recinto da Feira, permite que o tráfego rodoviário não seja condicionado	Inexistência de ecopontos no recinto da Feira, comprometendo a reciclagem dos resíduos e a aposta dos organizadores em desenvolverem uma Feira mais sustentável e amiga do ambiente
Impacto do evento junto dos expositores	Satisfação generalizada dos expositores, quanto ao conceito de evento implementado pela organização	O horário de funcionamento do evento poderá não ser o mais adequado. Durante os dias de semana, a Feira abre demasiado cedo
	A participação na Feira permite que os expositores façam uma divulgação eficaz da sua atividade e respetivos trabalhos	Alguns <i>stands</i> destinados aos expositores apresentaram pequenas falhas estruturais, o que originou nestes a entrada de água no único dia de chuva que a edição de 2019 conheceu
	Os organizadores têm sempre mais interessados para integrar o evento, do que a capacidade que o Parque Dr. Manuel Braga permite	

Fonte: Elaboração própria