



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MESTRADO EM TURISMO

Ramo – Gestão Estratégica de Eventos

Dissertação

A influência dos eventos na dinamização de espaços culturais: Gestão e
programação culturais da Casa da Marioneta

Ana Sofia Morgado Sequeira

Estoril, dezembro de 2021



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MESTRADO EM TURISMO

Ramo – Gestão Estratégica de Eventos

Dissertação

A influência dos eventos na dinamização de espaços culturais: Gestão e programação culturais da Casa da Marioneta

Ana Sofia Morgado Sequeira

Orientadora: Professora Doutora Ana Gonçalves

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

Estoril, dezembro de 2021

AGRADECIMENTOS

À professora e orientadora Ana Gonçalves, pelo apoio, dedicação, competência e disponibilidade durante todo o processo desta investigação. Sem a sua ajuda seria muito difícil alcançar os objetivos propostos inicialmente.

Às minhas colegas de mestrado, que sempre me apoiaram nos momentos de incerteza e nunca me deixaram desistir desta investigação.

Aos meus amigos, pelo apoio incansável e pela amizade.

Aos meus avós, por sempre me apoiarem em todos os momentos da minha vida.

Aos entrevistados, que prontamente se disponibilizaram para a realização das entrevistas.

Ao Fernando Cunha, por todo o apoio e por ser a pessoa extraordinária e excelente profissional que é.

À Ana Rocha, por toda a motivação e por ter sempre a palavra certa a dizer.

À minha mãe, por nunca me deixar desistir, por estar sempre comigo, nos momentos bons e maus e por me permitir seguir sempre os meus sonhos.

ÍNDICE GERAL

Índice de Figuras	IV
Índice de Tabelas	VI
Resumo	VII
Abstract	VIII
Lista de Abreviaturas e Símbolos	IX
Capítulo 1 – Introdução	1
1.1. Pertinência e Justificação do Tema	1
1.2. Objetivos Gerais e Específicos	1
1.3. Questões Operacionais de Investigação	2
1.4. Problemática	4
1.5. Modelo de Investigação	5
Capítulo 2 – Revisão da Literatura	8
2.1. A Cultura e os Eventos	8
2.1.1. Relação entre turismo, cultura e eventos	8
2.1.2. O que é um evento?	10
2.1.3. Classificação e tipologia dos eventos	12
2.2. Eventos Culturais	16
2.2.1. Características dos eventos culturais	16
2.2.2. Os impactos e contributos dos eventos culturais	18
2.2.3. A importância dos eventos culturais para a comunidade local	21
2.3. Gestão e Programação Culturais	24
2.3.1. Democratização Cultural	24
2.3.1.1. Políticas Culturais Nacionais	26
2.3.1.2. Políticas Culturais Locais	30
2.3.2. Gestão e programação artísticas e culturais	31
2.3.2.1. Gestão de Espaços Culturais	33
2.4. A relação entre Eventos e Espaços Culturais	35
Capítulo 3 – Metodologia	38
3.1. Métodos e Ferramentas de Investigação	38
3.1.1. Análise bibliográfica	39
3.1.2. Análise documental: Agendas Culturais da Casa da Marioneta	40
3.1.2.1. Análise por temáticas	41
3.1.2.2. Análise por variáveis	43

3.1.3. Entrevista	43
Capítulo 4 - Estudo de Caso: A Casa da Marioneta	46
4.1. Contextualização - O Teatro de Marionetas.....	46
4.1.1. O teatro de marionetas em Portugal.....	49
4.2. Caracterização da Casa da Marioneta	53
4.2.1. Caracterização do contexto sociocultural	53
4.2.2. História da Casa da Marioneta.....	55
4.2.3. Caracterização da programação	58
4.2.3.1. Festival MIMMOS - Mostra Internacional de Marionetas, Máscaras e Objetos de Sintra ...	59
4.3. A programação da Casa da Marioneta, de 2015 até ao presente: análise e tratamento de dados	60
4.3.1. Análise das temáticas.....	60
4.3.1.1. Festival MIMMOS.....	69
4.3.2. Análise das variáveis	71
4.3.2.1. Festival MIMMOS.....	77
4.3.3. Os eventos da Casa da Marioneta: em Covid-19	81
4.4. Análise das Entrevistas	82
Capítulo 5 - Considerações Finais	87
5.1. Resposta às questões de investigação, à pergunta de partida e objetivos	87
5.2. Limitações da investigação e linhas para investigação futura	91
5.3. Reflexões finais.....	92
Referências	94
Anexos.....	100
Anexo I – Exemplo de uma agenda cultural da CM (março a maio de 2015).....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Problemática	4
Figura 2 - Etapas do procedimento científico de uma investigação	6
Figura 3 - Principais áreas de atuação dos intervenientes nos eventos	12
Figura 4 - Benefícios das atividades culturais	23
Figura 5 - Redes e relações configuradoras da gestão cultural	35
Figura 6 - Marionetas de Fios	48
Figura 7 - Marioneta de Luva	48
Figura 8 - Marioneta de Vara	48
Figura 9 - Marioneta de Corpo Inteiro	48
Figura 10 - Marionetas de São Lourenço. Autora: Helena Vaz	49
Figura 11 - Marionetas de teatro de Mestre Gil. Autor: Júlio de Sousa	50
Figura 12 - Marioneta de teatro da Branca Flor. Autor: Lília da Fonseca	50
Figura 13 - Bonecos de Santo Aleixo	51
Figura 14 - Teatro Dom Roberto	52
Figura 15 - Mapa do Concelho e das Freguesias de Sintra	54
Figura 16 – Evolução da oferta cultural da CM de 2015 a 2021	61
Figura 17 – Total de eventos realizados na CM por temática	62
Figura 18 – Evolução dos eventos da CM por temática	64
Figura 19 – Total de eventos da CM realizados por subgrupo de temática	64
Figura 20 – Evolução dos eventos da CM por subgrupos do grupo Teatro	65
Figura 21 – Evolução dos eventos da CM por subgrupos do grupo Artes Plásticas	66
Figura 22 – Evolução dos eventos da CM por subgrupos do grupo Literatura	67
Figura 23 – Evolução dos eventos da CM por subgrupo do grupo Sessões de Cinema	67
Figura 24 – Evolução dos eventos da CM por subgrupo do grupo Multiatividades	68
Figura 25 – Evolução dos eventos da CM por subgrupo do grupo Outros	68
Figura 26 – Total de eventos do Festival MIMMOS 2017/2019	69
Figura 27 – Total de eventos realizados no festival MIMMOS 2017/2019 por temática	70
Figura 28 – Evolução dos eventos do festival MIMMOS por temática	70
Figura 29 – Evolução dos eventos do festival MIMMOS por subgrupo de temática	71
Figura 30 – Total de eventos da CM segundo o mês do ano	72
Figura 31 – Total de eventos da CM segundo as estações do ano	72
Figura 32 – Total de eventos da CM segundo os dias da semana	73
Figura 33 – Total de eventos da CM segundo o seu horário	74
Figura 34 – Total de eventos da CM segundo a sua duração	75
Figura 35 – Total de eventos da CM por entidade organizadora	76
Figura 36 – Total de eventos da CM segundo a condição da iniciativa	76
Figura 37 – Total de eventos do festival MIMMOS os dias da semana	77

Figura 38 – Total de eventos do festival MIMMOS por entidade organizadora	78
Figura 39 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo o país de origem da entidade organizadora	78
Figura 40 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo o equipamento	79
Figura 41 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo o seu horário	80
Figura 42 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo a sua duração	81

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Interligação entre objetivo geral, objetivos específicos e questões operacionais.....	3
Tabela 2 - Classificação dos eventos consoante a área de interesse (Matias, 2007).....	13
Tabela 3 - Tipologia dos eventos (Adaptado de Matias, 2007; Gonçalves & Umbelino, 2017; Zanella, 2003; Vieira, 2015 & Pedro et al., 2007).....	15
Tabela 4 - Efeitos dos eventos no turismo – lado da procura e da oferta de serviços turísticos (Adaptado de Vieira, 2015, pp. 93-94).....	19
Tabela 5 - Agendas Culturais da CM – categorização por temáticas	41
Tabela 6 - Agendas Culturais da CM - categorização por temáticas	42
Tabela 7 - Análise por variáveis – Agendas Culturais da CM e programação do Festival MIMMOS	43
Tabela 8 - Relação entre objetivos, questões operacionais e questões das entrevistas	44
Tabela 9 - Tipos de marionetas (Castillo, 2018).....	48

RESUMO

Os eventos culturais têm adquirido ao longo das últimas décadas um papel importante para o turismo e o seu impacto é bastante positivo, pois estes surgem como produtos turísticos alternativos e abrangem diversas atividades, desde uma visita guiada a um festival de teatro ou música. No entanto, existe pouca literatura que retrate a influência que estes têm na dinamização de espaços culturais. Assim, a presente dissertação procura analisar o impacto que os eventos culturais têm na dinamização e na procura de um espaço cultural e visa contribuir para o conhecimento e valorização dos eventos enquanto estratégia de promoção e desenvolvimento de um espaço cultural.

Neste sentido, recorreu-se ao estudo de caso da gestão e programação culturais da Casa da Marioneta, utilizando uma metodologia mista de recolha de dados, que inclui revisão da literatura, análise de dados documentais e a aplicação de entrevistas semiestruturadas a elementos intervenientes direta e indiretamente na gestão e programação culturais da Casa da Marioneta.

Em suma, este trabalho de investigação permitiu perceber que os eventos têm um impacto positivo na dinamização e na procura de um espaço cultural, como, por exemplo, proporcionarem o envolvimento da comunidade local com o espaço analisado, dinamizando regularmente a sua programação e tornando-o mais agradável e interessante para quem o visita.

Palavras-chave: eventos culturais; políticas culturais; gestão e programação cultural; teatro de marionetas; Casa da Marioneta.

ABSTRACT

Cultural events have acquired over the last decades an important role in tourism, and their impact is quite positive, as they emerge as alternative tourism products and cover various activities, from a guided tour to a theatre or a music festival. However, there is lack of literature that addresses the influence cultural events have on the dynamization of cultural spaces. Thus, this dissertation seeks to analyse the impacts of cultural events on a cultural space, contributing to the knowledge and importance of these events as promotional strategy and development of a cultural space.

Therefore, this dissertation focuses on the case study of Casa da Marioneta, using a mixed methodology of data collection which includes literature review, documentary data analysis and semi-structured interviews to those directly or indirectly involved in the cultural management and programming of Casa da Marioneta.

To sum up, this research has enabled the understanding of the positive impacts that events have on the dynamization and on the pursuit of a cultural space, including, for instance, the involvement of the local community with cultural spaces and regularly invigorating a cultural space, turning it more pleasant and interesting to visit.

Key words: cultural events; cultural policies; cultural management and programming; puppet theatre; Casa da Marioneta.

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

CM	Casa da Marioneta
CMS	Câmara Municipal de Sintra
JFAMS	Junta de Freguesia de Aqualva e Mira Sintra
OE	Orçamento de Estado
OMT	Organização Mundial de Turismo
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
VAC	Valdevinos Associação Cultural
VTM	Valdevinos – Teatro de Marionetas

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

1.1. PERTINÊNCIA E JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

De acordo com Pinto et al. (2012), os centros culturais são espaços criados, nos vários pontos da cidade/regiões, com a finalidade de atuarem enquanto descentralizadores da cultura. Estes equipamentos permitem a troca de experiências entre as comunidades e uma aproximação destas os bens culturais, podendo estes ser de valor artístico, histórico, simbólico ou científico.

Neste sentido, são praticadas várias estratégias, pelos gestores e/ou programadores culturais e artísticos, com o intuito de proporcionar esta aproximação à comunidade. Uma dessas estratégias é o desenvolvimento de uma programação contínua e consistente que tanto pode englobar eventos religiosos, como de teatro, de dança, de cinema, exposições, de artesanato, formações, entre outros, dependendo das características dos equipamentos culturais que se disponibilizam e das suas missões.

São vários os autores (Bowdin et al. (2006); Vieira (2015); Gonçalves & Umbelino (2017); Ribeiro et al. (2005) e Getz (1991a)) que enunciam os impactos positivos que os eventos têm nos destinos e nas comunidades. No entanto, existe pouca literatura que se foque nos impactos positivos e negativos dos eventos culturais e, em específico, na influência que estes podem ter na dinamização de um espaço cultural.

Assim, o tema desta dissertação pretende *compreender de que forma os eventos culturais potenciam e desenvolvem um espaço cultural*, tomando como objeto de estudo a programação cultural e educativa da Casa da Marioneta (CM), espaço que mantém uma atuação permanente no concelho de Sintra.

1.2. OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS

Segundo Guerra (2002), a definição dos objetivos é uma etapa essencial em qualquer investigação. A autora faz a diferenciação entre objetivos gerais, que dizem respeito às

grandes linhas de trabalho e, os objetivos específicos, que detalham os objetivos gerais e são, geralmente, expressos em termos operacionais.

Assim, esta investigação tem como objetivo geral e principal contribuir para o conhecimento e valorização dos eventos enquanto estratégia de promoção e desenvolvimento de um espaço cultural.

Neste sentido foram delineados cinco objetivos específicos (OE) que complementam o objetivo geral, sendo estes:

OE1. Compreender de que forma os eventos potenciam e desenvolvem os espaços culturais;

OE2. Caracterizar e analisar a programação da CM de 2015 até ao presente;

OE3. Caracterizar e analisar a programação das duas edições do Festival Mostra de Teatro de Marionetas, Máscaras e Objetos de Sintra (MIMMOS);

OE4. Perceber se os eventos culturais na CM proporcionam o estabelecimento de laços com a comunidade;

OE5. Analisar de que forma os eventos potenciam uma maior visibilidade à CM.

1.3. QUESTÕES OPERACIONAIS DE INVESTIGAÇÃO

De forma a atingir os objetivos anteriormente apresentado, foi desenvolvido um conjunto de questões que visam orientar e determinar o curso das ações a seguir. Além disso, a formulação das mesmas foi crucial para nortear os guiões das entrevistas e todo o trabalho de pesquisa e investigação.

Para o efeito, foram identificadas as seguintes questões operacionais (QO) de investigação:

QO1 – Em que medida os eventos potenciaram o desenvolvimento da CM enquanto espaço cultural?

QO2 – Qual foi a evolução da programação da CM?

QO3 – Quais as estratégias adotadas, pela CM, no período pós-Covid?

QO4 – Quais os eventos que atraem mais público à CM?

QO6 – Os eventos desenvolvidos pela CM propiciam o estabelecimento de laços com a comunidade local?

QO7 – De que forma os eventos ajudam na visibilidade da CM?

Na seguinte tabela, pode-se observar a interligação entre o objetivo geral, os objetivos específicos e as questões operacionais.

Tabela 1 – Interligação entre objetivo geral, objetivos específicos e questões operacionais

Objetivo Geral	
Contribuir para o conhecimento e valorização dos eventos enquanto estratégia de promoção e desenvolvimento de um espaço cultural	
Objetivos Específicos	Questões Operacionais
OE1. Compreender de que forma os eventos potenciam e desenvolvem os espaços culturais;	QO1 – Em que medida os eventos potenciaram o desenvolvimento da CM enquanto espaço cultural?
OE2. Caracterizar e analisar a programação da CM de 2015 até ao presente;	QO2 – Qual foi a evolução da programação da CM? QO3 – Quais as estratégias adotadas, pela Casa da Marioneta, no período pós-Covid? QO4 – Quais os eventos que atraem mais público à CM?
OE3. Caracterizar e analisar a programação das duas edições do Festival Mostra de Teatro de Marionetas, Máscaras e Objetos de Sintra (MIMMOS);	QO5 – De que forma o Festival MIMMOS promove a CM?
OE4. Perceber se os eventos culturais na CM proporcionam o estabelecimento de laços com a comunidade;	QO6 – Os eventos desenvolvidos pela CM propiciam o estabelecimento de laços com a comunidade local?
OE5. Analisar de que forma os eventos potenciam uma maior visibilidade à CM.	QO7 – De que forma os eventos ajudam na visibilidade da CM?

1.4. PROBLEMÁTICA

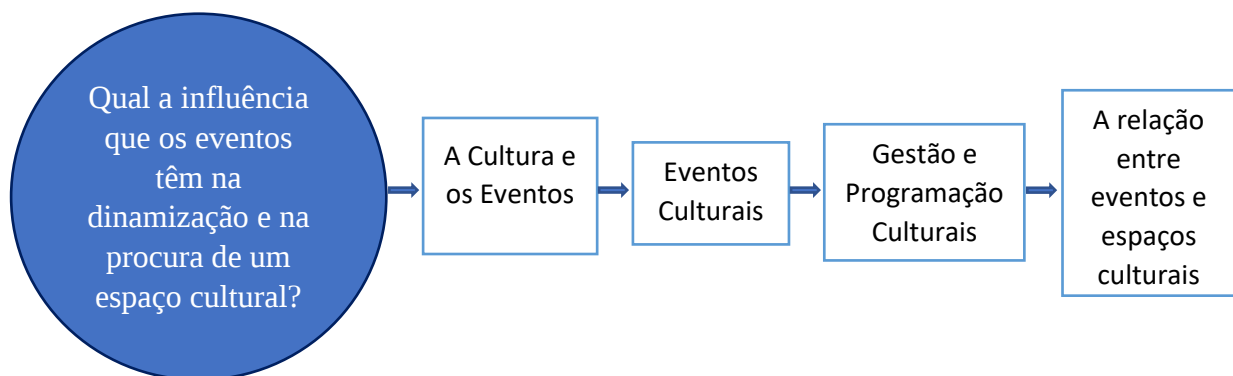
O estudo dos eventos é um campo de pesquisa que contribui significativamente para o entendimento da importância que os eventos têm para as sociedades, economia e meio ambiente e para a forma como estes são geridos, pois os gestores de eventos através da partilha de conhecimentos e experiências contribuem também para o desenvolvimento deste campo de estudo (Getz, 2005).

Assim, torna-se pertinente o estudo acerca da influência que os eventos culturais têm num espaço cultural, uma vez que é um tema pouco estudado na área académica e poderá contribuir para uma compreensão mais aprofundada sobre os impactos dos eventos culturais.

Desta forma, tendo por base o tema desta investigação – *A influência dos eventos na dinamização de espaços culturais: Gestão e programação culturais da Casa da Marioneta* – e os objetivos definidos, procedeu-se à construção da problemática de acordo com a metodologia de Quivy & Campenhoudt (1998).

Neste sentido, a problemática foi contruída tendo em conta a seguinte pergunta de partida formulada – *Qual a influência que os eventos têm na dinamização e na procura de um espaço cultural?* (cf. Figura 1).

Figura 1 - Problemática



Fonte: Própria

Como se pode verificar na *Figura 1*, a dissertação irá focar-se em quatro vertentes. Em primeiro lugar, a cultura e os eventos, para isto importa fazer uma revisão bibliográfica acerca dos eventos e a sua relação com a cultura e o turismo.

De seguida, é dado enfoque aos eventos culturais, na sua especificidade e características, percebendo quais os seus impactos e contributos e a sua importância para a comunidade local.

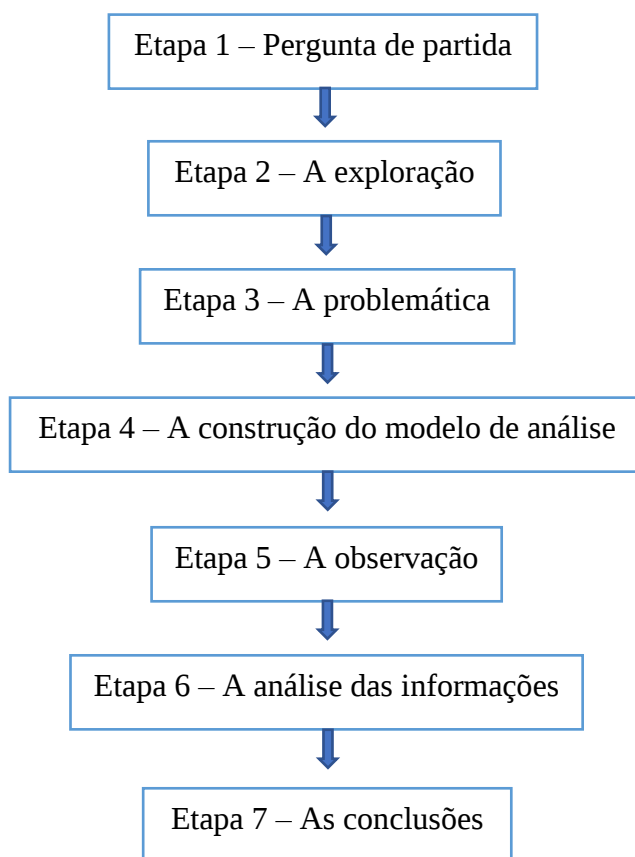
A gestão e a programação culturais é, também, um dos temas cruciais neste trabalho de investigação. Neste sentido, procurou-se perceber que políticas culturais existem e como estas são seguidas e acionadas, tanto a nível nacional como local e como é feita a gestão de espaços culturais em Portugal.

Por último, relacionou-se os eventos com os espaços culturais com o intuito de perceber o papel que estes têm na sua dinamização.

1.5. MODELO DE INVESTIGAÇÃO

Para a realização deste estudo considerou-se o procedimento científico apresentado por Quivy & Campenhoudt no *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (1998). Este modelo metodológico está assente em várias etapas (cf. *Figura 2*).

Figura 2 - Etapas do procedimento científico de uma investigação



Fonte: adaptado de Quivy & Campenhoudt (1998)

A primeira etapa, apresentada pelos autores, é a formulação da pergunta de partida. É a partir daqui que todo o trabalho de investigação se vai desenrolar. Esta deve ser formulada seguindo critérios de clareza, exequibilidade e pertinência, pois, só desta forma, a mesma poderá desempenhar a sua função de fio condutor.

A próxima etapa, designada por *A exploração*, é um passo fundamental para o desenvolvimento da problemática. Esta fase da investigação contempla a revisão bibliográfica sobre o estudo em questão, através de leituras e possíveis entrevistas exploratórias, com o intuito de fazer um levantamento do que já foi abordado pelos autores e o que poderá ser interessante ser analisado e estudado, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento do estudo científico e académico. Neste sentido, foi tida em conta uma revisão bibliográfica que abrangesse a área dos eventos, em particular dos eventos culturais, a gestão cultural e artística e os vários aspetos inerentes a estes temas.

A terceira etapa é a definição da problemática. Esta é definida tendo em conta a parte exploratória da investigação e engloba os conceitos chave inerentes à pergunta de partida e aos objetivos da investigação. Assim, a problemática de investigação incidirá sobre os seguintes temas: introdução aos eventos; eventos culturais; gestão e programação culturais e a relação entre eventos e espaços culturais.

A etapa seguinte diz respeito à construção do modelo de análise, que consiste na articulação entre a problemática e a observação do campo de análise, neste caso o estudo de caso da CM.

A quinta etapa é definida como *A Observação* e, segundo Quivy & Campenhoudt (1998), é nesta etapa na qual o modelo de análise é “submetido ao teste dos factos e confrontado com dados observáveis” (p. 155). Nesta fase da investigação pretende-se responder a perguntas como: observar o quê?; em quem? e como?. Assim, serão definidos os instrumentos de observação mais adequados para a recolha de informação, sendo estes o levantamento de dados da oferta cultural da CM através das suas agendas culturais e a realização de entrevistas semiestruturadas a três pessoas envolvidas direta e indiretamente na gestão da programação da CM.

Após a recolha de informação, importa analisar e estabelecer uma relação entre os dados recolhidos e as perguntas de partida. É nesta fase que surge a sexta etapa, a *Análise das Informações*, na qual se procede à análise de todas as informações recolhidas através dos instrumentos de observação. Pretende-se, também, nesta etapa responder à pergunta de partida formulada.

A última etapa diz respeito às conclusões, na qual será feito um balanço dos conhecimentos adquiridos ao longo da dissertação e as considerações finais após o tratamento dos dados recolhidos através da observação.

CAPÍTULO 2 – REVISÃO DA LITERATURA

2.1. A CULTURA E OS EVENTOS

Os eventos, assim como a cultura, têm vindo a ganhar um espaço crescente no panorama das cidades e no turismo. No entanto, importa perceber a relação entre estes dois pilares, no sentido de clarificar o papel que têm na criação de eventos culturais.

2.1.1. Relação entre turismo, cultura e eventos

Ribeiro (2011) afirma que o termo cultura, tem sofrido alterações ao longo da história e deverá ser pensada como uma ligação entre as pessoas, as comunidades e, tanto pode ser mediada por objetos materiais como imateriais. De acordo com Coelho (1997), “o termo cultura continua apontando para atividades determinadas do ser humano que, no entanto, não se restringem às tradicionais (. . .) mas se abrem para uma rede de significações ou linguagens incluindo tanto a cultura popular (. . .) a festa, o consumo, o estar-junto, etc.” (p. 103).

Segundo Carvalho (2017), o conceito de cultura pode ser interpretado tendo em conta duas perspetivas. No contexto das ciências sociais, onde o conceito de cultura é tido como o conjunto de ideias, símbolos, comportamentos e práticas sociais artificiais, ou seja, aquelas que são transmitidas de geração em geração; “são estes modos específicos de ser que permitem a comunicação e, portanto, a vida social. Só porque existe um corpo comum e partilhado de conhecimentos, ideias, ideais e símbolos, podemos agir de forma inteligível para os outros.” (Lages & Matos, 2008, p.15). E, tendo a cultura como um todo, onde estão representadas todas as culturas, com as suas características que definem um determinado grupo de indivíduos e/ou comunidade, considerando “o espaço geográfico em que ela se desenvolve e o momento histórico em que ocorre.” (Carvalho, 2017, p. 350).

A relação entre a cultura e o turismo tem vindo a mostrar-se útil e, segundo Urosevic (2012), o turismo apresenta ter um papel importante enquanto elo de

transmissão de valores do diálogo intercultural, promoção, proteção da diversidade cultural e preservação do património cultural (Urosevic, 2012).

Os autores Cros & McKercher (2015) afirmam que alguns dos locais e atividades que rotulamos como produtos culturais só recentemente foram considerados como tal, dado que, em vez disso, visitar locais históricos, participar em eventos e festivais, visitar museus, entre outros, eram considerados como parte de um vocabulário mais amplo de atividades turísticas que se incluíam no pacote de experiência do turismo.

Neste sentido, Cros & McKercher (2015) defendem que o turismo cultural consiste em bens patrimoniais conservados pela sua relevância para a comunidade e não como valor de atração turística, que são transformados em produtos que podem ser consumidos pelos turistas. Esta definição reconhece que o turismo cultural compreende em si mesmo quatro elementos: a utilização de bens culturais, o turismo, o consumo de experiências e produtos e o próprio turista.

Urosevic (2012) acrescenta, ainda, que várias comunidades locais, desenvolvem por meio dos seus produtos culturais tangíveis e intangíveis, uma vantagem competitiva no mercado turístico e de distinção local face à globalização, com o fim de neutralizar os efeitos negativos do turismo tradicional e, em contrapartida, de regenerar e proteger o património cultural, contribuir para o emprego e favorecer o crescimento económico sustentável.

A Organização Mundial de Turismo (OMT), reconhece que o turismo cultural, tem ganho um crescente interesse por parte dos visitantes nos últimos anos, marcando a sua posição na economia e estando presente em todos os pontos das cidades, como questões relacionadas com a formação de identidade, organização social, aspetos relacionados com a produção, performance e local (Hutton, 2016). Assim, a OMT (2017), define turismo cultural da seguinte forma:

A type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage,

culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions. (OMT, 22nd Session of the General Assembly held in Chengdu, 2017)

Verifica-se, também, que o crescimento do turismo cultural está associado ao contínuo crescimento do setor do turismo, pois, cada vez mais, se procura diversificar e qualificar os produtos turísticos. Alguns destes exemplos passam pelo reconhecimento de novos tipos de património, antes desvalorizados, que se traduzem em produtos que, reutilizados, criam “novas atividades, que substituem, parcialmente, a atividade económica desaparecida” (Carvalho, 2007, p.358), como: o turismo industrial; o património subaquático; o património marítimo; o turismo de casas de artistas; o urbanismo e a arquitetura contemporânea, entre outros.

Neste sentido, a ligação entre os eventos e turismo tem vindo a adquirir uma importância significativa no que diz respeito ao desenvolvimento económico, social e cultural, pela expansão progressiva que os eventos têm vindo a ter ao longo dos últimos anos, nomeadamente com vista à valorização e celebração dos patrimónios tangível e intangível. Segundo Vieira (2015), no meio de milhões de participantes em eventos uma grande parte são turistas nacionais e internacionais que consomem produtos turísticos, o que contribui para o desenvolvimento da economia em geral e para o desenvolvimento específico da economia do turismo e de eventos.

2.1.2. O que é um evento?

A história dos eventos é bastante antiga e, pode-se afirmar que esta remonta quase aos princípios da civilização. A verdade é que, desde sempre, o ser humano tem vindo a demonstrar a necessidade de se reunir em conjunto, pelas mais diversas razões e motivações, como trocas comerciais, comemorações religiosas, eventos de lazer e entre outras (Matias, 2007).

Além disso, desde o nascimento que a vida do ser humano é marcada por eventos naturais ou organizados, privados ou públicos, que poderão estar ou não ligados à nossa

vida pessoal, profissional ou coletiva. Segundo Vieira (2015), é através da nossa memória, fotografias, gravações e objetos que guardamos as recordações da nossa participação nestes eventos que consideramos especiais.

Estima-se que todos os dias, em diversos pontos do mundo, se organizem eventos com diversas finalidades, como “o lançamento de um novo produto, um congresso associativo, uma convenção empresarial, um jogo de futebol, uma festa de fim de curso, uma festa religiosa ou um concerto de música clássica ou ligeira” (Vieira, 2015, p.17).

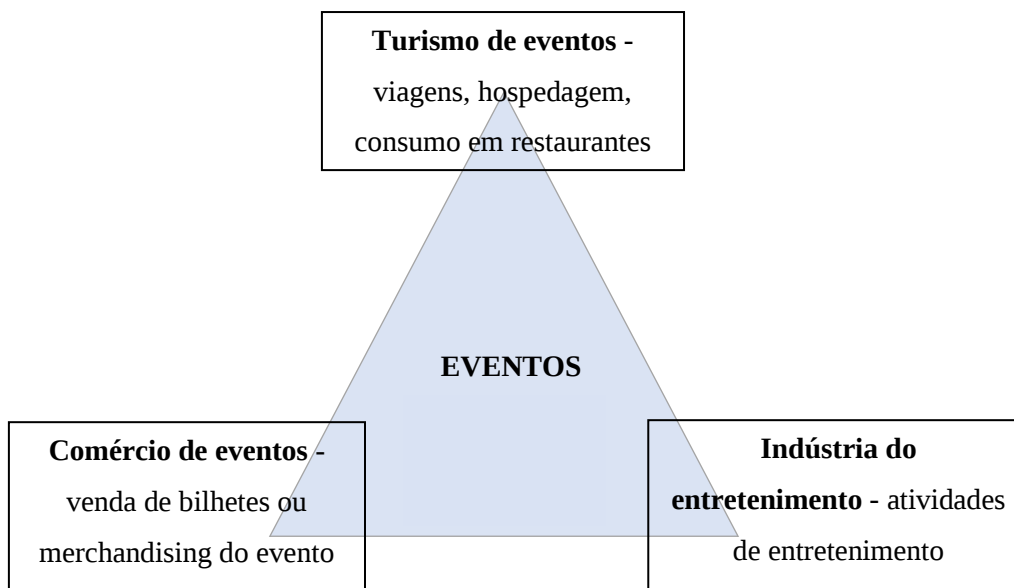
Definir o conceito de evento é bastante difícil, pois este consegue ser bastante complexo dependendo da sua natureza. Na literatura, são vários os autores que apresentam a sua definição de evento. Neste sentido, importa apresentar algumas destas definições e esclarecer o modo como este conceito será entendido nesta dissertação e a especificidades dos eventos que serão analisados no enquadramento do caso de estudo que serve de análise a esta dissertação – a Casa da Marioneta (CM).

Segundo Gonçalves & Umbelino (2017), um evento é “um acontecimento planeado, com uma existência efémera, que se realiza em determinado local, destinado a um grupo de pessoas, tendo na sua base um ou mais objetivos” (p.364), e deve, segundo Getz (2007), ter um fim e um começo bem definidos, ser planeado ao detalhe e divulgado com bastante antecedência.

Para Zanella (2008), os eventos, proporcionam experiências singulares e têm o poder de gerar fortes emoções e expectativas nos seus participantes, promotores, organizadores e para todos os que estiverem envolvidos no mesmo. É através desta particularidade que os eventos se tornam atrativos (Getz, 2007).

Os autores Pedro et al. (2007) salientam, ainda, que é imperativo pensar nos eventos como acontecimentos que irão proporcionar vantagens para todas as partes envolvidas, nomeadamente a localidade anfitriã, os patrocinadores, o comércio local e a comunidade (o que, ainda assim, nem sempre acontece). Através da forma como estes intervenientes atuam uns sobre os outros, é possível delinear um esquema, a partir de três vértices interdependentes, onde se verificam as principais áreas de atuação:

Figura 3 - Principais áreas de atuação dos intervenientes nos eventos



Fonte: Pedro et al. (2007, p.15)

Como avançado no esquema, os eventos são, também, uma forma de atração turística de grande sucesso e, segundo Vieira (2015), a gestão dos mesmos é uma atividade económica de expansão universal e que atua de forma direta ou indireta “no desenvolvimento económico, social e cultural a nível local, regional e nacional” (p.18).

2.1.3. Classificação e tipologia dos eventos

Os eventos podem ser apresentados sob diversas formas ou modalidades, devido à sua abrangência e dinâmica. Neste sentido, são vários os autores que apresentam a sua perspetiva sobre como os eventos devem ser agrupados e classificados.

De acordo com Matias (2007), os eventos podem ser classificados em relação ao público e em relação à área de interesse. Quanto ao primeiro, estes podem ser eventos fechados, que ocorrem para um público-alvo específico, numa determinada situação, no qual se pressupõe o uso de um convite para participar, ou podem ser eventos abertos, podendo sê-lo a todo o público em geral, ou apenas permitir a entrada de público mediante uma inscrição gratuita ou pagamento de uma taxa de participação. Em relação ao segundo,

a autora apresenta uma lista de possíveis áreas de interesse nas quais os eventos se podem enquadrar, como se pode observar na tabela seguinte:

Tabela 2 - Classificação dos eventos consoante a área de interesse (Matias, 2007)

Em relação à área de interesse:	
Artístico	Manifestações de arte – música, pintura, poesia, literatura e outras;
Científico	Assuntos relacionados com as ciências naturais e biológicas – medicina, botânica e outros;
Cultural	Destaca os aspetos de determinada cultura – para conhecimento geral ou promocional;
Cívico	Dedica-se a assuntos ligados à pátria;
Desportivo	Ligado a eventos desportivos – independentemente da modalidade;
Folclórico	Manifestações de culturas regionais de um país – lendas, tradições, hábitos e costumes típicos;
Lazer	Oferece entretenimento ao seu participante;
Promocional	Promoção de imagem ou apoio de <i>marketing</i> – pessoa, produto, entidade ou governo;
Religioso	Trata de assuntos religiosos, seja qual for o culto;
Turístico	Explora os recursos turísticos de um determinado local.

Segundo Bowdin, et al. (2006), existem diversas formas de categorizar ou agrupar os eventos, nomeadamente, pela sua dimensão, forma e conteúdo. No que diz respeito à dimensão, este autor considera quatro categorias mais comuns: os grandes eventos, os megaeventos, os *hallmark events*¹ e os eventos locais/comunitários. Quanto à forma e conteúdo, o autor aborda três grandes tipologias de eventos; os eventos culturais, os eventos desportivos e eventos de negócios, apresentando a seguinte justificação para esta escolha

Cultural events, including festivals, are a universal form of events that pre-date the contemporary events industry and exist in most times and most societies.

¹ Os *hallmark events* são eventos que proporcionam uma imagem positiva e uma vantagem competitiva à comunidade ou destino anfitrião, pela sua atratividade, qualidade, publicidade e significado (Getz, 2007).

Sports events have grown out of similar roots to become a sizable and growing sector of the event industry. Business events, sometimes called MICE (Meeting, Incentives, Conventions and Exhibitions) events, are an established arm of the events industry, and generate considerable income for their host cities and, increasingly, for regional centres. (Bowdin et al., 2006, p.18)

Pedro et al. (2007), propõe, também, uma série de critérios de acordo com os quais os eventos podem ser classificados, como a finalidade, a periodicidade, a área de abrangência, a zona de ação, o público-alvo ou o nível de participação:

Finalidade – podem ser institucionais os que têm como objetivo “desenvolver, manter ou aperfeiçoar a imagem” de quem organiza o evento (Pedro et al., 2007, p.18) mantendo alguma fidelização ou promocionais, com a finalidade da venda de produtos, como a participação nas feiras, onde, por exemplo, as empresas apresentam os seus produtos para os tentar comercializar.

Periodicidade – quanto a este critério, os eventos podem ser esporádicos, ou seja, sem uma periodicidade definida, sendo planeados e executados quando convém à empresa ou indivíduo(s), ser periódicos, realizando-se, por exemplo, uma vez por mês ou por ano, tendo uma periodicidade fixa ou de oportunidade, que se desenvolvem no âmbito de ações externas à empresa, como o uso de datas comemorativas.

Área de abrangência – os eventos podem ser agrupados consoante a sua área, sendo classificados como locais, regionais, nacionais ou internacionais.

Área de ação – os eventos podem ser considerados internos ou externos, dependendo do lugar escolhido pelo organizador de eventos.

Público-alvo – quanto ao público-alvo, este é o público para qual o evento será direcionado, ou seja, o consumidor final dos produtos ou serviços.

Nível de participação – no que toca ao nível de participação, existem vários cenários, como, um indivíduo organizar o seu próprio evento, usando os seus recursos financeiros ou “participar em eventos criados por outras empresas, através de apoios ou patrocínios, pagando uma verba para ter a sua marca associada ao acontecimento” (Pedro et al., 2007, p.19).

Em conformidade com Pedro et al. (2007), Zanella (2008) também apresenta uma visão semelhante em relação à forma como os eventos podem ser classificados, apontando os seguintes grupos: o nível dos participantes, a amplitude, a área, a natureza, o local, entre outros.

Quanto à tipologia dos eventos, é possível indicar os tipos mais comuns de eventos, tendo em conta a natureza, conteúdo e objetivos e o formato, como se pode observar na tabela 2:

Tabela 3 - Tipologia dos eventos (Adaptado de Matias, 2007; Gonçalves & Umbelino, 2017; Zanella, 2003; Vieira, 2015 & Pedro et al., 2007)

Tipos de eventos			
Natureza, conteúdo e objetivos	Comerciais; Culturais; Sociais; Artístico/ culturais; Gastronómicos; Desportivos; Políticos;	Históricos; Religiosos; Científicos ou técnicos; Turísticos; Promocionais; De negócios; Entre outros...	
Formato	Assembleia; <i>Brainstorming</i> ; <i>Brunch</i> ; Cimeira; Colóquio; Concílio; Conclave; Concurso; Conferência; Congresso; Convenção; Coquetel; Desfiles; Debate;	Desfile; Encontro; Entrevista coletiva; Exposição; Feira; Festivais; Fórum; <i>Happy hour</i> ; Homenagens; Inaugurações; Jornada; Leilões; Megaevento; Mesa redonda;	Vídeo conferência ou teleconferência; <i>Workshop</i> ; Oficina; Painel; Palestra; Receções; Roda de negócios; <i>Roadshow</i> ; Salão; Seminário; <i>Showcasing</i> ; Simpósio; Entre outros...

No entanto, é de salientar que, cada vez mais, os eventos têm tendência para misturar temas e características específicas de um determinado tipo de evento, podendo ser agrupados em várias tipologias. Desta forma, é bastante difícil determinar uma classificação ou tipologia fixa de eventos, pois cada evento é único e tem as suas próprias características e objetivos.

2.2. EVENTOS CULTURAIS

2.2.1. Características dos eventos culturais

Para Ali-Lnight & Robertson (2004), a cultura pode variar de cultura de elite, cultura popular e cultura contemporânea, incluindo atividades diversas como o futebol, a música e a televisão. E, assim como a cultura, os eventos culturais podem abranger diversas atividades, como uma visita guiada a um museu, celebrações culturais, comemorações, exposições internacionais, festivais de música, teatro ou dança, carnavais, espetáculos históricos e entre outros (Carvalho, 2017).

Os eventos culturais têm surgido como produtos turísticos alternativos e meios de desenvolvimento local. Estes desempenham, segundo Ribeiro et al. (2005), “vários papéis importantes, que vão desde a atração de turistas, à animação de atrações fixas, à dinamização de outras atividades até a elementos e suporte à criação de uma imagem do destino turístico.” (p. 63). Além disso, permitem a diminuição da sazonalidade do turismo, a construção de um destino mais atraente e, podem atuar enquanto impulsionadores da economia regional (Nadotti & Vannoni, 2019).

Estes têm um papel fundamental tanto na diversificação da oferta turística, captando novos segmentos e renovando o interesse dos visitantes habituais, como na recuperação e reconstrução da cultura popular e tradicional e da revitalização dos lugares e regiões (Ribeiro et al., 2005).

Importa referir que, grande parte destes eventos são financiados por fundos públicos, patrocinadores ou através da ajuda de um mecenas, dada a sua relevância para a economia local (Carvalho, 2017).

Segundo Getz (1991a; 1991b), citado por Ribeiro et al. (2005), os eventos culturais preenchem uma série de características que devem ser salientadas, como: serem atividades concentradas num determinado período de tempo, com uma duração limitada; terem um programa pré-definido, com um conjunto de atividades de múltiplas temáticas e dimensões; serem autênticos, únicos e diferenciadores e, por isso, de relevância para a oferta turística; focarem-se em elementos artísticos e comunitários, com objetivos bem

definidos; destacarem aspetos culturais e terem motivações culturais, artísticas, turísticas e educativas (McCarteny & Osti, 2007).

Os eventos culturais, dependendo da sua forma e conteúdo, podem também ser classificados como grandes eventos. Os festivais têm sido apontados como um destes exemplos. Tendo vindo a ganhar destaque ao longo dos últimos anos, este é um tipo de evento que produz receitas significativas a nível turístico e económico, além de contribuir para a vida social e cultural da comunidade local onde se realizam, promovendo o espírito comunitário, liderança e valorização das tradições culturais (Bowdin et al., 2006; Derrett, 2004).

Importa salientar o impacto económico que estes festivais têm e que resultam no consumo de produtos turísticos centrados numa determinada área geográfica, no qual os principais beneficiários são “as unidades de alojamento, as transportadoras, os restaurantes [e] o comércio” (Garcia & Nunes, 2009, p. 45).

Um festival é de duração limitada ocorre, geralmente, num espaço delimitado, tem objetivos bem definidos e pode ou não ser da esfera do efémero (Seabra, 2012). O aumento de eventos culturais como os festivais foi favorecido “não só pelas tendências da procura de atividades culturais mas, também, pelo crescimento da oferta” (Ribeiro, Vareiro, Fabeiro & Blas, 2005, p. 63).

Além disso, percebe-se que o êxito destes festivais está relacionado, também, com entusiasmo das comunidades e com a capacidade dos organizadores (Garcia & Nunes, 2009).

Em conformidade com as características dos eventos culturais, Bowdin et al. (2006), enuncia sete características dos festivais de arte desenvolvidas pela organização *South East Arts* (1998), sendo estas: 1) Alto perfil global de celebração das artes – são festivais que contêm nas suas atividades um alto teor de comemoração das artes e da cultura; 2) Festivais que celebram um local particular – onde a programação é pensada e idealizada a partir do local, no sentido de o celebrar, que são exemplo, as festas populares; 3) Festivais de formas de arte, como são exemplo, os festivais de marionetas e os festivais de música; 4) Celebração de trabalho por uma comunidade de interesse, no qual a comunidade tem a oportunidade de apresentar ao público aquilo que desenvolveu, um destes exemplos, é todo o trabalho que é preparado para o desfile de carnaval; 5)

Calendário, onde são celebradas datas importantes, como o dia 25 de abril, o ano novo e a páscoa; 6) Festivais de artes amadoras, como o Amadora BD, o Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora e 7) Festivais comerciais de música, como são exemplo o festival NOS Alive e o Rock in Rio.

Além destas características, Getz (2005), refere que os festivais de arte são universais e muito diversos, por isso, a fim de os classificar, o autor apresenta as seguintes categorias de arte: visual (ex: escultura, pintura, fotografia); performativa (ex: cinema, dança, teatro, pressupõe um público) e participativo (não existindo uma separação entre o artista e o público). Posto isto, aponta critérios mais específicos, como: ser um evento apresentado por artistas profissionais ou amadores; ser competitivo ou festivo; ter um gênero misto ou único; ser multicultural ou representar uma única cultura; ser pago ou gratuito; ter uma programação regular, periódica ou única e ser temporário ou permanente (Getz, 2005).

2.2.2. Os impactos e contributos dos eventos culturais

Os eventos têm vindo a mostrar-se bastante benéficos, tendo em conta que estes podem afetar vários aspetos das nossas vidas, nomeadamente, a nível cultural, social económico, ambiental, político e social (Bowdin et al., 2006).

Cada vez mais, os gestores de eventos procuram avaliar e perceber os impactos que os eventos têm, identificando-os, descrevendo-os e controlando-os, tanto nas comunidades anfitriãs, como nas partes envolvidas, no sentido de otimizar e maximizar os seus benefícios e prever e diminuir os impactos negativos (Bowdin et al., 2006).

No sentido de analisar os impactos que os eventos têm, Bowdin et al. (2006), definiram quatro categorias na esfera de atuação dos eventos, como: social e cultural; ambiental e físico; político e turismo e económico.

Social e cultural – todos os eventos têm um impacto social e cultural nos participantes e na comunidade que acolhe o evento que vão desde o sentimento de partilha de experiências, à sensação de pertença e orgulho proporcionados por eventos específicos, como eventos comunitários e culturais.

Ambiental e físico – os eventos podem ser um meio para mostrar características ambientais do local anfitrião, além de estimular estes locais a renovar e transformar as suas instalações e infraestruturas, melhorar os transportes e as comunicações e aumentar a consciência ambiental da comunidade local.

Político – o setor da política tem um papel predominante nos eventos pois, por via dos eventos, os governos conseguem transmitir mensagens acerca da imagem das cidades e da sua governança, enquanto beneficiam a nível económico, turístico e social, ocasionando momentos de lazer à população. Desta forma, estes mostram-se ser atores importantes no processo de candidatura, hospedagem e realização do evento (Bowdin et al., 2006, p. 49).

Turismo e económico – um dos impactos mais evidentes neste setor é a receita turística que é gerada pela realização dos eventos, através dos gastos dos turistas, no evento, nas viagens, hospedagem, bens e serviços, entre outros.

Segundo Vieira (2015), existem efeitos no turismo que resultam da realização de eventos que “podem ser classificados, segundo a forma como são produzidos, em efeitos diretos, indiretos, induzidos e catalíticos” (p.93). Este autor afirma que estes efeitos, que são gerados diretamente pela realização de eventos, devem ser analisados tanto do lado da procura como da oferta de serviços turísticos, tal como se apresenta na tabela 4 (Vieira, 2015).

Tabela 4 - Efeitos dos eventos no turismo – lado da procura e da oferta de serviços turísticos (Adaptado de Vieira, 2015, pp. 93-94)

Do lado da procura	Do lado da oferta
• Aumento dos fluxos turísticos tradicionais e criação de novos fluxos de turistas (“turismo de eventos”); • Aumento da procura de serviços logísticos ou de apoio pelas empresas do <i>cluster</i> de turismo aos participantes em eventos; • Aumento da procura de serviços turísticos após o evento, participantes que retornam ao destino;	• Aumento da oferta local e regional de serviços turísticos (hotelaria, animação, restauração, entre outras); • Diversificação da oferta: os eventos surgem como uma alavanca para a criação de novos produtos; • Aumento do investimento em superestruturas turísticas como hotéis e serviços coletivos; • Criação de condições e competências de profissionais do turismo que permitam uma relação eficiente e de cooperação entre o turismo e eventos; • Consolidação entre a relação estratégica do <i>cluster</i> do turismo e o <i>cluster</i> da indústria de eventos;

• Alargamento do período da estação turística tradicional, reduzindo a sazonalidade; • Criação de uma imagem mais favorável do destino.	• Criação de um fator de diferenciação, de posicionamento e de promoção do destino; • Criação de um novo fator de atratividade.
--	--

Além disso, os eventos têm um papel importante no desenvolvimento da economia, pelo contributo que estes dão, tanto para a economia nacional e regional, como para o turismo, de forma significativa devido à sua “dimensão, à sua importância, do valor dos atos económicos praticados pelos protagonistas estratégicos na organização de eventos e à dimensão do valor dos atos turísticos praticados por aqueles que participam” (Viera, 2015, p. 163). Saliente-se que os turistas participantes são os que, por norma, têm mais poder de compra em relação aos visitantes e turistas nacionais, contribuindo, assim, para atos turísticos com mais expressão económica (Vieira, 2015).

Em relação aos impactos negativos que os eventos podem gerar pode-se enunciar alguns, como: a possível resistência por parte da comunidade que recebe o evento; a nível ambiental, poderá haver um aumento da poluição, tanto sonora como de resíduos; a nível económico, existe a especulação de preços, ou seja, um aumento exponencial dos mesmos; a nível de segurança, poderá haver um aumento da criminalidade e potenciais ações de terrorismo; a nível cultural, há a possibilidade de existirem conflitos e confrontos resultantes do desrespeito pelos valores culturais da comunidade local, pela falta de compreensão ou conhecimento por parte dos visitantes e/ou turistas e a nível dos megaeventos, estes podem criar algum repúdio temporário ao destino, pelas suas características que proporcionam um forte aumento da procura concentrada no tempo (Gonçalves & Umbelino, 2017).

Os eventos culturais, por sua vez, e como referido por Ribeiro et al. (2005), têm a capacidade de atuar enquanto renovadores e revitalizadores “dos lugares e das regiões, não só a nível económico mas também a nível paisagístico, de preservação do património cultural e histórico” (Ribeiro et al., 2005, p. 63), ao mesmo tempo que conseguem influenciar a imagem interna e externa do destino.

Além disso, a par dos impactos negativos do turismo em massa, os eventos culturais apresentam-se como uma alternativa mais focada na comunidade e no

desenvolvimento sustentável e, segundo Getz (1991a), citado por Ribeiro et al. (2005), estes eventos podem alcançar estes objetivos, desde que:

i) satisfaçam as necessidades locais de lazer, reduzindo o desejo de procurar outros destinos; ii) mantenham tradições autênticas, o que pode ter o efeito de atrair turistas mais sensíveis aos recursos endógenos; iii) melhorem o relacionamento dos residentes com os turistas, ao facilitar o entendimento e uma maior troca de benefícios mútuos; iv) contribuam para a conservação do património natural, histórico e cultural; v) por último, encorajem o desenvolvimento organizacional local, a liderança e a cooperação entre todos os agentes envolvidos, crucial se se pretende um desenvolvimento turístico baseado na comunidade. (Ribeiro et al., 2005, p. 66)

Importa acrescentar, também, que os eventos culturais proporcionam à comunidade uma oferta cultural onde se inclui uma programação cultural de qualidade e adequada ao local onde se realizam (Ribeiro et al., 2005).

Relativamente aos aspetos negativos especificamente associados a estes eventos, pode-se enumerar alguns, como: o congestionamento; o uso excessivo de algumas infraestruturas; a ausência de preocupação dos visitantes e/ou turistas na preservação dos recursos naturais e patrimoniais e o aumento da concorrência deste tipo de eventos.

2.2.3. A importância dos eventos culturais para a comunidade local

A fruição da cultura surge, cada vez mais, como um elemento essencial ao desenvolvimento sustentável dos territórios, a par do desenvolvimento económico, ambiental e social. Esta é vista como uma forma de melhorar a qualidade de vida e o bem-estar das populações e deve ser pensada como uma

fonte de bem-estar e de qualidade de vida (...) mas também, simultaneamente, nas relações e nos impactos que a cultura e as práticas culturais têm nos sistemas

territoriais onde se desenvolvem, e na forma como as atividades culturais beneficiam e prejudicam os ecossistemas culturais e criativos onde estão embebidas. (Costa et al., 2017, p. 46)

Esta conexão entre a cultura, qualidade de vida e bem-estar pode ser interpretada de várias perspetivas: pela fruição cultural, que está ligada ao bem-estar e à noção de que as atividades culturais são acessíveis a todos; pela capacidade de expressão cultural, que surge como uma forma de (auto)satisfação, reconhecimento e valor, dado que a expressão cultural pode proporcionar, tanto a nível individual como coletivo; a criação de empregos, qualidade cultural e vivências profissionais; pela acumulação e preservação da identidade e memória coletivas e pelos efeitos externos induzidos pelas atividades culturais, por forma indireta ou induzida, como por exemplo a criação de espaços urbanos recuperados através da cultura (Costa et al, 2017).

Para Ali-Knight & Robertson (2004), a cultura promove a imagem e a revitalização das cidades e, pode ter um papel fundamental na criação de comunidades mais sustentáveis e inclusivas, no sentido em que a cultura enriquece a experiência da comunidade na cidade, tornando-a única na sua história (Ali-Knight & Robertson, 2004).

Tjarve & Zemīte (2016), salientam que as atividades culturais, incluindo os eventos culturais, podem ter um impacto positivo na comunidade local, nomeadamente no seu desenvolvimento e a nível económico, ambiental e social, como se pode verificar na figura 4.

Figura 4 - Benefícios das atividades culturais

I: *Benefits from Cultural Activities*

Economic	Environmental	Social
● direct and indirect employment; ● inward investment and business location; ● attraction of educated workforce; ● property value; ● visitor and resident spending; ● economic diversification; ● flexible, responsible and cost-effective part of community development; ● branding for a city, associating it with the desirable 'goods'.	● re-use of redundant buildings or open space; ● improved public realm, increasing use and sense of safety and reducing vandalism; ● pride in place; ● openness and the courage to change on the part of citizens and institutions; ● environmental renewal and health promotion; ● creating attractive environment for people to live in and visit.	● confidence and change in perception of area and person; ● volunteering and social capital; ● community cohesion; ● education and learning new skills; ● health and wellbeing; ● crime reduction, including truancy; ● new solutions to everyday problems; ● developing valuable social networks; ● development of community pride; ● understanding and helping communities organize themselves; ● adds creativity to organizational planning; ● produces social change that can be seen, evaluated and broadly planned.

Source: Barker, 2012, Bianchini, 1993, Ennis and Douglass, 2011, Landry, 2008, Matarasso, 1997, Estonian Ministry of Culture, 2010

Fonte: Tjarve & Zemīte (2016, p.2152)

Os eventos culturais são, desta forma, um meio que, usados e posicionados de forma estratégica, permite oferecer um maior leque de oferta cultural à comunidade e, também a possíveis turistas e investimentos (Ali-Knight & Robertson, 2004).

Neste sentido, é relevante que estes eventos tenham o apoio da comunidade local e sejam reconhecidos por esta e pelos turistas como autênticos, uma vez que muitos destes eventos são considerados como “celebrações culturais” nacionais ou estrangeiras, que gradualmente são integrados nas agendas culturais, independentemente do local de origem destas celebrações. Neste caso, não deve ser algo organizado com superficialidade e pouco rigor, pois deve proporcionar o sentimento de nostalgia e contemplar valores do passado e, assim, ter um impacto positivo na comunidade (McCartney & Osti, 2007).

Segundo Derrett (2004), a aceitação do evento pela comunidade está associada ao conteúdo destes eventos e pela forma como estes são introduzidos e envolvidos na comunidade:

Festivals are attractive to communities looking to address issues of civic design, local pride and identity, heritage, conservation, urban renewal, employment generation, investment and economic development. The more an event is seen by its host community as emerging from within rather than being imposed on

them, the greater that community's acceptance of the event will be. (Derrett, 2004, p. 33)

Desta forma, conclui-se que os eventos que são bem-sucedidos tendem a beneficiar positivamente as comunidades locais, tanto pelas oportunidades socioculturais que apresentam, estimulando o envolvimento da comunidade, como pelo desenvolvimento económico que promovem (Derrett, 2004).

2.3. Gestão e programação culturais

O campo das artes e da cultura é bastante amplo e apresenta em si mesmo uma grande pluralidade de intervenientes, os criadores e/ou artistas e os programadores.

Segundo Madeira (2002), o programador cultural tem como função intermediar, ou seja, este assume-se como um “intermediário cultural”, que “tal como a palavra indica, assenta na pressuposição clássica de um processo de criação artística repartido entre produção, intermediação e receção” (Madeira, 2002, p. 18).

Assim, importa definir que ferramentas e aspetos devem ser considerados na gestão e programação culturais.

2.3.1. Democratização Cultural

É impossível falar em políticas culturais sem abordar o importante contributo que França e os Estados Unidos tiveram no seu surgimento.

Foi nos anos sessenta do século passado, em França, que surgiram as primeiras formulações acerca da centralidade dos públicos na formação de políticas culturais públicas e, nos Estados Unidos, onde começou a surgir alguma preocupação relacionada com o papel que a sociedade civil tinha na conceção e gestão dos equipamentos culturais (Lopes, 2008).

Inicialmente, as políticas culturais tinham pouca, ou quase nenhuma, visibilidade no campo político, sendo mantidas separadas da atividade económica. Foi a partir do ano de 1961 que surgiu, em França, a primeira comissão encarregue do campo cultural e artístico do Quarto Plano, designado por “Equipamentos culturais e patrimónios artísticos”, antecedido por um decreto criado a 24 de julho de 1959 no qual se procedeu à criação do Ministério dos Assuntos Culturais, atribuído a André Malraux. Este Ministério tinha como missão de tornar acessíveis as obras capitais da humanidade a França e ao maior número possível de franceses, propiciando, “a mais vasta audiência ao nosso património cultural” e favorecendo “a criação das obras de arte e de espírito que o enriquece[sse]m” (Caune, 1999, p.76 (citado por Lopes, 2008)).

Este projeto político de Malraux assentava num “núcleo-duro” designado por democratização cultural, onde, como já referido, se procurava tornar acessível as obras da humanidade ao maior número de pessoas possível. Para isso, foram necessários tanto esforços financeiros e administrativos na difusão, como um apoio à criação artística (Lopes, 2008).

A partir deste projeto, começaram a surgir as designadas “casas da cultura” por toda a França, que retratava uma das mais importantes “intervenções sistemáticas numa rede nacional e descentralizada de equipamentos culturais (. . .) ligando, numa perspetiva evolucionista, a passagem da instrução pública obrigatória, à educação popular e, finalmente, à ação cultural, dispositivo associado às casas da cultura” (Lopes, 2008, p. 77).

Enquanto França se aproximava do processo civilizacional refundando as suas classes dominantes e centrando “a cultura no afinamento das disposições individuais e (. . .) [na] civilização nas dinâmicas coletivas”, os Estados Unidos apresentavam-se como um país de emigrantes, albergando em si diferentes culturas e, por isso, desde bastante cedo “se preferiu um uso descritivo do conceito de cultura, levando à sua des-singularização e à sistemática utilização do plural *culturas*” (Lopes, 2008, p. 79).

Neste sentido, ambas as formações sociais, a francesa e a americana, facilitaram “uma compreensão fina das conexões existentes entre o essencialismo das identidades nacionais, a relativa autonomia da ordem cultural e simbólica, os particulares contextos

históricos e a estruturação das elites no surgimento francês do conceito de democratização cultural” (Lopes, 2008, p. 79).

No que toca à definição dos conceitos de democracia cultural e democratização cultural, Lopes (2008) afirma que estes conceitos podem ser erradamente interpretados como sinónimos; ambos apresentam uma perspetiva diferente, podendo, no entanto, complementar-se em alguns aspetos.

A democracia cultural tem como objetivo estratégico fornecer à população instrumentos e estruturas que permitam criar processos de dinamismo de forma democrática e igualitária, tendo a população um duplo papel de participante e de agente, uma vez que a democracia cultural é uma estratégia que implica toda a população, tendo um papel ativo e direto. Na democracia cultural a cultura é usufruída por todos e cada pessoa vive e realiza a sua própria cultura onde o foco é a participação cultural (Lopes, 2008).

Por sua vez, a democratização cultural é uma forma de transmitir os benefícios da cultura à população, proporcionando à população conhecimentos culturais de todos os elementos sociais. O seu principal objeto é o acesso à cultura, mencionando que a cultura é para todos. Importa referir que esta tem adquirido um destaque e visibilidade nos programas políticos devido à sua importância enquanto fator de desenvolvimento, cidadania e coesão social, sendo estabelecida nas estratégias de alargamento e criação de novos públicos para a cultura (Gomes & Lourenço, 2009).

2.3.1.1. Políticas Culturais Nacionais

Foi a partir dos anos 80 do século passado que a cultura começou a ganhar um contorno importante na definição das políticas públicas em Portugal, sendo emergente a criação de políticas culturais nacionais focadas na democratização cultural, na salvaguarda do património, na valorização da identidade cultural nacional, na descentralização da oferta cultural e no apoio à criação cultural e artística (André et al., 2014; Santos, 1998).

Com a criação do Ministério da Cultura em 1995, a cultura passou a ter um papel na estratégia do desenvolvimento do país e, desta forma, a estar ao mesmo nível, no

Conselho de Ministros, de áreas como as finanças, a educação, a economia, entre outras (Carrilho, 2013).

As prioridades e inovações que o Ministério da Cultura (1995) procurou assegurar foram, por exemplo, o Plano Nacional de Leitura e a Rede Nacional de Bibliotecas Públicas, através da articulação entre a política da educação e a política cultural que, “prosseguiam um objetivo comum – a implantação de medidas visando a referida articulação de políticas” (Santos, 2007, p. 2). Os financiamentos e os apoios à criação foram também reforçados, nas várias vertentes das artes, em especial na área do teatro e do cinema, da dança, da fotografia e das artes plásticas.

Além da criação do Ministério da Cultura, o XIII Governo procurou construir medidas mais concretas assentes nos seguintes princípios:

- 1) a democratização, através fundamentalmente do alargamento do acesso às práticas culturais, do reforço do ensino artístico e da garantia do cumprimento das obrigações culturais do serviço público de rádio e televisão;
- 2) a descentralização, através de uma cooperação com as autarquias e instituições culturais locais, do estabelecimento de polos regionais de organismos nacionais e da exigência de uma componente de itinerância nos projetos financiados pelo Estado;
- 3) a internacionalização, através da participação de Instituições portuguesas em projetos internacionais e da promoção da cultura portuguesa no exterior;
- 4) a profissionalização, a que pela primeira vez se dá verdadeiro destaque, através da associação entre as instituições culturais do Estado e as instâncias de formação e da formação e reciclagem contínua dos profissionais;
- 5) a reestruturação, uma das apostas fortes da política cultural deste Governo, que implica, uma desconcentração institucional num conjunto de organismos flexíveis e dotados de elevada autonomia, por forma a garantir uma maior eficácia das intervenções, a prioridade à especialização profissional para o exercício de funções de chefia nas instituições culturais e o reforço da transparência e rigor na relação do Estado com os parceiros na intervenção cultural. (Santos, 1998, p. 75)

Segundo Ribeiro (2011), os episódios da Europália 91, Lisboa 94 Capital Cultural e Expo 98, foram importantes, mas não revelam uma política cultural anterior extremamente estruturante e estruturada. Estes episódios foram favorecidos pela integração de Portugal na Comunidade Europeia, pelo elevado investimento em equipamentos culturais, por um programa político correto e alguma folga orçamental.

Porém, a perda de consideração que os governos tiveram em relação à cultura, reforçada pela recessão económica e medidas de austeridade, levaram extinção do Ministério da Cultura em 2011, no qual atingiu esta na sua representatividade, “relegada para uma secretaria executiva de um processo de emagrecimento dos orçamentos, sem possibilidade de representatividade simbólica nacional e internacional, foi a própria atividade cultural que foi desconsiderada e diminuída na sua expressão e necessidade” (Ribeiro, 2011, p.46).

Segundo Carrilho (2013), o que se foi dissipando foram os objetivos, os meios e os *timings*, sendo que sem planeamento não é possível ter-se uma previsão orçamental. O orçamento da cultura, foi-se alterando e reduzindo ao longo dos anos.

Posteriormente, no ano de 2015, o Ministério da Cultura foi novamente restaurado, passando a ser designado por Ministério da Cultura, da Igualdade e da Cidadania.

Segundo André et al. (2014), a partir dos anos 90 do século passado até à atualidade, percebe-se que a cultura tem estado presente na estruturação da agenda do governo português e dos autarcas, no entanto, mantém-se presa a um “registo bastante tradicional que tem privilegiado o património e os museus” (André et al., 2014, p.24), surgindo, cada vez mais, iniciativas nacionais e locais focadas na produção cultural e criação artística, dado que o setor cultural tem procurado ser reconhecido e associado como “um fator de competitividade, muito ligado ao turismo e ao investimento imobiliário, mas também como veículo de coesão e de inclusão social” (André et al., 2014, p.25).

Tendo em conta o *Orçamento de Estado 2021 – Proposta de Lei e Relatório* (Ministério das Finanças, 2020), foram definidas, para o ano de 2021, diversas medidas associadas a uma política global de cultura abrangendo toda a sua esfera, nomeadamente, o património, a comunicação social, a criação artística e a internacionalização da cultura

e da língua portuguesa. Além disso, será aplicada uma política de reforço de investimento na cultura, devido aos impactos sentidos no setor pela crise de saúde provocada pelo Covid-19. Acrescenta-se, ainda, que existe a intenção de que o ano de 2021 seja

um ano de lançamento de importantes instrumentos de política cultural e será o ano em que Portugal exerce a Presidência do Conselho da União Europeia, com importantes impactos ao nível da política europeia e nacional para o setor da cultura e as áreas criativas e ao nível da internacionalização da cultura, através da programação cultural associada à Presidência do Conselho da União Europeia. (Ministério das Finanças, 2020, p. 206-207)

Importa referir, também, que ao longo do ano 2021, o Ministério da Cultura irá orientar uma série de objetivos da política cultural pública, que irão incidir sobre os seguintes eixos:

- 1) Implementar medidas de apoio às artes e criação artística;
- 2) Reabilitar e dinamizar o património cultural;
- 3) Consolidar e descentralizar a arte contemporânea;
- 4) Transformar e modernizar os museus, monumentos e palácios;
- 5) Apoiar as áreas criativas e empreendedorismo criativo;
- 6) Dinamizar programas para o livro, a leitura e a rede de bibliotecas;
- 7) Promover e apoiar os setores do cinema, audiovisual e média;
- 8) Dinamizar medidas de diplomacia cultural e internacionalização da cultura portuguesa;
- 9) Estimular a cooperação entre e empresas e outras organizações privadas e públicas com museus e monumentos.

No que diz respeito à análise do programa orçamental da cultura deve-se considerar dois grandes grupos: a Cultura e a Comunicação Social, uma vez que a despesa total é o valor destes dois grupos em conjunto (cf. figura 3). Assim, a despesa total consolidada prevista para o ano de 2021 é de 563,9 milhões, o que corresponde a um aumento de 19,3% em relação ao ano de 2020. No entanto, a representatividade da cultura

continua ainda mais aquém da meta do 1% do Orçamento do Estado (Ministério das Finanças, 2020).

2.3.1.2. Políticas Culturais Locais

De acordo com Centeno (2009), são poucas as políticas culturais camarárias que dispensam investir em ações de prestígio e impacto mediático, nomeadamente, a “aquisição e/ou recuperação de grandes equipamentos físicos (. . .) ou acontecimentos culturais extraordinários” (Centeno, 2009, p. 2984), sendo disso exemplo os festivais.

Estas políticas culturais autárquicas têm a tendência para acompanhar a evolução das políticas culturais nacionais, não se diferenciando pelos seus princípios locais de natureza político-partidária (Centeno, 2009).

Nas últimas décadas, houve uma mudança nas atividades culturais do país. Com a consolidação e implantação nacional e internacional surgiram no âmbito local, festivais de variados campos artísticos (Seabra, 2012).

Outro aspeto que tem vindo a favorecer um maior destaque das políticas culturais junto das políticas municipais e no lugar que os serviços culturais têm no conjunto da administração autárquica é o contributo dado pelos responsáveis políticos e técnicos municipais, que através das suas próprias características diferenciadora, como “o género, a geração, a qualificação académica, a condição socioprofissional e a sua maior ou menor proximidade face a meios artísticos e académicos de âmbito nacional ou internacional” (Centeno, 2009, p. 2986) têm tido um impacto positivo na forma como as políticas culturais locais são geridas.

Por outro lado, a cultura tem vindo a ganhar notoriedade nos últimos anos e a assumir a sua singularidade no contexto nacional, dado que é perceptível no plano das representações e nos discursos dos agentes que as políticas culturais estão, cada vez mais, direcionadas para a importância que a cultura tem na identidade coletiva local (Centeno, 2009). É presumido que esta seja integrada no centro das preocupações governativas, pois a sua inscrição

no centro das políticas de desenvolvimento dos territórios é assim um corolário perfeitamente natural, exigindo-se portanto uma visão territorial, que direccionada para uma ideia de desenvolvimento integrado, sustentável e inclusivo, inclua a política cultural e a atuação para a cultura, transversalmente, nesse desiderato, e assuma novas lógicas de articulação e formas de governança eficientes, que façam a ponte entre a administração local, as comunidades locais, e as instituições que com elas regularmente trabalham. (Costa, Rodrigues & Martins, 2015, p.11)

Neste sentido, é importante reforçar o importante papel que as instituições públicas, privadas e organizações do terceiro setor têm na definição das orientações e estratégias das políticas culturais, uma vez que estas só terão o impacto esperado se existir uma articulação e participação ativa entre todos os implicados.

2.3.2. Gestão e programação artísticas e culturais

A expansão, que se tem sentido nos últimos anos, do desenvolvimento das tecnologias de informação e inovação (TII) têm vindo a fornecer recursos intelectuais que têm alterado as formas de criação artística e a forma como são distribuídos e consumidos os bens culturais, fortalecendo a ligação entre a cultura e a economia, o que tem resultado num fortalecimento do mercado cultural (Ferreira, 2015).

De acordo com Carpenter (2008a), a programação cultural e artística teve início nos anos 90 do século passado e é descrita da seguinte forma:

A process of planning and delivering leisure experiences to an individual or a group. Arts and Cultural programming, then, is the planning and delivering of Arts and Cultural leisure experiences for individuals and groups. In this way Arts and Cultural programming emphasizes the type of leisure experience that is being made available. (Carpenter, 2008a, p. 9)

Neste sentido, a cultura e a arte têm vindo a ocupar um espaço importante no que diz respeito às alternativas de diversão e lazer, ocupando um papel relevante como um investimento rentável inserido num mundo capitalista, dado que “tem-se assistido a um aumento do número de museus, teatros, cinemas, locais para espetáculos e apresentações artísticas, bem como um aumento da quantidade da oferta de espetáculos, exposições e demais eventos artísticos e culturais.” (Ferreira, 2015, p.38).

Segundo Ferreira (2015), fala-se muito do impacto e da importância que as atividades artísticas e culturais têm na sociedade moderna, mas pouco se fala de como estas atividades são geridas e criadas, ou seja, do papel importante da gestão cultural.

A gestão artística e cultural é um processo que liga as esferas da cultura e do social à construção de novos elos entre a cultura, o espaço público e a política. Esta surge como um desafio aos artistas e atores sociais no sentido em que é necessário mudar as suas formas de relacionamento com os públicos. E é, cada vez mais, pensada, praticada e financiada como estratégia em diversos contextos, como os de revitalização territorial e de desenvolvimento social, sendo destinada a quem pretende executar um projeto que promova a participação da comunidade ou a integração de uma abordagem cultural ao seu trabalho educativo ou social (*Culture pour tous* (s.d.)).

Portugal tem vindo a ser marcado por várias transformações culturais e é importante a existência de profissionais na área da gestão artística e cultural que se dediquem a diversas funções relacionais com a difusão da cultura, como:

- i) organização da oferta e da procura de bens culturais de acordo com lógicas de mercado; ii) realização de ‘grandes eventos’, assim designados devido à maior envergadura que revestiram em termos de recursos financeiros e humanos investidos e de envolvimento internacional, nas últimas duas décadas: Lisboa Capital Europeia da Cultura (1994), Exposição Mundial de Lisboa (1998), Porto Capital Europeia da Cultura (2001) e Faro Capital Nacional da Cultura (2005)¹⁵; iii) criação de associações de profissionais e aumento da oferta de formação académica nas áreas de gestão e programação cultural; iv) alargamento e diversificação do número de infraestruturas culturais, frequentemente assente na conjugação de esforços das administrações central e local e no recurso a fundos comunitários. (Martinho, 2011, p. 24).

Importa acrescentar que, esta gestão e programação culturais deve ter em conta as particularidades dos territórios, municípios, as suas singularidades artísticas e culturais, de modo a construir uma estratégia eficaz tendo por base a compreensão do contexto e das ações efetivas, considerando “os desafios de relacionar tradição e inovação, o local e o global, o específico e o transversal da cultura” (Barros & Junior, 2011, p.30).

2.3.2.1. Gestão de Espaços Culturais

O campo da gestão e programação culturais é bastante complexo e diversificado. Este engloba em si um conjunto de ações dentro de uma organização, pública, privada, ou da sociedade civil, com o intuito de alcançar a missão e objetivos planeados e pretendidos por essa organização e/ou instituição cultural. Assim, este processo implica não só estabelecer normas, planos e projetos, como estruturas, recursos humanos e financeiros, tecnologia, criatividade e capacidade de inovação (Saravia, 2011).

Verifica-se que em Portugal o papel dos gestores artísticos e culturais tem sido pouco estudado, nomeadamente o seu papel nas organizações culturais. Estes devem desenvolver as atividades atuando a partir de um conjunto de conhecimentos, atitudes próprias e habilidades que sejam específicas da sua função e, para além destas ferramentas, é necessário que estes profissionais adquiram mais conhecimentos e competências inerentes às atividades da área artística e cultural, como por exemplo na área administrativa. Por outro lado, como agentes culturais, podem e devem alterar a cultura organizacional, tendo em conta que “a gestão não é um fim em si mesma, mas um meio de realizar as coisas da melhor forma possível, com o menor custo e maior eficiência e eficácia” (Ferreira, 2015, p.39).

Para os gestores artísticos e culturais, a gestão de um espaço cultural revela-se um grande desafio, uma vez que estas organizações têm como função mediar o fluxo de bens entre os objetos culturais e os públicos, sendo que o maior desafio está no facto de se “lidar com um produto que não está alinhado com as práticas de consumo tradicionais, e menos ainda com a produção e gerenciamento desses bens” (Ferreira, 2015, p. 41).

Esta dificuldade deve-se, também, à forma como é feita a manutenção da organização, visto que esta precisa de vender e produzir significados, pois “os bens culturais precisam ser sustentáveis e valorizados pelos consumidores em longo prazo” (Ferreira, 2015, p.41).

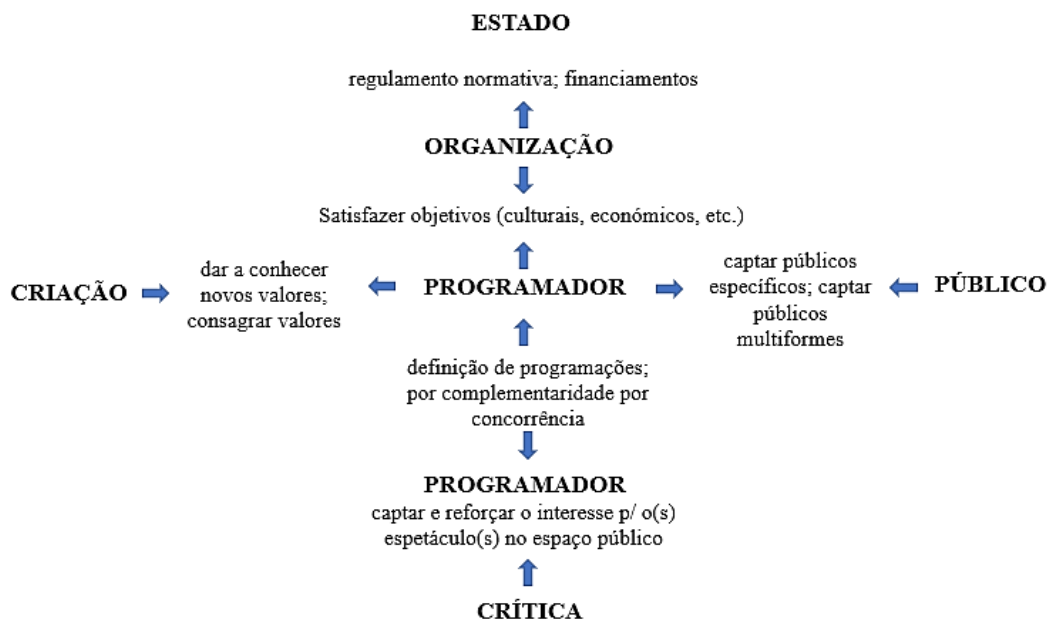
O mercado cultural e artístico exige, pois, que os gestores estejam atentos não só aos aspetos subjetivos da cultura como também, às regras de economia, política e marketing. Como já foi referido, estes devem procurar encontrar meios e ferramentas que procurem responder aos desafios impostos pelos fatores externos (Ferreira, 2015).

Além de promoverem a produção de bens culturais e a circulação destes, garantindo a fruição cultural a todos os públicos, estes têm um papel importante nos equipamentos culturais que passa por

problematizar e discutir continuamente sobre os aspetos inerentes à política cultural pública e privada; aprimorar os conhecimentos referentes às diversas formas de manifestações artísticas, atentando-se para as novas tendências. Espera-se também que o gestor cultural tenha sensibilidade artística e mantenha o diálogo entre o universo artístico-cultural, o poder público, o meio empresarial e a sociedade civil como um todo. (Ferreira, 2015, p. 43)

Além dos aspetos mencionados acima, a autora Madeira (2002), complementa que, através da capacidade que o gestor cultural e artístico tem em selecionar e decidir sobre os projetos artísticos que lhe são apresentados, este deve ter em conta uma intermediação desenvolvida pelos seguintes critérios: “1) através das políticas culturais que a contextualizam; 2) através dos critérios implícitos nos objetivos das próprias instituições ou projetos culturais; e 3) através dos critérios dos próprios programadores” (Madeira, 2002, p. 19-20), como se pode observar na *Figura 5*.

Figura 5 - Redes e relações configuradoras da gestão cultural



Fonte: Madeira (2002, p.20)

Importa referir que, nos últimos anos, se tem apostado na criação de cursos de formação académica, pós-graduações e licenciaturas, para além de ações de formação específicas, orientadas para a área da gestão artística e cultural e para a programação e mediação culturais, que podem possibilitar “a (re)qualificação de profissionais que desenvolvem atividade no campo cultural e que, não tendo formação especializada no domínio da cultura, possuem créditos académicos noutros campos – mais ou menos afins (comunicação, marketing, gestão, ciências sociais, etc.).” (Martinho, 2011, p.27), com o fim de articular conhecimentos e ferramentas que são necessários à gestão e comunicação de um equipamento ou espaço cultural.

2.4. A relação entre eventos e espaços culturais

Considerando o tema desta dissertação torna-se impreterível abordar a relação existente entre os eventos e os espaços culturais.

Um espaço cultural não se limita a teatros, cinemas e museus, pode-se considerar diversos espaços, como uma biblioteca, escolas de artes, ateliês, oficinas de arte, entre

outros. Estes são espaços abertos à comunidade em geral, onde o principal objetivo passa por incentivar a criação e produção de arte e cultura.

De acordo com Carpenter (2008b), muitos destes espaços culturais, nomeadamente, organizações culturais, museus, galerias, apresentam espaços e instalações bastante versáteis que podem ser utilizados para eventos de diversas naturezas, tais como apresentações artísticas, seminários, performances, exposições, conferências, festivais, entre outras. Percebe-se, também, que nos últimos anos, estes espaços têm vindo a sofrer algumas alterações e renovações no sentido de incluir espaços direcionados para albergar, ocasionalmente, eventos.

Esta é uma forma de estes espaços culturais atraírem novos públicos e fontes de receita:

Creating space for non-traditional museum activities encourages non-traditional participants to come to the museum. The participants may serendipitously realize an interest in the museum and return to view the museum's collection and partake in its other programs. Museums also earn fees for site usage and receive percentages of on-site catering venues that are generated by meetings. (Carpenter, 2008b, p. 149)

Outro aspeto a considerar é o facto de as organizações e instituições culturais e artísticas sem fins lucrativos necessitarem de apoios para a produção e criação artística. Neste sentido, a integração dos eventos na programação artística e cultural pode beneficiar financeiramente, o espaço cultural onde os mesmos têm lugar, através de patrocinadores e doadores que apoiam estas organizações (Carpenter, 2008b).

Estes eventos tanto podem ocorrer num espaço interior como exterior e podem ser implementados estrategicamente de forma a atrair o público para a restante programação e serviços apresentados em paralelo por estes espaços culturais.

Assim, o principal objetivo de integrar os eventos em espaços culturais passa por conscientizar o público acerca dos programas culturais e artísticos em progresso e, desta forma, atrair a comunidade para um ambiente rico em cultura (Carpenter, 2008b).

Além disso, importa referir que estes eventos têm o poder de valorizar os elementos culturais e artísticos e o espaço em si, contribuindo significativamente para a sua sensibilização e aprendizagem.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

3.1. MÉTODOS E FERRAMENTAS DE INVESTIGAÇÃO

Para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação. Ou, em outras palavras, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento.

Gil (2008, p.2)

De acordo com Richardson (2012), o trabalho de pesquisa deve ser delineado, planeado e executado conforme os métodos científicos adotados, uma vez que estes procedimentos permitirão descrever, analisar e comparar as relações encontradas em cada fenómeno ou teoria existente.

Importa referir, também, que a escolha dos métodos e ferramentas a utilizar na recolha das informações devem ser pensados tendo por base os objetivos metodológicos da investigação, pois os resultados obtidos irão influenciar diretamente as conclusões do trabalho de investigação (Quivy & Campenhoudt, 1998).

No que diz respeito às metodologias de investigação, os autores Eusébio et al. (2003) referem que os métodos utilizados na investigação em turismo definem-se como: quantitativos, qualitativos ou mistos (qualitativos e quantitativos), sendo o último o mais utilizado pelos investigadores.

Estes são métodos de investigação que diferem bastante entre si, mas nunca se opondo, pois, “a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia” (Minayo, Deslandes, Neto & Gomes, 2002, p.22) e assim permite uma complementaridade entre as informações recolhidas por cada um.

Enquanto que na metodologia quantitativa os dados são tratados através da quantificação, por meio de técnicas de estatística, o método qualitativo pretende responder a questões mais específicas, preocupando-se com uma realidade que não pode ser quantificada, uma vez que esta procura analisar um universo de significados, valores, motivos e atitudes, “respondendo a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (Minayo, Deslandes, Neto & Gomes, 2002, p.22)

Neste sentido, atendendo às características de cada método e aos objetivos metodológicos definidos para esta investigação foi planeada e executada uma metodologia mista de forma a recolher e analisar os dados necessários para o estudo.

Partiu-se da análise bibliográfica como meio de sustentar a fundamentação teórica acerca da problemática definida. Posto isto, foi implementada uma metodologia de análise documental das agendas culturais da CM, usando o método quantitativo e qualitativo, ou seja, através da construção de dados quantitativos foi possível fazer uma análise qualitativa mais pormenorizada sobre os eventos da CM. E, por último, a utilização da entrevista semiestruturada como meio de obter dados primários e complementares à informação já recolhida pelos métodos de investigação já referidos.

3.1.1. Análise bibliográfica

De acordo com Gil (2008), a análise bibliográfica é elaborada a partir de documentos criados por diversos autores que se fundamentam em assuntos específicos, podendo adquirir a forma de livros, artigos científicos, teses, encontros científicos e entre outros. Estes documentos são considerados fontes secundárias.

Na elaboração deste estudo foi feita uma análise bibliográfica onde se procurou, primeiramente, fazer um levantamento e leitura das obras escritas sobre os assuntos a estudar, pois “apresentar um estudo honesto sobre uma questão particular, continua a ser indispensável tomar conhecimento de um mínimo de trabalhos de referência sobre o mesmo tema ou, de modo mais geral, sobre problemáticas que lhe estão ligadas” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p.51) e, posteriormente, uma análise de vários documentos, nomeadamente, obras consideradas importantes para sustentar a fundamentação teórica acerca da cultura e dos eventos, os eventos culturais, a gestão e programação culturais e a relação entre os eventos e os espaços culturais.

Além disso, também se recorreu à análise bibliográfica para a redação dos métodos e das ferramentas de investigação, podendo enunciar alguns autores relevantes para esta construção, como: Quivy & Campenhoudt (1998), Minayo, Deslandes, Neto & Gomes (2002), Gil (2008) e Godoy (1995).

Na análise destas fontes foi utilizado o método qualitativo através da análise de conteúdo, que pressupõe três fases importantes: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados (Godoy, 1995).

3.1.2. Análise documental: Agendas Culturais da Casa da Marioneta

A análise documental, na sua definição, é bastante semelhante à análise bibliográfica, apenas diferem na natureza das fontes, uma vez que, segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica resulta “fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, [e] a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (p. 51). Isto permite recolher novos dados e, posteriormente, interpretações complementares ao estudo em si (Godoy, 1995).

Este tipo de recolha de informação torna-se eficaz na análise de mudanças nas organizações, das mudanças sociais e do desenvolvimento dos fenómenos e dos fenómenos macrossociais (Quivy & Campenhoudt, 1998). Godoy (1995) refere ainda que a pesquisa documental permite analisar tendências implícitas num determinado período de tempo através da análise, por exemplo, de comunicações escritas, pois é possível identificar e analisar tendências no comportamento dos fenómenos.

Assim, recorreu-se à análise das agendas culturais da Casa da Marioneta, de forma a coletar dados acerca das atividades desenvolvidas neste espaço entre os anos de 2015 e 2021.

Estas agendas são lançadas de três em três meses, tendo, por norma, três meses de programação. Tendo em conta o período de tempo e as agendas publicadas, foram analisadas no total quinze agendas culturais da CM, referentes ao período entre março de 2015 a novembro de 2019. Para complementar a informação acerca da programação de 2019 até o presente recorreu-se à análise das plataformas digitais da CM.

Procedeu-se, também, à análise da programação do Festival MIMMOS referente às duas edições realizadas (2017-2019). A recolha dos dados foi feita através das duas agendas lançadas, referentes a cada ano, com toda a programação descrita.

Para a análise das agendas e programação do Festival MIMMOS recorreu-se ao método quantitativo através da análise de conteúdo, que não exclui, no entanto, uma interpretação qualitativa.

3.1.2.1. Análise por temáticas

De acordo com Richardson (2012), após o levantamento de dados sujeitos a análise é necessário classificá-los. Esta é uma etapa opcional na análise de conteúdo, porém é um procedimento que facilita a interpretação das informações e torna-se imprescindível no sentido de fazer o levantamento e análise quantitativa e qualitativa dos eventos da CM.

Assim, procedeu-se à categorização da programação cultural da CM, distribuindo da melhor forma as atividades, conforme as suas temáticas, por grupos e subgrupos, como se pode observar na tabela 5.

Tabela 5 - Agendas Culturais da CM – categorização por temáticas

Grupo	Subgrupo	Descrição
Teatro	Espectáculos de teatro; Teatro para bebés; Ações de formação.	Compreendem as atividades que têm na sua essência a área do teatro.
Artes plásticas	Oficinas; Exposições.	Neste grupo estão representadas todas as vertentes de atuação relacionadas com as artes plásticas (escultura, desenho, artesanato, entre outras...).
Literatura	Sessões de leitura; Apresentação de livros.	Este grupo inclui todas as atividades relacionadas com a literatura.
Cinema e vídeo	Sessões de cinema.	No grupo cinema e vídeo estão representados todos os eventos relacionados com esta área.
Multiatividades		Aqui estão inseridas as atividades que englobam em si mais do que um grupo ou subgrupo.
Outras		São atividades que não se enquadram nos restantes grupos e que ocorrem em número reduzido em relação aos outros eventos.

Fonte: própria.

Apesar de existirem algumas atividades que são desenvolvidas fora da CM, devido aos Valdevinos – Teatro de Marionetas (VTM) terem uma série de espetáculos em itinerância, para este estudo considerou-se apenas os eventos que ocorrem no espaço cultural da CM.

À semelhança da tabela criada para as agendas culturais, recorreu-se à mesma ferramenta para a categorização da programação do Festival MIMMOS, como se pode verificar na tabela 6.

Tabela 6 - Agendas Culturais da CM - categorização por temáticas

Grupo	Subgrupo	Descrição
Teatro	Espectáculos de teatro; Workshop.	Compreendem as atividades que têm na sua essência a área do teatro.
Artes plásticas	Exposições.	Neste grupo estão representadas todas as vertentes de atuação relacionadas com as artes plásticas (escultura, desenho, artesanato, entre outras...).
Música	Espectáculos de música.	Este grupo inclui todas as atividades relacionadas com a música.
Cinema e vídeo	Sessões de cinema.	No grupo cinema e vídeo estão representados todos os eventos relacionados com esta área.
Multiatividades		Aqui estão inseridas as atividades que englobam em si mais do que um grupo ou subgrupo.
Outras		São atividades que não se enquadram nos restantes grupos e que ocorrem em número reduzido em relação aos outros eventos.

Fonte: própria.

Na análise quantitativa da oferta do Festival MIMMOS, ao contrário da análise das agendas da CM, considerou-se as atividades realizadas fora da CM, pois este é um festival de rua e, por isso, muita da sua programação é realizada no espaço público da Freguesia de Agualva e Mira Sintra, nomeadamente, na Casa da Cultura Lívio de Moraes, no Largo da República, no Jardim da Anta, na Casa da Marioneta e no Parque Urbano de Mira Sintra.

3.1.2.2. Análise por variáveis

De acordo com Lima (2016), as variáveis são um conceito empírico ou teórico e assumem diversos valores, estas permitem indicar a melhor forma de representar em tabelas e gráficos as informações recolhidas, por meio de uma análise quantitativa que permite determinar a frequência da ocorrência de uma determinada variável.

Assim, foi definido um conjunto de variáveis, tanto para as agendas culturais da CM como para a programação do Festival MIMMOS, que permitiram a identificação de diferentes fenómenos associados aos vários eventos, como se pode verificar na tabela 7:

Tabela 7 - Análise por variáveis – Agendas Culturais da CM e programação do Festival MIMMOS

Agendas Culturais da CM	Programação do Festival MIMMOS
Mês do ano: janeiro/ fevereiro/ março/ abril/ maio/ junho/ julho/ agosto/ setembro/ outubro/ novembro/ dezembro;	
Estação do ano: inverno/ primavera/ verão/ outono	
Dia da semana: útil/ fim de semana	
Entidade organizadora: entidades externas/ CM e VTM	
Horário do evento	
Duração do evento	
	País de origem das entidades externas
	Equipamento
Condição da iniciativa: gratuito/ pago	

Fonte: própria.

3.1.3. Entrevista

De acordo com Minayo et al. (2002), a utilização da entrevista, na realização de um trabalho de investigação, constitui-se como uma técnica que permite recolher

informações acerca de um determinado tema, obtendo tanto dados objetivos, como subjetivos.

Pretende-se, com a aplicação destas entrevistas, obter informações mais subjetivas, um tipo de dados que se “relaciona aos valores, às atitudes e às opiniões dos sujeitos entrevistados” (Minayo et al., 2002, p. 58), uma vez que através da análise de fontes secundárias já foi possível obter dados mais objetivos.

Assim, no sentido de complementar e recolher novas informações, recorreu-se à aplicação de entrevistas semiestruturadas tendo em conta os objetivos e as questões operacionais definidas, conforme apresentado na tabela 8.

Tabela 8 - Relação entre objetivos, questões operacionais e questões das entrevistas

Objetivos	Questões Operacionais	Questões das entrevistas
OE1 – Compreender de que forma os eventos potenciam e desenvolvem os espaços culturais;	QO1 – Em que medida os eventos potenciaram o desenvolvimento da Casa da Marioneta enquanto espaço cultural?	P1. Na sua opinião, considera importante o desenvolvimento de eventos culturais, como festivais, na freguesia de Agualva e Mira-Sintra? Porquê?
OE2 – Caracterizar e analisar a programação da Casa da Marioneta de 2015 até ao presente;	QO2 – Qual foi a evolução da programação da CM? QO3 – Quais as estratégias adotadas, pela Casa da Marioneta, no período pós-Covid? QO4 – Quais os eventos que atraem mais público à CM?	P2. Com que antecedência se prepara a programação? P3. Como são tomadas as decisões em relação aos eventos que se organizam? P4. Quando são implementados e com que duração? P5. Por que é que a CM decidiu oferecer aulas de yoga? P6. De que forma as atividades da CM foram afetadas pela pandemia? P7. Quais as estratégias encontradas no sentido de fazer face às limitações impostas pela pandemia? P8. Quais as perspetivas de futuro para as atividades e eventos organizados pela CM? P9. Quais as estratégias adotadas pela CM para atrair mais público?

		P10. Quais os públicos que mais procuram a CM? P11. Quais os eventos mais procurados na CM?
OE3 – Caracterizar e analisar a programação das duas edições do Festival MIMMOS;	QO5 – De que forma o Festival MIMMOS promove a Casa da Marioneta?	P12. Como são tomadas as decisões em relação às atividades que integram o programa? P13. Após a primeira edição do festival MIMMOS existiu uma maior procura pelas atividades desenvolvidas pela CM?
OE4 – Perceber se os eventos culturais na Casa da Marioneta proporcionam o estabelecimento de laços com a comunidade;	QO6 – Os eventos desenvolvidos pela CM propiciam o estabelecimento de laços com a comunidade local?	P14. Considera importante o papel que os espaços culturais têm para a comunidade local? Em que medida? P15. Como têm sido estabelecidos os laços entre a comunidade local e a CM?
OE6 – Analisar de que forma os eventos potenciam uma maior visibilidade à Casa da Marioneta.	QO7 – De que forma os eventos ajudam na visibilidade da CM?	P16. De que forma os eventos ajudam na visibilidade da CM?

Fonte: própria.

Estas entrevistas foram aplicadas a três pessoas envolvidas direta e indiretamente na gestão da programação da Casa da Marioneta: o Diretor Artístico da CM, Fernando Cunha, elemento que tem um papel fundamental na gestão da programação cultural da CM, uma vez que é este quem toma a decisão final acerca dos eventos que são apresentados neste espaço. Nesta entrevista procurou-se obter informações complementares à informação recolhida na análise das agendas culturais da CM e do festival MIMMOS, nomeadamente como são tomadas as decisões em relação à programação, informação acerca dos públicos e as perspetivas futuras da CM; a atriz e programadora cultural Ângela Ribeiro, que mantém atividade ativa na CM, tanto através de projetos em parceria com a CM, como a título individual e Helena Cardoso, vogal responsável pelas atividades culturais da Junta de Freguesia de Agualva e Mira-Sintra (JFAMS). A entrevista a estes dois últimos elementos, que participam indiretamente na CM, teve como intuito recolher a sua perspetiva acerca da CM, o papel que esta e outras

instituições culturais têm para a comunidade local e como a pandemia covid-19 tem vindo a afetar as atividades culturais.

CAPÍTULO 4 - ESTUDO DE CASO: A CASA DA MARIONETA

4.1. Contextualização - O Teatro de Marionetas

Los títeres rompen barreras geográficas, temporales y culturales, y se extienden por todo el planeta tomando diversas formas, usos y funciones, según las características de la cultura que los acoge. Los títeres se vinculan y se hacen parte de la ritualidad, se insertan en las comunidades y se convierten en una rica expresión de arte popular, pero también hallan un lugar y acogida entre artistas e intelectuales de renombre.

Castillo (2018, p. 34)

O nome marioneta tem origem no termo francês *marionette* que significa boneco (animal, pessoa ou objeto animado) e pode ser manipulada por uma ou mais pessoas.

O teatro de marionetas, títeres, bonecos, fantoches ou bonifrates tem origem na antiguidade mais precisamente, de acordo com Blumenthal (2005), entre 30 000 e 21 000 a.C. entre os povos primitivos, onde materiais como ossos, madeira, pedras e peles de animais serviam para esculpir minúsculas figuras que continham em si, uma grande simbologia, uma vez que estas davam “nome às forças que se...afiguravam sobrenaturais” e, assim, facilitavam o contacto entre os ancestrais e os deuses, através de “alguns gestos essenciais, necessários à participação num ritual” (Ribeiro, 2011, p.48).

Ao longo da história e das várias civilizações, as marionetas foram-se desenvolvendo e, através de encontros entre os grupos populacionais ao longo dos territórios e caminhos comuns, onde se faziam trocas de bens, as marionetas foram, também, trocando características e particularidades e resultando do cruzamento de várias tradições e culturas, tal como Blumenthal salienta:

(...) Northern Europe through the Middle East, another from the Indian peninsula to East Asia. A venerable family of puppets also spanned sub-Saharan Africa,

and constructed actors came to thrive throughout the Pacific islands and in the Americas. (Blumenthal, 2005, p. 11)

Na Grécia Antiga, por exemplo, as marionetas começaram por ser utilizadas ao serviço da religião, perdendo mais tarde o seu carácter sagrado e passando a ter uma utilização lúdica com vista ao divertimento.

Apesar de as marionetas poderem ser encontradas em diferentes culturas, sob diversas formas, a arte da marioneta desenvolveu-se sobretudo na Europa e na Ásia. Um destes exemplos é o Karagöz, um tipo de teatro de sombras bastante popular com origem na Turquia, considerado pela UNESCO, em 2009, como Património Cultural Imaterial da Humanidade.

Neste sentido, é possível afirmar que através das marionetas foram conservados tanto os valores culturais, como também valores sociais e políticos, pois estas passaram, desde muito cedo, a ser a voz do contrapoder, “fosse ele religioso, político ou social e, ainda hoje, na repetição escatológica dos Robertos ou de um Mestre Salas e noutros diálogos mais críticos, a troça, o riso, a ironia, a sátira se mantêm nesta arte teatral” (Nascimento, 2007, p.9).

As marionetas começaram por ser um meio de expressão popular que transmitia lendas e contos tradicionais para os adultos apesar de, nos dias de hoje, estarem mais associadas a um espetáculo direcionado para crianças.

O teatro de marionetas vive das formas animadas, que partem da criatividade do ator/manipulador/bonecreiro, como máscaras, marionetas, objetos, partes do corpo, entre outras. Além disso, de acordo com Nascimento (2007), estes espetáculos podem ser criados a partir de “tudo, com ou sem palavra, com ou sem texto clássico ou popular, com ou sem música” (p.9).

As marionetas resultam de técnicas mistas e podem ser manipuladas de várias maneiras. Assim, é possível classificar e agrupar alguns dos tipos de marionetas existentes.

Na seguinte tabela estão identificados alguns tipos de marionetas, a descrição de como são manipuladas e uma figura ilustrativa referente a cada uma delas.

Tabela 9 - Tipos de marionetas (Castillo, 2018)

Tipo de Marioneta	Descrição	Figura
Marioneta de Fios	Este tipo de marioneta é controlado através de fios presos a uma cruz de madeira que guia os movimentos da marioneta. O número de fios depende da personagem e dos movimentos que o bonecreiro pretende executar.	Figura 6 - Marionetas de Fios  Fonte: Própria
Marioneta de Luva	Com o auxílio das mãos os bonecreiros dão “vida” às marionetas, através de mecanismos como a luva, espumas flexíveis ou estruturas montadas para este efeito. Este é um tipo de marioneta que pode ser realizada com outras técnicas complementares.	Figura 7 - Marioneta de Luva  Fonte: Própria
Marioneta de Vara	Estas marionetas são caracterizadas por terem uma vara conectada à cabeça ou ao corpo. É através desta que o bonecreiro anima a marioneta e faz os seus movimentos. Estas marionetas podem ser também articuladas, acionando os seus membros a partir de outras técnicas complementares.	Figura 8 - Marioneta de Vara  Fonte: Própria
Marioneta de Corpo Inteiro	São consideradas marionetas de grandes dimensões, que são geralmente animadas de dentro do corpo, ou seja, o bonecreiro utiliza o seu corpo para articular a marioneta.	Figura 9 - Marioneta de Corpo Inteiro  Fonte: Própria

Importa salientar que existem inúmeros tipos de marionetas e formas de manipulação, não se restringindo os diferentes tipos apenas ao universo daquilo que foi apresentado acima na tabela.

4.1.1. O teatro de marionetas em Portugal

A perceção acerca do teatro de marionetas tem vindo a alterar-se significativamente, principalmente a partir de meados do século XX. Esta arte passou a ter uma maior visibilidade fomentada através do trabalho de críticos, artistas e investigadores que fizeram com que o seu valor patrimonial fosse valorizado (Zurbach, 2006).

Em Portugal, o teatro de marionetas começou por possuir um carácter particularmente popular, passado de gerações em gerações pelos bonecreiros. No entanto, juntamente com este género de teatro, também surgiram os primeiros teatros de marionetas com conteúdos literários e eruditos, como:

1. *Marionetas de São Lourenço* (cf. Figura 10), fundada por Helena Vaz, José Alberto Gil e o tenor Fernando Serafim em 1973. Esta companhia tinha como objetivo, através da utilização de temas da atualidade, recuperar as características da ópera-cómica para cantores de marionetas do século XVIII, mantendo as suas particularidades históricas e os traços psicológicos das personagens da ópera. O seu repertório era constituído por textos clássicos portugueses, podendo-se salientar algumas peças como o *Romance do Conde da Alemanha*, o *Pranto de Maria Parda* e *D. Quixote* (Museu da Marioneta, (s.d.)).

Figura 10 - Marionetas de São Lourenço. Autora: Helena Vaz



Fonte: Museu da Marioneta (s.d.)

2. *Teatro de Mestre Gil* (cf. Figura 11), fundado em 1943 por Augusto de Santa – Rita (1888 – 1956) foi o primeiro teatro que se dedicou a trabalhar o teatro de marionetas com um caráter artístico e literário, tendo no seu repertório peças de Luís de Oliveira Guimarães, do próprio Augusto de Santa Rita e de Afonso Lopes Vieira (*Museu da Marioneta*, (s.d.)).

Figura 11 - Marionetas de teatro de Mestre Gil. Autor: Júlio de Sousa



Fonte: *Museu da Marioneta* (s.d.)

3. *Teatro da Branca Flor* (cf. Figura 12) criado por Lília da Fonseca em 1962 teve um papel bastante relevante para o percurso do teatro de marionetas em Portugal e centrou a sua atividade no público infantil, onde se destacam peças como *Festa na Aldeia* e *O Bom Gigante da Floresta* (*Museu da Marioneta*, (s.d.)).

Figura 12 - Marioneta de teatro da Branca Flor. Autor: Lília da Fonseca



Fonte: *Museu da Marioneta* (s.d.)

No que diz respeito ao teatro popular de marionetas é imprescindível apontar os Bonecos de Santo Aleixo. Estes têm origem no Alentejo, mais precisamente em Santo Aleixo e são consideradas as marionetas tradicionais do Alentejo. Acrescenta-se, também, que a sua existência remonta ao século XVIII, onde já existiam registos da sua presença (*Museu da Marioneta* (s.d.) (cf. Figura 13).

Figura 13 - Bonecos de Santo Aleixo



Fonte: Tribuna Alentejo (2021)

O seu repertório consiste, essencialmente, em peças de tradição secular, religiosa e textos de literatura de cordel e são caracterizadas por atuarem num pequeno retábulo de madeira onde estão suspensas verticalmente numa rede dupla de cordéis. A iluminação dos cenários, pintados a cartão, é feita por candeias de azeite e o espetáculo é acompanhado por uma guitarra portuguesa (*Museu da Marioneta*, (s.d.)).

Importa também referir o Teatro Dom Roberto, pois é considerado o teatro tradicional português de marioneta e o tipo de teatro popular de marionetas mais conhecido em Portugal. Este nasceu da necessidade que os bonecreiros tinham de criar algo que pudesse ser construído a partir das mesmas personagens, dado que “naquelas épocas (...) não havia facilidade de transporte. Assim, criaram-se marionetas que intervinham em todas as peças de repertório” (Ribeiro, 2011, p.36).

O Teatro Dom Roberto teve origem no século XVII e foi trazido para Portugal por marionetistas italianos e franceses, que eram, por sua vez, influenciados pela *Commedia dell'Arte* italiana (Teatro de Marionetas – Valdevinos, (s.d.)).

É caracterizado por ser um espetáculo apresentado com o uso de uma “barraquinha” de fantoches, montada em jardins, praias, e outros locais. A manipulação das marionetas é feita no topo da barraquinha de pano, por isso, todo o material, como cenários, objetos e marionetas, deve estar organizado por ordem de uso para que o bonecreiro consiga aceder facilmente a estes objetos durante o desenrolar do espetáculo (cf. Figura 14).

Figura 14 - Teatro Dom Roberto



Fonte: Valdevinos – Teatro de Marionetas (s.d.)

As histórias decorrem, por norma, em torno da personagem principal o Dom Roberto e são de carácter cómico. O repertório pode ser bastante amplo, sendo alguns dos exemplos, peças como *O Barbeiro Diabólico*, *A Tourada à Portuguesa*, *Rosa e os Três Namorados*, *O Castelo dos Fantasmas* e *O Moleiro e o Burro*. Além disso, é um espetáculo com uma característica particular, o uso de uma palheta pelos bonecreiros que permite distorcer e personalizar a voz das personagens.

Devido ao regime Salazarista do século passado, o Teatro Dom Roberto, esteve por muitos anos sob opressão, sendo proibido aos bonecreiros atuarem nas ruas, o que resultou em muitos casos em punições com multa e prisão, fazendo com que os bonecreiros

procurassem outras formas de subsistência, ficando assim quase extinta esta tradição em Portugal. Graças à coragem e perseverança de alguns marionetistas, o teatro Dom Roberto chegou aos dias de hoje, infelizmente com um repertório reduzido, sendo muitas das peças fragmentos do texto original, transformados e adaptados ao que lhes era permitido apresentar. (Gil, 2013, p.19)

Alguns dos nomes mais relevantes que contribuíram para manter viva a tradição do Teatro Dom Roberto foram Faustino Duarte e os seus filhos, Joaquim Pinto, Henrique Duarte e Berta Duarte, uma das famílias de bonecreiros mais importantes em Portugal, Manuel Rosado, que desenvolveu esta atividade durante longos anos, António Dias e entre outros, igualmente, importantes.

Nos dias de hoje são várias as companhias, associações e teatros que trabalham e apresentam os Dom Robertos, sendo uma delas os Valdevinos – Teatro de Marionetas (VTM), o Teatro de Marionetas do Porto e a S.A Marionetas – Teatro & Bonecos.

No que diz respeito ao panorama geral das companhias de teatro e/ou outras organizações/ instituições que contribuem através do desenvolvimento de projetos no âmbito do teatro de marionetas, pode-se enumerar algumas como: a Casa da Marioneta, Museu da Marioneta, a Tarumba – Teatro de Marionetas, o Teatro de Marionetas do Porto, o Era Uma Vez – Teatro de Marionetas, S.A Marionetas – Teatro & Bonecos, Fio D'azeite – Grupo de Marionetas e entre muitas outras.

4.2. Caracterização da Casa da Marioneta

4.2.1. Caracterização do contexto sociocultural

O município de Sintra tem cerca de 385 954 habitantes, sendo o segundo município mais populoso de Portugal. Segundo os Censos 2011, este registou um aumento de 8 119 habitantes, o que mostra um crescimento de 2,1% em relação ao ano de 2011.

A União de Freguesias de Agualva e Mira-Sintra (JFAMS) é uma freguesia do concelho de Sintra (cf. Figura 15), na zona oriental, e caracteriza-se como sendo uma área urbana, ocupando cerca de 5 980 hectares e segundo os Censos de 2021, com um total de aproximadamente 41 315 habitantes.

Figura 15 - Mapa do Concelho e das Freguesias de Sintra



Fonte: Comissão Social de Freguesia (2015)

Com a Lei 11/A de 2013 de 28 de janeiro, ficou aprovada a Reorganização Administrativa das Freguesias, estabelecida na Lei 22/2012 de 30 de maio, tendo resultado em 11 freguesias das 20 existentes no Município de Sintra. Com isto, a freguesia de Agualva e a freguesia de Mira-Sintra agregaram-se ficando com o nome União das Freguesias de Agualva e Mira-Sintra (Decreto-Lei nº 11-A/2013 de 28 de janeiro).

A JFAMS é uma das freguesias mais populosas do concelho de Sintra, sendo que a maior parte dos habitantes exerce a sua atividade profissional fora da freguesia. É servida por dois eixos rodoviários, a A16 e a IC19, e pelo serviço ferroviário da linha de Sintra. Além destas acessibilidades, esta tem circuitos de ligação com a freguesia de Oeiras, Lisboa e Carcavelos (Diagnóstico Social, 2015).

Segundo os Censos de 2021, dos 41 315 habitantes da JFAMS 22 170 são mulheres e 19 145 são homens. Verifica-se que o grupo etário predominante se situa na faixa de idades compreendida entre os 25 e os 64 anos. Conclui-se que, ao contrário da média nacional, na qual se verifica um número elevado de pessoas com 65 ou mais anos, esta freguesia é constituída na maioria por uma população jovem e ativa, o que contribui para a o seu índice de sustentabilidade (Diagnóstico Social, 2015).

No que diz respeito ao nível de escolaridade, a população residente na JFAMS, na maioria, não apresentava, em 2011, um nível de escolaridade superior, visto que a maioria tem pela seguinte ordem o 1º ciclo, o ensino secundário e o 3º ciclo (INE, 2011²).

No que toca ao carácter socioeconómico, a JFAMS tem uma base económica pelo comércio por grosso e retalho, com cerca de 271 empresas, seguido do alojamento, restauração e semelhantes (Diagnóstico Social, 2015).

Quanto ao setor de atividade económica em que se insere a população moradora empregada na JFAMS, o setor maioritário é o setor terciário económico com 8 999 residentes, de seguida, o setor terciário social com 5 240 residentes, o setor secundário com 3 258 residentes e, por último, o setor primário com apenas 32 residentes. Esta freguesia conta com uma taxa de atividade, segundo os Censos 2011, de 44 785 % de população ativa. A taxa de desemprego na JFAMS situa-se em média nos 17%, uma percentagem bastante elevada, uma vez que a taxa de desemprego no concelho de Sintra e do país ronda os 13% e da Grande Lisboa os 12,3% (INE, 2011).

A JFAMS, ao todo, tem 16 associações que atuam na área da cultura e do desporto. Além destas associações ainda existem dois equipamentos culturais, a Casa da Cultura de Mira Sintra e o Centro Lúdico das Lopus (Diagnóstico Social, 2015).

Verifica-se que a JFAMS apoia os agentes culturais locais e os artistas que mantêm atividade permanente ao qual, segundo o Orçamento e Grandes Opções Do Plano de 2021, foram dispensados em serviços culturais, recreativos, culturais e de desporto 8684,800 €, sendo que 1253,100 € foram para o património cultural, 1467,900 € foram para a gestão de equipamentos culturais e 1905,800 € foram para a promoção de eventos (Câmara Municipal de Sintra, 2021).

4.2.2. História da Casa da Marioneta

A Casa da Marioneta (CM) foi inaugurada no dia 13 de março de 2015, no Jardim da Anta em Agualva e Mira-Sintra e tem como missão promover momentos de encontro

² Foram utilizados dados fornecidos pelos censos 2011, uma vez que apenas foram disponibilizados dados preliminares referentes aos censos de 2021.

entre a cultura musical, literária, teatral, estabelecer uma relação de proximidade com a comunidade de Agualva e todo o concelho de Sintra e promover um maior conhecimento sobre o teatro de marionetas e todas as suas vertentes artísticas através do desenvolvimento de projetos junto de escolas e outras instituições.

Este espaço é gerido pela Valdevinos Associação Cultural (VAC) e surgiu da ambição que esta associação tinha em ter um espaço maior, dado que até então esta desenvolvia e apresentava os seus projetos num espaço bastante pequeno, onde são atualmente as suas oficinas. Era necessário um espaço que tivesse condições que permitissem ensaiar, testar luzes, testar som e, principalmente, mostrar à população, à Câmara Municipal de Sintra e à União das Freguesias de Agualva e Mira-Sintra, o trabalho que é feito regularmente pelo grupo VTM, uma vez que é com a Câmara Municipal de Sintra que tem celebrado anualmente um protocolo de apoio à atividade cultural e, também, com a Freguesia de Agualva Mira-Sintra, sendo estas as únicas entidades que financiam a VAC.

A CM fica situada na parte superior do Jardim da Anta e em termos arquitetónicos esta está dividida, interiormente, em duas partes principais, a parte do escritório onde se encontra a área onde estão os computadores e arquivos e um local de refeições. O outro espaço é o principal, onde se desenvolvem as atividades e os espetáculos, a zona do palco e da receção ao público. Nesta zona encontra-se, também, um espaço de arrumação, os camarins e duas casas de banho. A CM encontra-se aberta de segunda a sexta-feira, entre as 10:00h e as 16:00h, mas este não é um horário fixo, dado que depende muito do que está a ser desenvolvido e dos horários das pessoas envolvidas. Este horário serve apenas para a equipa da CM, uma vez que esta só abre ao público para as atividades/espetáculos que habitualmente ocorrem durante o fim de semana.

A VAC, na qual está integrada a CM e o grupo VTM, é uma organização sem fins lucrativos e que possui autonomia para cumprir o papel de agente democrático de inclusão sociocultural da população no qual está inserida (Bertolini, 2012).

No que diz respeito à esfera cultural estas organizações sem fins lucrativos surgem como importantes contributos para o desenvolvimento social e local, sendo-lhes “reconhecida a capacidade de representarem um meio expedito de enfrentar necessidades e oportunidades emergentes, bem como um papel mediador, podendo ser solicitadas a dar

pareceres em projetos de variada natureza” (Gomes et al., p. 80, 2006). Um dos objetivos da CM passa, precisamente, pelo desenvolvimento de atividades que fomentem o gosto e o respeito pela arte das marionetas, através de visitas regulares numa perspetiva de educação não-formal, que venha a contribuir para a valorização da integração social e do património cultural.

A VAC aposta numa política cultural direcionada para a difusão e produção culturais, pois procura educar os gostos dos públicos, mantendo uma ação permanente na Freguesia de Agualva Mira-Sintra.

Em relação à estrutura organizacional, a VAC detém uma estrutura orgânica, pois existe uma maior interação entre a equipa sendo que a sua constituição é horizontal e é marcada pela descentralização da autoridade. É uma organização com uma equipa pequena, onde se verifica que existe uma relação de colaboração, cooperação, comunicação e dedicação. A comunicação interna é feita informalmente, uma vez que existe um fluxo direcional de comunicação que tanto é vertical como horizontal, pois todos comunicam entre si. Quanto ao tipo de rede de comunicação da CM, esta pode ser considerada como sendo interligada, pois todos colaboradores ou coordenadores comunicam entre si informalmente.

Em termos de parcerias, a VAC mantém uma parceria com os nove teatros ³que existem no concelho de Sintra. Esta parceria resulta numa agenda em conjunto, que é lançada de três em três meses, onde é feita a divulgação da programação nos vários pontos de Sintra, dado que cada instituição fica encarregue de distribuir esta agenda na sua área geográfica. A CM, também recebe, regularmente, companhias e grupos de teatro, dentro e fora de Sintra para ensaiarem ou atuarem no seu espaço.

³ Acusa Teatro/ Casa das Cenas (Sintra); Byfurcação – Associação Cultural (Mem Martins – Algueirão); Chão de Oliva/ Casa de Teatro de Sintra (Sintra); Musgo – Produção Cultural (Rio de Mouro); Teatro Tapafuros (Mem Martins – Algueirão); Teatro Reflexo (Sintra); Teatrosfera/ Espaço Teatrosfera (Queluz); Teatromosca/ AMAS – Auditório Municipal António Silva (Agualva – Mira Sintra) e Valdevinos Teatro de Marionetas/ Casa da Marioneta (Agualva – Mira Sintra).

4.2.3. Caracterização da programação

Em relação à programação, todos os colaboradores da CM participam na criação de novos projetos, mas cada elemento tem uma função específica dentro da Associação. Neste momento a equipa é constituída por um diretor artístico, uma produtora artística, uma web designer/informática, um músico e atores não residentes que colaboram nos projetos que vão sendo desenvolvidos.

A criação da programação é uma tarefa que implica toda a equipa, as ideias são partilhadas e desenvolvidas em conjunto, mas quem faz a gestão e decide os espetáculos que serão apresentados é Fernando Cunha, o diretor artístico. Esta decisão, acerca dos eventos que são escolhidos para serem apresentados no espaço da CM, foca-se nos que contêm uma maior importância na área do teatro das marionetas e tendo sempre em conta o interesse do público que visita a CM (Cunha, 2021).

Normalmente a programação é pensada sempre com um ano de antecedência, ou seja, a programação do ano 2022 já se encontra preparada. No entanto, de acordo com Cunha (2021), é feita, também, uma preparação mensal, semanal e do dia, consoante o evento. Da programação resulta uma agenda cultural que é lançada de três em três meses e que contém todas as atividades que vão ser desenvolvidas na CM, como já referido.

Atualmente a programação da CM é, em grande parte, direcionada para o público infantil e infantojuvenil, à exceção de algumas ações de formação que são realizadas periodicamente. A grande aposta neste público advém do facto de ser um público mais fácil de atrair, tanto para assistir a um espetáculo de marionetas como para as oficinas. Os pais procuram muito este tipo de atividades ao fim de semana e são espetáculos mais rentáveis e “comerciais”. As escolas básicas, bibliotecas e câmaras municipais também recorrem com regularidade a atividades para estes públicos-alvo.

Em relação aos eventos realizados na CM estes podem ser bastante diversificados podendo ser espetáculos de teatro, ações de formação, sessões de cinema, oficinas, workshops, apresentações de livros e entre outras. Estas atividades têm um custo associado, apesar de alguns espetáculos serem de entrada livre. No entanto, importa ressaltar que, a partir do ano de 2019, foi tomada a decisão de não cobrar preço pelos

bilhetes de entrada nos espetáculos no espaço da CM, uma estratégia encontrada para atrair mais público à CM.

Segundo Cunha (2021), apesar de a CM manter uma programação ao longo de todo o ano, à exceção dos meses de agosto e dezembro em que se encontra encerrada, os eventos na CM tanto podem ser pontuais como eventos que se prolongam ao longo do ano. O Festival MIMMOS é um evento com uma duração e uma data específica, tendo uma duração de dez dias e ocorrendo sempre no mês de julho.

Existe também um clube de teatro para crianças, um projeto pedagógico da CM, que se realiza todos os sábados de manhã tendo como formador Fernando Cunha. O espaço da CM pode também ser alugado para festas de aniversário, o que é bastante procurado pelos pais e pelo público infantojuvenil.

4.2.3.1. Festival MIMMOS - Mostra Internacional de Marionetas, Máscaras e Objetos de Sintra

Além da programação desenvolvida regularmente ao longo de todo o ano, é realizado de dois em dois anos o festival MIMMOS – Mostra Internacional de Marionetas, Máscaras e Objetos de Sintra, tendo este tido a sua primeira edição no ano de 2017 e a segunda em 2019, no mês de julho.

Este festival, há muito desejado, surgiu em 2017, no ano em que os VTM comemoraram 20 anos de existência e 2 anos de atividade na CM.

Este projeto propõe-se “dignificar a arte da marioneta, da máscara e da manipulação de objetos, aproximando-a de todas as pessoas ... [através de] uma programação de qualidade, com artistas e companhias nacionais e internacionais” (MIMMOS, 2017, p. 4), privilegiando os espaços ao ar livre, como o Jardim da Anta, o Parque Urbano de Mira-Sintra e o Largo da República, e a aproximação dos artistas com o público.

A programação e as decisões finais em relação às atividades que integram o programa do Festival MIMMOS são tomadas pelo diretor artístico da CM, Fernando Cunha. No entanto, assim como a programação da CM, as propostas são avaliadas e

ponderadas por todos os elementos da equipa, assim como os convites a outras entidades artísticas.

O festival MIMMOS conta com o apoio da Câmara Municipal de Sintra e da Junta de Freguesia de Aqualva e Mira Sintra (JFAMS), o que permite que este festival tenha entrada livre e desenvolva a sua atividade em espaço público, pois um dos objetivos deste festival passa, precisamente, pela descentralização da atividade cultural e pela democratização da cultura.

4.3. A programação da Casa da Marioneta, de 2015 até ao presente: análise e tratamento de dados

Neste subcapítulo é feita a análise detalhada da oferta cultural da CM, recorrendo-se ao uso do método quantitativo através da aplicabilidade de gráficos juntamente com uma análise explicativa de cada um.

Para esta análise, como já foi referido no capítulo 3.1.2. *Análise documental: Agendas Culturais da Casa da Marioneta*, foi feito um estudo acerca das 15 (quinze) agendas culturais lançadas entre março de 2015 e novembro de 2019 e, de 2019 até ao presente, e uma recolha de dados nas plataformas digitais da CM.

O Festival MIMMOS também foi considerado como objeto de estudo e, apesar de fazer parte da programação cultural da CM, optou-se por fazer uma análise em separado, das suas duas edições (2017 e 2019), devido à sua natureza, dinâmica e tipo de atividades específicas.

Importa referir que foi usada a comparação, tanto na análise das temáticas como das variáveis, de forma a analisar e perceber a evolução e a dinâmica da programação da CM e do festival MIMMOS.

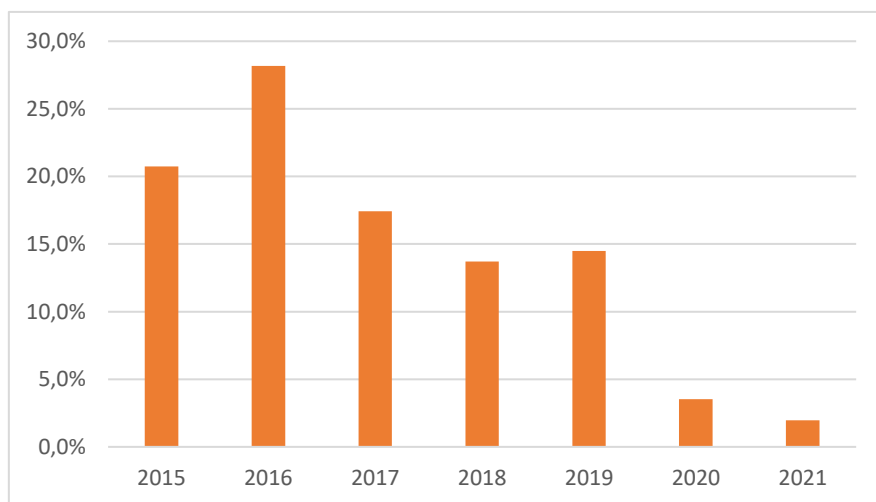
4.3.1. Análise das temáticas

Ao longos dos últimos anos a CM procurou manter uma atividade permanente no seu espaço, oferecendo uma série de eventos de diversas naturezas. Assim, de forma a

recolher e analisar de forma fidedigna todos os eventos ocorridos neste espaço cultural foram definidas temáticas específicas onde cada evento se enquadra. Esta tabela pode ser consultada no capítulo 3.1.2.1. *Análise por temáticas*, no qual pode ser consultada a categorização de cada temática.

Tendo em consideração o período temporal em análise foi possível contabilizar um total de 511 eventos ocorridos no espaço cultural da CM, sendo que os anos em que ocorreram mais eventos foi em 2016, com 144 (28,2%), 2015 com 106 (20,7%), 2017 com 89 (17,4%) e 2019 com 74 (14,5%). Nos anos de 2020 e 2021, registou-se um decréscimo drástico do número total de eventos realizados, o qual se justifica pelos efeitos da pandemia Covid-19, que obrigou ao fecho da CM, desde março de 2020 até novembro de 2021.

Figura 16 – Evolução da oferta cultural da CM de 2015 a 2021



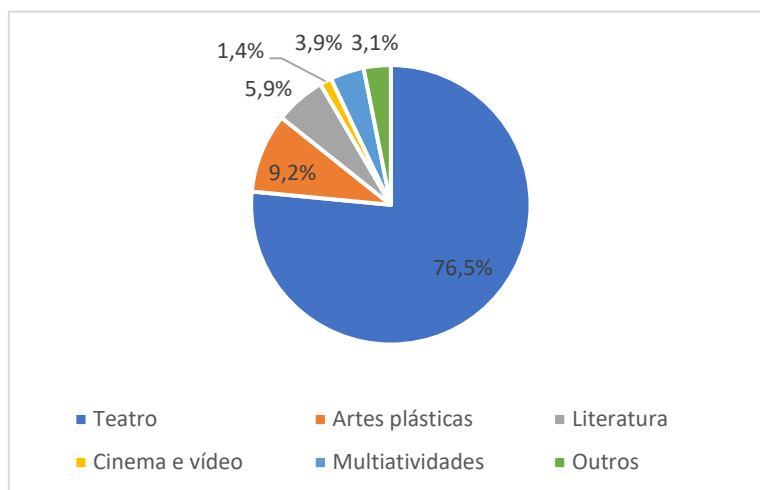
Fonte: CM e VTM (2021)

Em relação à temática de cada evento, foram definidos grupos mais gerais – *Teatro; Artes plásticas; Literatura; Cinema e vídeo; Multiatividades e Outros* – e subgrupos mais específicos referentes a cada grupo.

Percebe-se, através da *Figura 17*, que grande parte da oferta cultural da CM insere-se no grupo de *teatro*, com uma percentagem bastante significativa de 76,5%. Este valor justifica-se pelo facto de a CM apostar bastante na apresentação de espetáculos de teatro de marionetas e no desenvolvimento de outras atividades que fomentem o

conhecimento e a aproximação do público a esta arte. As *artes plásticas* apresentam-se em segundo lugar com uma percentagem de 9,2% e, em terceiro a *literatura* com 5,9%. O grupo com menos expressão é o de *cinema e vídeo*, dado que são eventos que ocorrem em número bastante reduzido.

Figura 17 – Total de eventos realizados na CM por temática



Fonte: CM e VTM (2021)

Ao observar a *Figura 18* é perceptível a evolução que cada grupo teve ao longo do período em análise.

No que diz respeito ao *teatro* existiu um aumento de 8,6% o número de eventos, de 2015 para 2016. Isto deve-se ao facto de a CM ter inaugurado apenas em março, o que resulta em menos dois meses de programação em comparação com o ano de 2016. No ano de 2017 registou-se uma diminuição, mantendo-se o número de eventos estável até 2019, tendo diminuído apenas em 2020 e 2021, pelos motivos já mencionados.

À semelhança do *teatro*, verificou-se que o ano em que tiveram lugar mais eventos de *artes plásticas* foi em 2016, tendo estes tido um pequeno aumento de 2015 a 2016 e uma diminuição percentual de 2,1% em 2017 e 0,8% em 2018, respetivamente, mantendo-se estável até 2020. Em 2021 verificou-se um aumento em relação ao ano anterior, uma vez que existiu uma aposta nos eventos online.

No que diz respeito à *literatura*, é possível observar que apenas existiram eventos desta natureza de 2015 a 2018. Atendendo à sua evolução conclui-se que o ano em que ocorreram mais eventos foi em 2015 com 12 (2,3%), de seguida em 2017, com 9 (1,8%) e, posteriormente, 2016 com 7 (1,4%) e 2018 com 2 (0,4%). Em 2018 verificou-se uma descida de 1,4% no número de eventos nesta área temática.

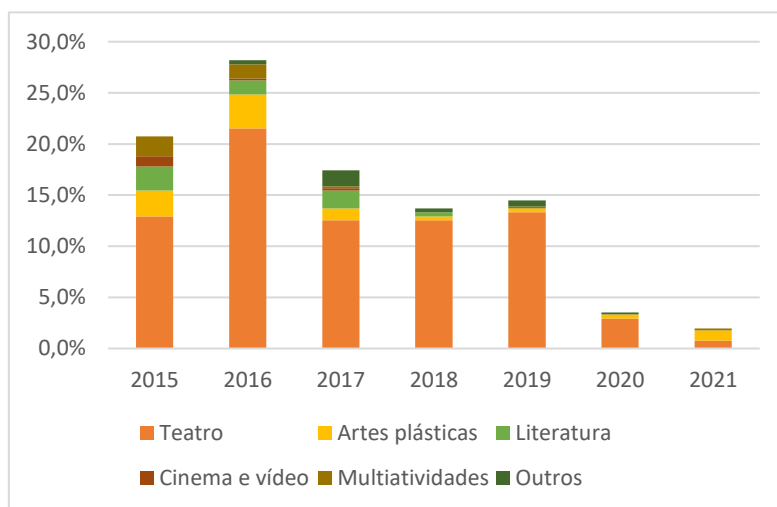
Relativamente aos eventos enquadrados no grupo *cinema e vídeo* estes têm um número bastante reduzido, tendo ocorrido em maior número em 2015 com 5 (1,0%) e em 2016 e 2017 com 1 evento (0,2%).

Considerando a figura 18 podemos ainda destacar os grupos *multiatividades* e *outros*, que apesar de serem grupos mais gerais onde se enquadram eventos mais variáveis, foram também alvo de análise.

Em relação ao grupo *multiatividades* observa-se que os anos mais relevantes foram os de 2015, com 10 (2,0%) e 2016, com 7 eventos (1,4%). Nestes dois anos a CM procurou incluir na sua oferta cultural atividades mais abrangentes às diversas áreas como a junção da formação em teatro com a criação de máscaras, por exemplo.

O grupo *outros* teve a sua maior expressão no ano de 2017, com um total de 8 eventos (1,6%), e isto deve-se à introdução de eventos como as aulas de yoga na programação da CM, uma tentativa de abranger um novo público e outras atividades (Cunha, 2021). Em relação aos anos de 2016, 2019 e 2020, o número de eventos nesta categoria foi bastante reduzido.

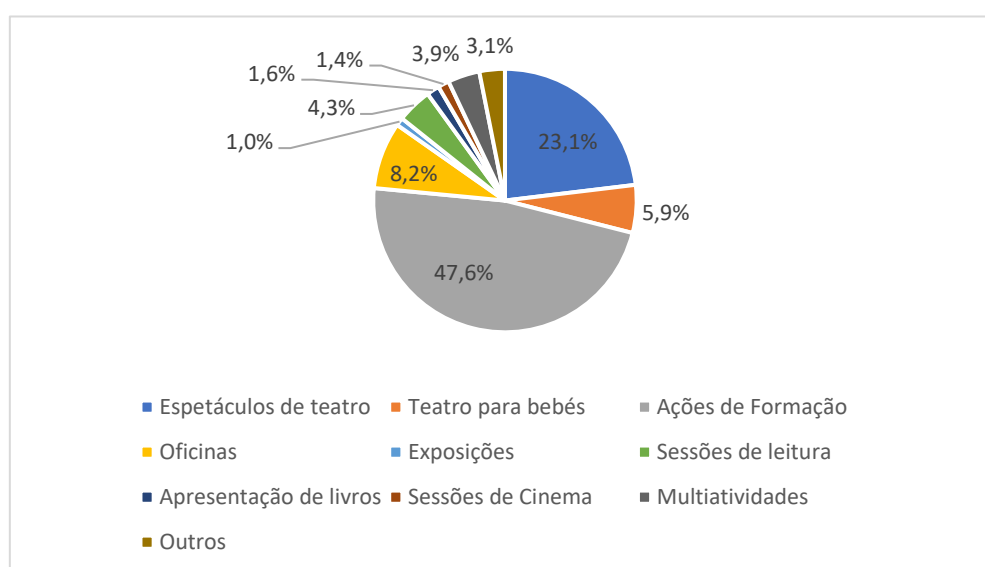
Figura 18 – Evolução dos eventos da CM por temática



Fonte: CM e VTM (2021)

Na análise dos subgrupos referentes a cada grupo de temática, é possível concluir que se apresentam em maior número as ações de formação de teatro com uma percentagem de 47,6%, de seguida, os espetáculos de teatro com 23,1%, as oficinas com 8,2% e o teatro para bebés com 5,9% (cf. Figura 19). Os grupos com menos expressão são de facto, a apresentação de livros, as exposições e as sessões de cinema.

Figura 19 – Total de eventos da CM realizados por subgrupo de temática



Fonte: CM e VTM (2021)

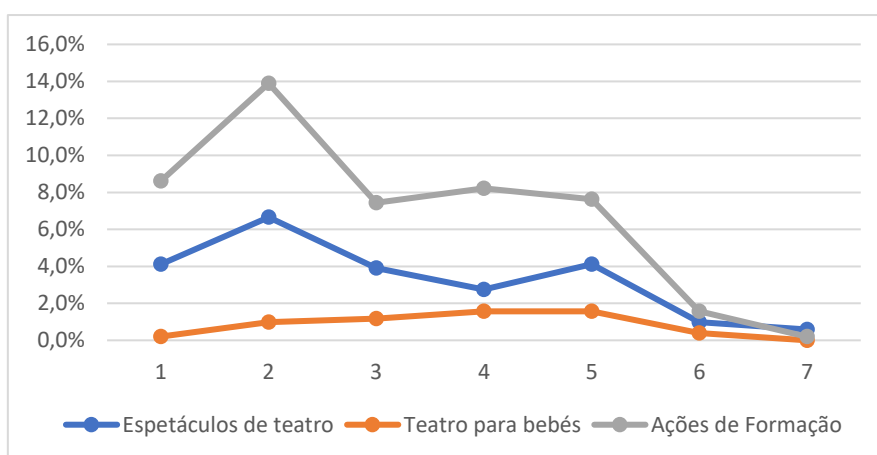
De seguida, serão analisados individualmente os subgrupos pertencentes a cada grupo já identificado, de forma a analisar a sua evolução ao longo dos últimos anos.

Referente ao grupo do *teatro*, pode-se observar que a categoria que registou mais eventos foram as ações de formação, tendo-se registado em 2016 um total de 71 eventos (13,9%). No entanto, a partir de 2017 registou-se uma diminuição de 6,5%, a qual se manteve estável até 2019. A CM aposta bastante na oferta de ações de formação e workshops no ensino do teatro em geral e, em particular, na manipulação de marionetas. Um destes exemplos é o clube de teatro, direcionado tanto para crianças, como para adultos, que se realizava, antes da pandemia, todos os sábados de manhã.

Os espetáculos de teatro encontram-se em segundo lugar, tendo ocorrido em maior número em 2016, com uma média percentual de 6,7%, referente a um total de 34 eventos. Esta é uma categoria que está presente em todas as agendas culturais da CM, ou seja, são eventos que ocorrem quase todos os fins de semana. Através da *Figura 20*, percebe-se que houve uma pequena diminuição do número de eventos de 2016 a 2018, tendo aumentado em 2019, registando uma média percentual de 4,1%.

Relativamente ao teatro para bebés (dos 6 meses aos 2 anos de idade), em 2015 registou-se apenas 1 evento (0,6%). Contudo, a partir de 2016 verificou-se uma pequena subida, mantendo-se estável com poucas oscilações até 2019.

Figura 20 – Evolução dos eventos da CM por subgrupos do grupo *Teatro*



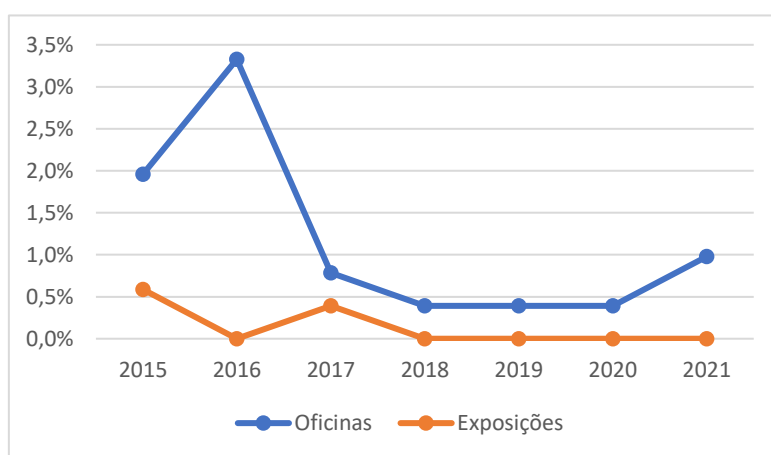
Fonte: CM e VTM (2021)

Em relação às artes plásticas pode-se observar na *Figura 21* que as oficinas ocorreram em maior número do que as exposições, sendo que a primeira teve o seu pico em 2016, com um total de 17 eventos (3,3%), e as exposições 3 eventos (0,6%) em 2015.

No ano de abertura e em 2017 verificou-se que houve alguma procura em utilizar o espaço cultural da CM como uma sala de exposições, integrando na sua programação cultural a exposição de marionetas e outros elementos relacionados com a arte cénica do teatro de marionetas. No entanto a partir de 2018 não se registaram mais eventos desta natureza.

No que diz respeito às oficinas, verificou-se uma descida percentual de 2,5% em 2017, a qual se manteve estável até 2020. Com o fecho do espaço físico da CM, procurou-se oferecer alguma programação ao público através das plataformas digitais. As oficinas, por serem uma atividade que pode ser realizada em qualquer lugar, mediante a aquisição dos materiais necessários para a construção de marionetas, por exemplo, foram uma aposta em 2021, registando-se um aumento percentual de 0,6%.

Figura 21 – Evolução dos eventos da CM por subgrupos do grupo *Artes Plásticas*

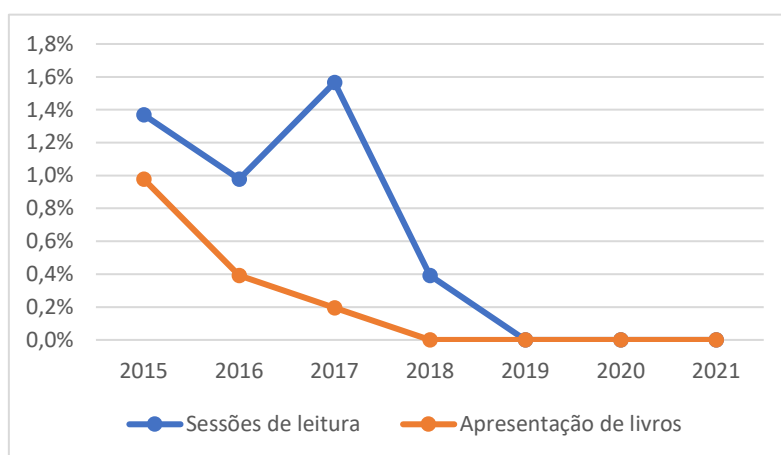


Fonte: CM e VTM (2021)

A apresentação de livros foi uma das apostas iniciais da CM para dinamizar o seu espaço. Foram eventos que se realizaram em número bastante reduzido em relação às outras categorias, tendo o seu pico em 2015 com um total de 5 eventos (1,0%) e uma diminuição acentuada até 2018, ano a partir do qual se deixaram de organizar este tipo de eventos (cf. Figura 22).

As sessões de leitura, ao contrário da apresentação de livros, registaram um aumento em 2017, com um total de 8 eventos (1,6%), porém observa-se na *Figura 22* uma drástica queda do número de eventos em 2019, onde não se registaram mais eventos desta natureza.

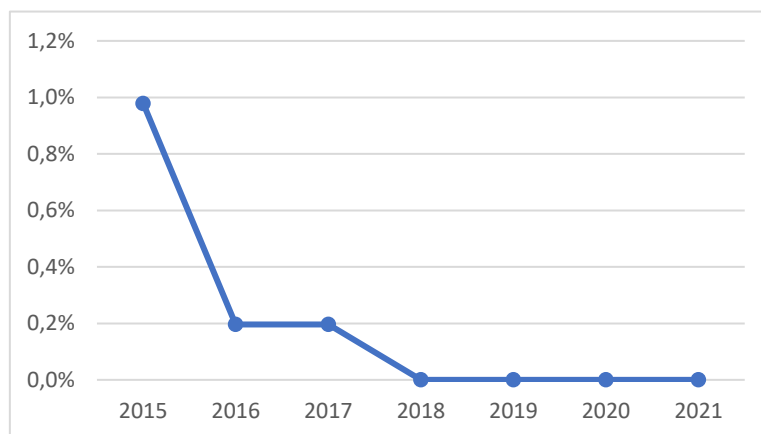
Figura 22 – Evolução dos eventos da CM por subgrupos do grupo *Literatura*



Fonte: CM e VTM (2021)

Na *Figura 23*, pode-se observar que as sessões de cinema foram uma aposta inicial na programação da CM, no entanto verificou-se que existiu uma descida bastante acentuada da realização deste tipo de eventos a partir do primeiro ano de abertura da CM, notando-se a sua inexistência a partir de 2018.

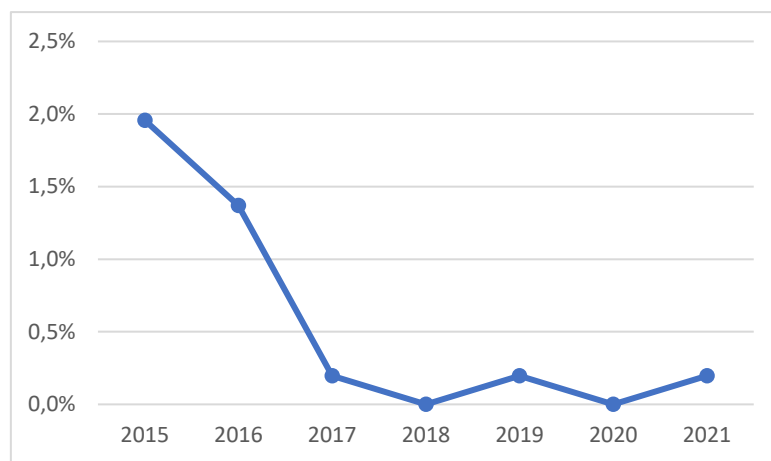
Figura 23 – Evolução dos eventos da CM por subgrupo do grupo *Sessões de Cinema*



Fonte: CM e VTM (2021)

Relativamente às multiatividades, à semelhança das sessões de cinema, houve uma preocupação inicial em integrar eventos que combinassem em si várias atividades como, por exemplo, eventos que contêm em si atividades como as oficinas e a apresentação de espetáculos.

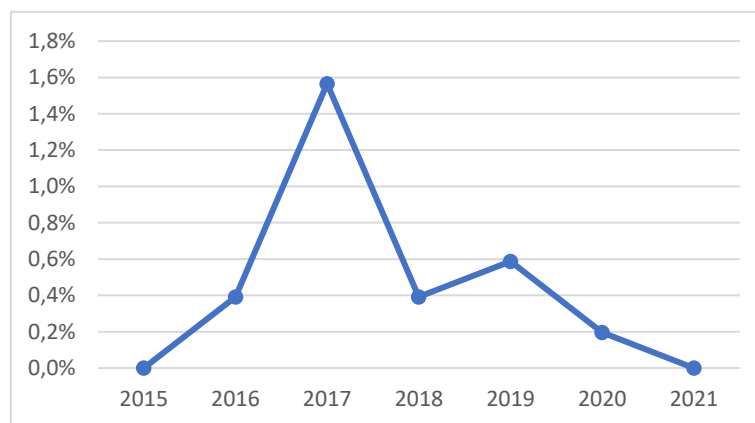
Figura 24 – Evolução dos eventos da CM por subgrupo do grupo *Multiatividades*



Fonte: CM e VTM (2021)

Ao contrário dos últimos dois grupos analisados, o grupo designado por *outros*, teve a sua maior relevância nos anos de 2017 e 2019, justificado pela apresentação de eventos como as aulas de yoga, encontros e outras atividades lúdicas.

Figura 25 – Evolução dos eventos da CM por subgrupo do grupo *Outros*



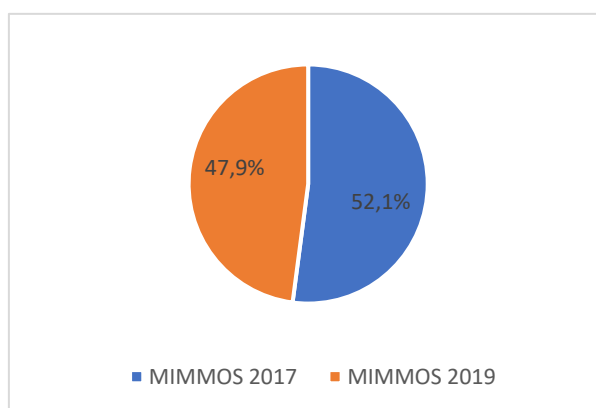
Fonte: CM e VTM (2021)

4.3.1.1. Festival MIMMOS

Para a análise da programação cultural das duas edições do Festival MIMMOS, foi feita uma análise diferente da oferta cultural da CM. Assim, no capítulo 3.1.2.1. *Análise por temáticas* pode ser consultada a *Tabela 6 – Festival MIMMOS - categorização por temáticas*, que serviu de efeito para a categorização e análise dos eventos do festival MIMMOS.

Nos dois anos de edição, houve um total de 48 atividades, sendo que 52,1% diz respeito a 2017 e 47,9% a 2019 (cf. Figura 26), concluindo-se, assim, que houve uma maior oferta no ano de 2017.

Figura 26 – Total de eventos do Festival MIMMOS 2017/2019

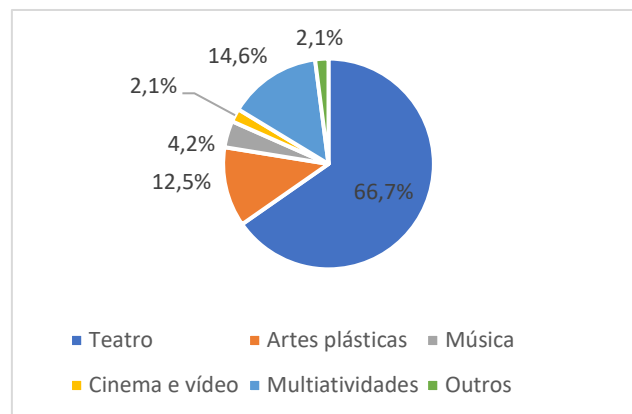


Fonte: CM e VTM (2021)

No que toca ao tipo de eventos realizados, foram sujeitas a análise as seguintes temáticas: teatro; artes plásticas; música; cinema e vídeo; multiatividades e outros.

Como se pode observar na *figura 27*, o grupo com maior expressão é o teatro com uma 66,7%, o que se justifica, pois este é um festival de teatro de marionetas. De seguida, apresenta-se as multiatividades, com 14,6%, e as artes plásticas também com um peso considerável de 12,5%.

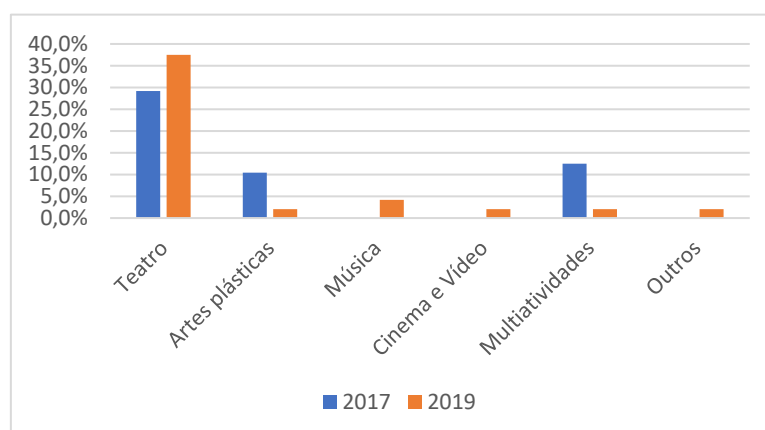
Figura 27 – Total de eventos realizados no festival MIMMOS 2017/2019 por temática



Fonte: CM e VTM (2021)

Atendendo à *Figura 28*, é possível concluir que em 2019 o festival MIMMOS teve uma maior variedade de eventos no que diz respeito às temáticas em análise, incluindo na sua programação eventos de música, cinema e vídeo e outros. Em comparação com o ano de 2017, verificou-se que em 2019 existiram mais eventos de teatro, com um total de 14 eventos (29,2%) em 2017 e 18 eventos (37,5%) em 2019. Por outro lado, na área das artes plásticas e multiatividades observa-se que houve uma maior predominância de atividades no ano de 2017.

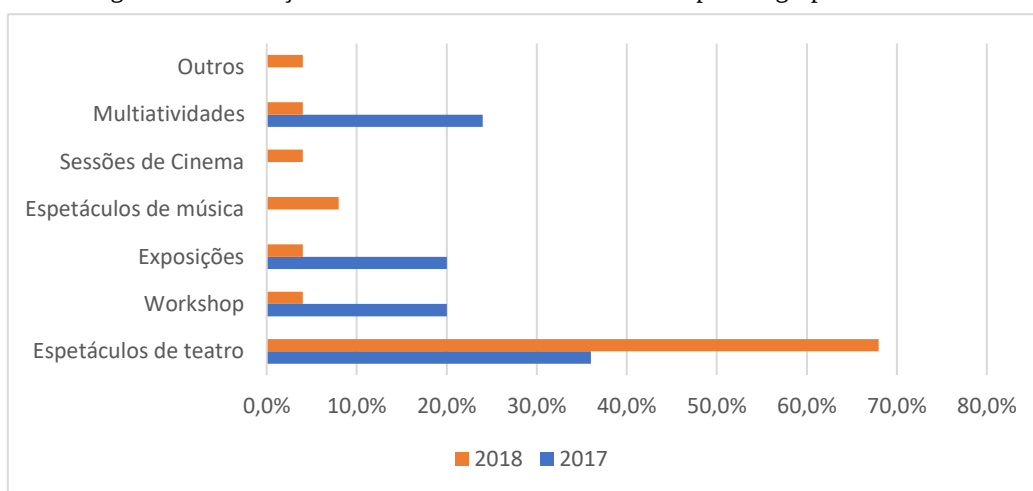
Figura 28 – Evolução dos eventos do festival MIMMOS por temática



Fonte: CM e VTM (2021)

Analisando em particular cada subgrupo referente a cada temática, é perceptível que os espetáculos de teatro foram o tipo de evento mais realizado em ambas as edições do festival. Em relação à primeira edição, pode concluir-se que existiu maior enfoque nas exposições, workshops e multiatividades, enquanto em 2019 houve uma maior aposta em diversificar a oferta incluindo atividades como sessões de cinema ao ar livre, espetáculos de música e conferências.

Figura 29 – Evolução dos eventos do festival MIMMOS por subgrupo de temática



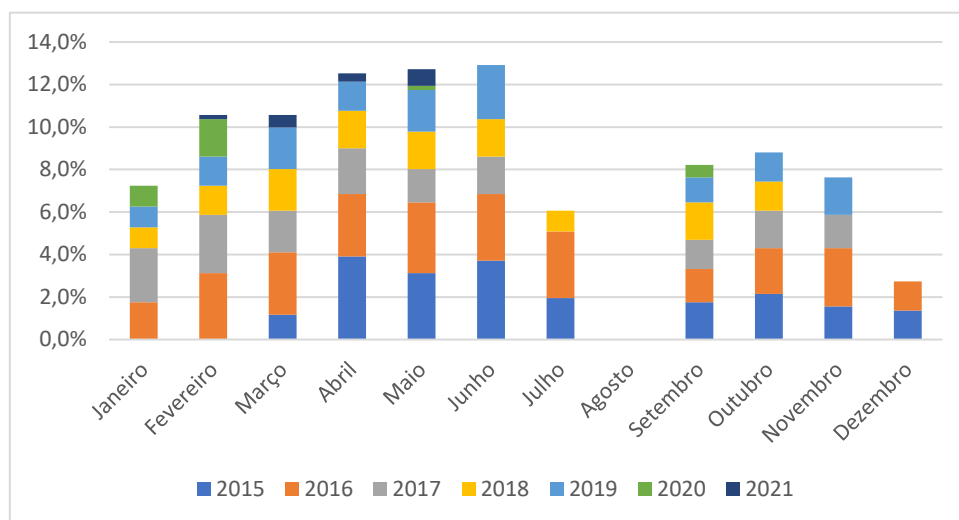
Fonte: CM e VTM (2021)

4.3.2. Análise das variáveis

De seguida, será feita uma análise tendo em conta as variáveis pré-estabelecidas (o mês do ano; a estação do ano; o dia da semana; a entidade organizadora; o horário do evento; a duração do evento; o país de origem das entidades; o equipamento; a condição da iniciativa) no capítulo 3.1.2.2. *Análise por variáveis*.

A primeira variável a ser analisada é o mês do ano e, pretende-se entender em que meses a ocorrência de eventos teve mais incidência. Assim, observando-se a *Figura 30*, entende-se que os meses em que se realizaram mais eventos foram, pela seguinte ordem decrescente, o mês de junho, maio, abril, março e fevereiro. Os meses de dezembro, janeiro, julho e agosto são os que registam um menor número de eventos, explicado pelo facto da CM se encontrar encerrada em alguns períodos destes meses, devido às férias e épocas festivas.

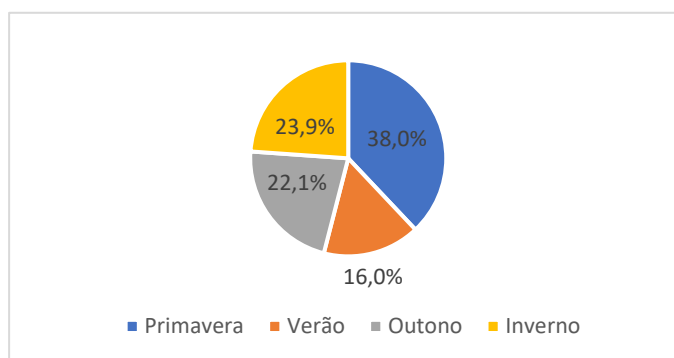
Figura 30 – Total de eventos da CM segundo o mês do ano



Fonte: CM e VTM (2021)

Em relação à variável referente às estações do ano, em conformidade com as conclusões retiradas dos meses do ano, é perceptível que a CM procura planejar em maior número eventos para a estação da primavera, apresentando uma percentagem de 38,0% nesta estação do ano. No entanto, através da *Figura 31*, percebe-se que existe uma preocupação em manter atividade durante o ano todo, incluindo eventos em todas as estações do ano.

Figura 31 – Total de eventos da CM segundo as estações do ano

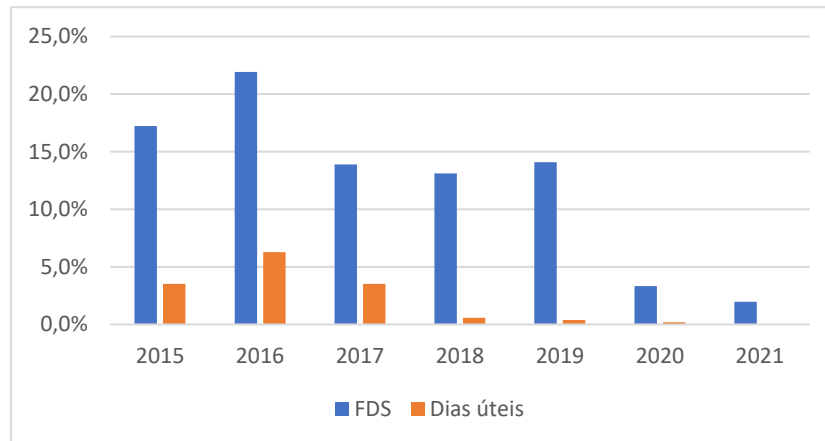


Fonte: CM e VTM (2021)

Na observação da *Figura 32*, conclui-se que grande parte da programação cultural da CM é planeada e realizada para os fins de semana. Contudo, é de salientar que nos

primeiros anos, mais precisamente entre 2015 e 2017, existiu uma preocupação por parte da CM em proporcionar programação também nos dias da semana.

Figura 32 – Total de eventos da CM segundo os dias da semana



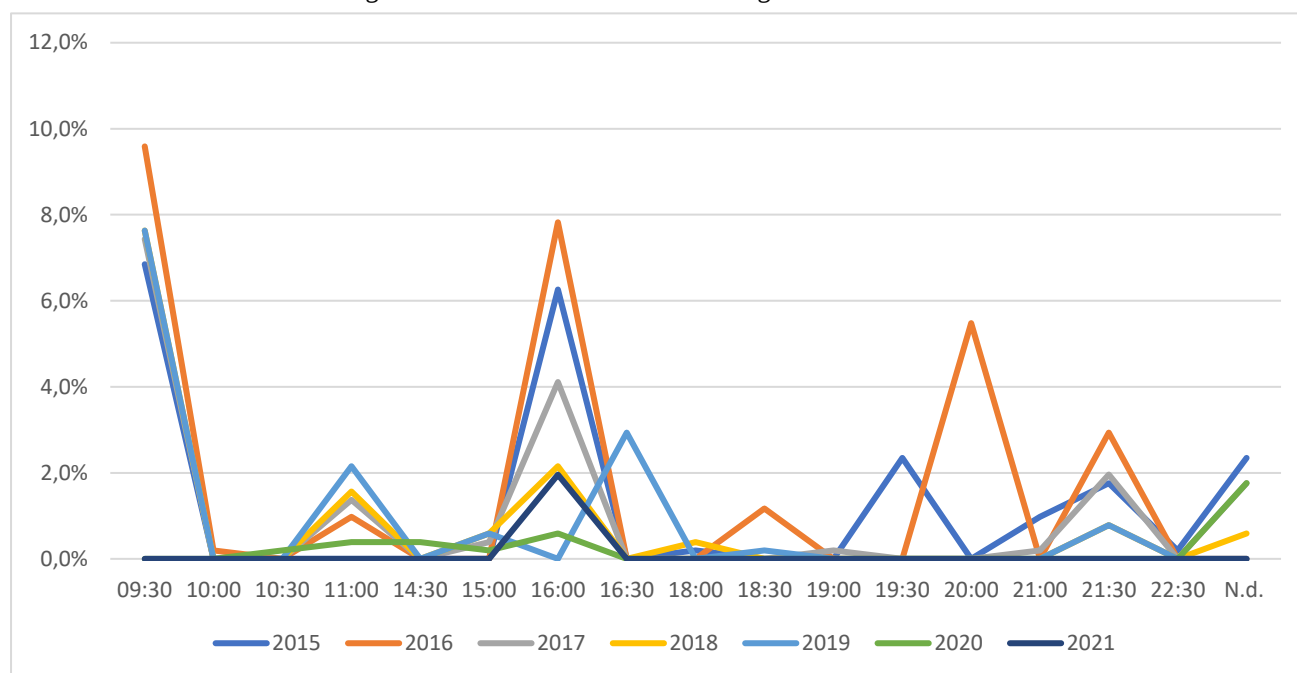
Fonte: CM e VTM (2021)

Atendendo à *Figura 33*, pode-se concluir que grande parte dos eventos ocorrem no período da tarde. No período da manhã observa-se que existem dois horários no quais ocorrem mais eventos, nomeadamente às 10:00h, justificado pelas ações de formação de teatro que acontecem todos os sábados e às 11:00h, horário em que ocorrem, predominantemente, espetáculos e oficinas para bebés.

No período da tarde, observa-se que existe uma grande concentração dos eventos no horário das 16:00h, onde são apresentados, maioritariamente, os espetáculos de teatro.

É em quantidade menor os eventos que são apresentados no período da noite, existindo uma predominância pela escolha das 20:00h e das 21:30h.

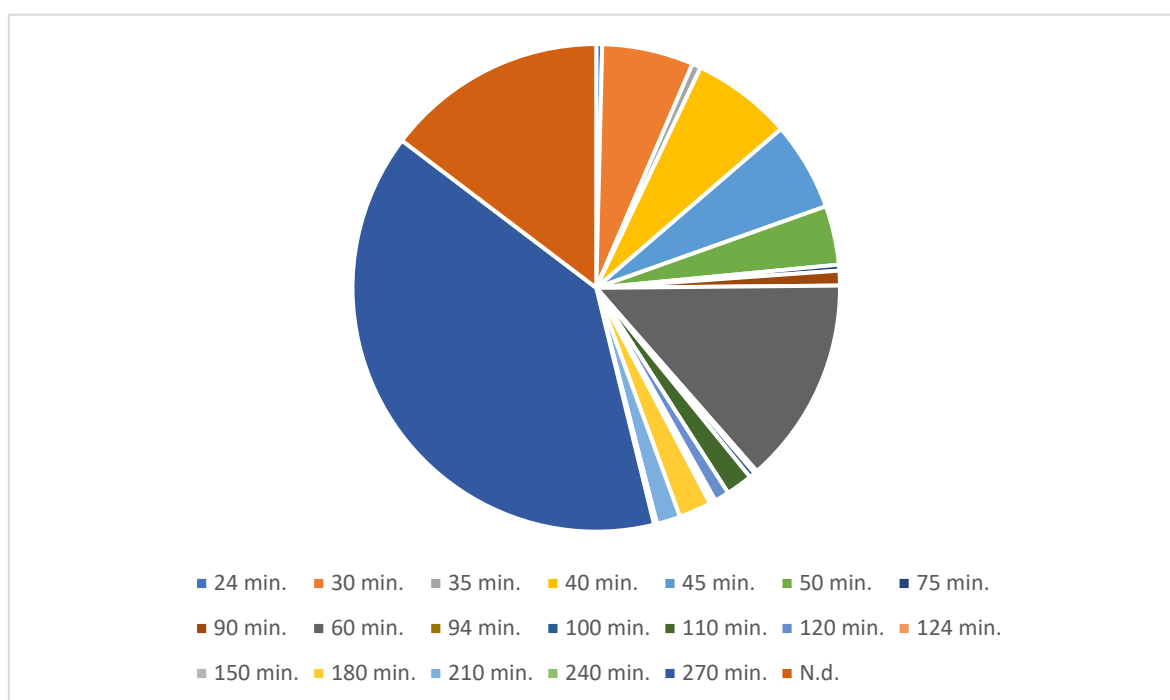
Figura 33 – Total de eventos da CM segundo o seu horário



Fonte: CM e VTM (2021)

Em relação à duração dos eventos, pode-se observar na *Figura 34* que os eventos da CM, devido à sua natureza, assumem diferentes durações. No entanto, percebe-se que os eventos com a duração de 270 minutos foram os que ocorreram em maior quantidade, justificado pelas ações de formação de teatro que ocorrem todos os sábados. De seguida, os eventos que não têm uma duração definida e os eventos com a duração de 60 minutos, que são, normalmente, os espetáculos de teatro.

Figura 34 – Total de eventos da CM segundo a sua duração



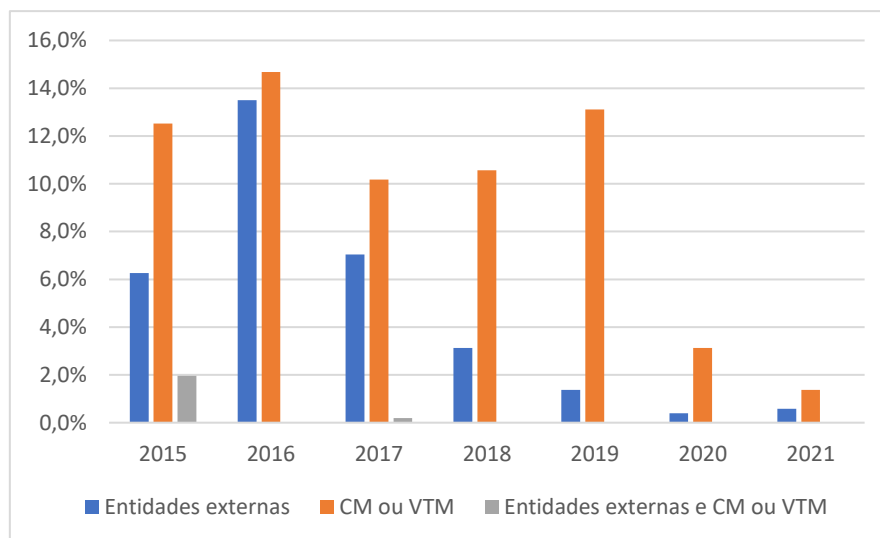
Fonte: CM e VTM (2021)

No que concerne à entidade organizadora, grande parte dos eventos são organizados pela CM ou pelos VTM, registando um número mais reduzido no que diz respeito a eventos organizados por entidades externas à CM.

Tendo em consideração a *Figura 35*, observa-se que nos primeiros três anos ocorreram alguns eventos organizados por entidades externas, tendo em 2016 a sua maior incidência, registando uma percentagem de 13,5%, em 2015 de 6,3% e em 2017 de 7,0%.

Em relação a eventos organizados tanto pela CM e/ou VTM em parceria com entidades externas, estes ocorreram em número bastante reduzido, tendo uma percentagem de 2,0% em 2015 e 0,2% em 2017.

Figura 35 – Total de eventos da CM por entidade organizadora

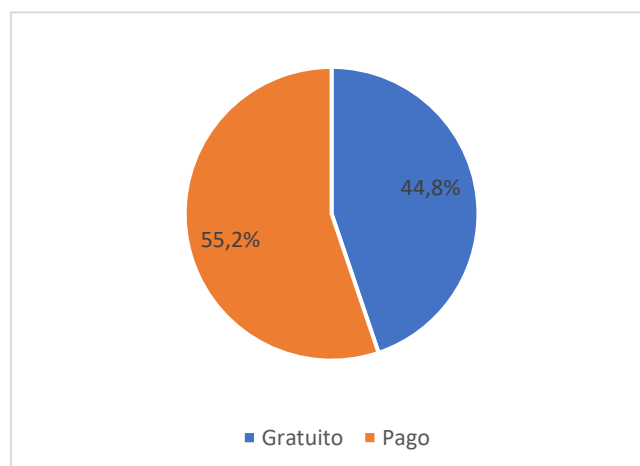


Fonte: CM e VTM (2021)

Relativamente às condições de acesso aos eventos organizados pela CM, entende-se, através da observação da *Figura 36*, que os valores percentuais referentes a cada condição pago (55,2%) e gratuito (44,8%) são quase igualitários.

Os valores praticados na CM são simbólicos, rondando um preço médio de 3 euros por evento, à exceção das formações, oficinas e outros eventos excepcionais que pressupõem um pagamento de um valor mais alto.

Figura 36 – Total de eventos da CM segundo a condição da iniciativa



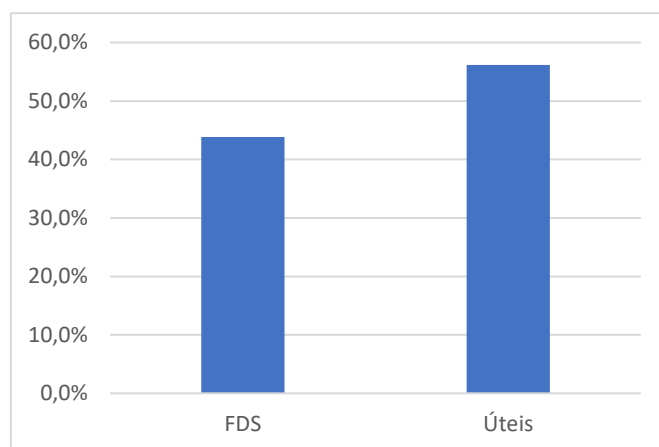
Fonte: CM e VTM (2021)

4.3.2.1. Festival MIMMOS

O festival MIMMOS é organizado sempre no mês de julho e em três dias da semana, sexta-feira, sábado e domingo. No entanto, algumas atividades são organizadas durante a semana, nomeadamente, os workshops.

Tendo em consideração a *Figura 37*, verifica-se que não existe uma grande discrepância entre as duas variáveis a observar, tendo uma percentagem maior de 56,1% nos dias úteis e 43,9% nos fins de semana.

Figura 37 – Total de eventos do festival MIMMOS os dias da semana

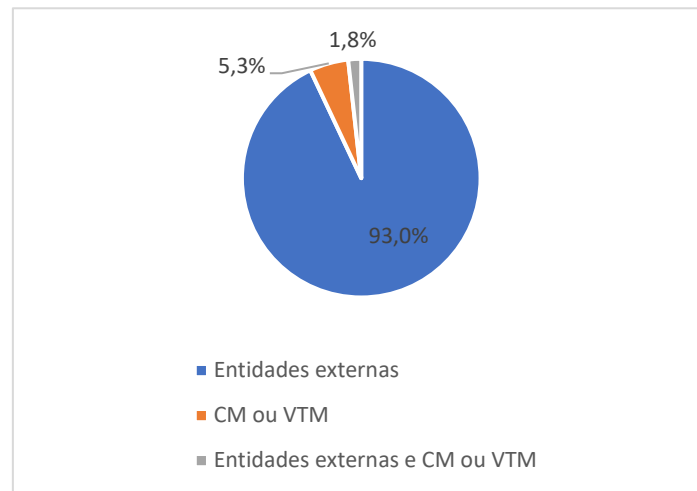


Fonte: CM e VTM (2021)

Uma das missões do festival MIMMOS passa precisamente por proporcionar à comunidade uma programação de qualidade incluindo a presença de espetáculos de artistas e companhias nacionais e internacionais.

Assim, grande parte da programação é apresentada por entidade externas, sendo bastante reduzido o número de eventos organizados pela CM ou VTM, como se pode observar na *Figura 38*.

Figura 38 – Total de eventos do festival MIMMOS por entidade organizadora

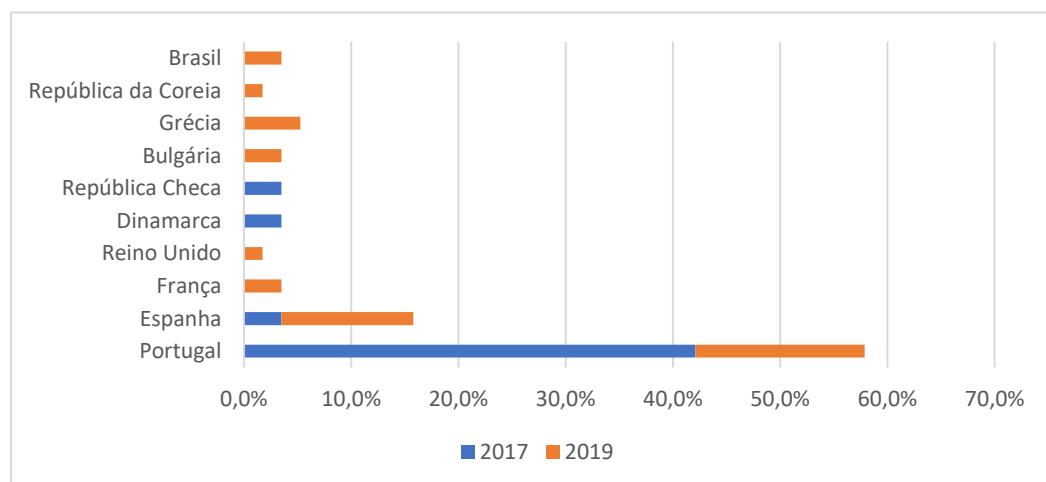


Fonte: CM e VTM (2021)

Como já foi referido acima, a maior parte dos eventos apresentados no festival MIMMOS são provenientes de entidades externas, incluindo nacionais e internacionais.

Observando a *Figura 39*, pode-se concluir que em comparação com a primeira edição do festival, na segunda, incluíram-se mais entidades externas internacionais, provenientes do Brasil, Grécia, República da Coreia, Bulgária, Reino Unido e França. No entanto, na primeira edição registaram-se mais entidades nacionais e a presença de apenas três países no festival, a República Checa, a Dinamarca e a Espanha.

Figura 39 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo o país de origem da entidade organizadora



Fonte: CM e VTM (2021)

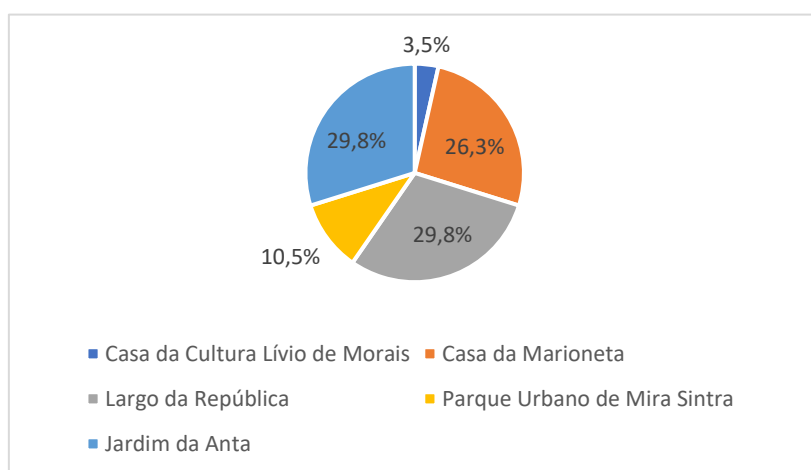
O festival MIMMOS é um festival de rua e, por isso mesmo, muitos dos seus eventos são organizados em espaços abertos, como jardins e largos.

Tendo em consideração a *Figura 40*, entende-se que o Jardim da Anta foi o local onde se realizaram mais eventos, com uma percentagem total de 29,8%. A CM situa-se dentro deste jardim, ou seja, em termos de logística e organização é um local mais favorável para a apresentação de eventos. Este é um festival que implica o transporte de material técnico de som e luz para os espetáculos, além disso são usadas barreiras de metal para delimitar os espaços onde as atividades são apresentadas e, em alguns espetáculos, cadeiras para o público.

O segundo local mais escolhido é o Largo da República, no Cacém, com uma percentagem de 29,8%. Este é um local bastante espaçoso, ideal para organizar eventos que necessitem de mais área para desenvolver as suas atividades.

O espaço da CM apresenta-se, também, com uma percentagem considerável de 26,3% dos eventos, uma vez que muitos dos eventos, como exposições e workshops, são organizados no interior deste espaço.

Figura 40 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo o equipamento

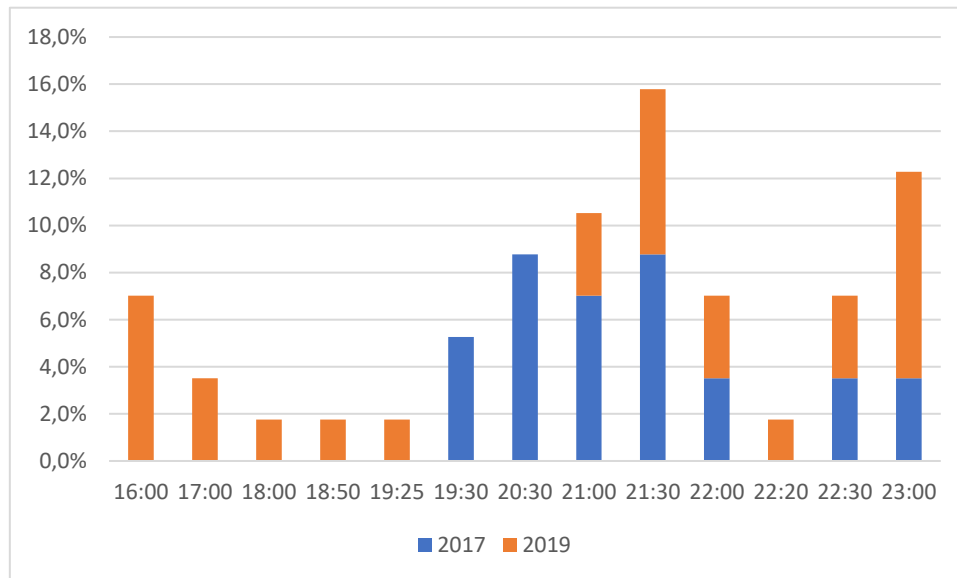


Fonte: CM e VTM (2021)

Tendo em conta a *Figura 41*, pode-se concluir que as atividades do festival MIMMOS são dinamizadas a partir do período da tarde, tendo início, mais precisamente, a partir das 16:00h. Além disso, percebe-se que grande parte das atividades são

desenvolvidas no período da noite, nomeadamente em horários compreendidos entre as 19:30h e as 23:00h.

Figura 41 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo o seu horário

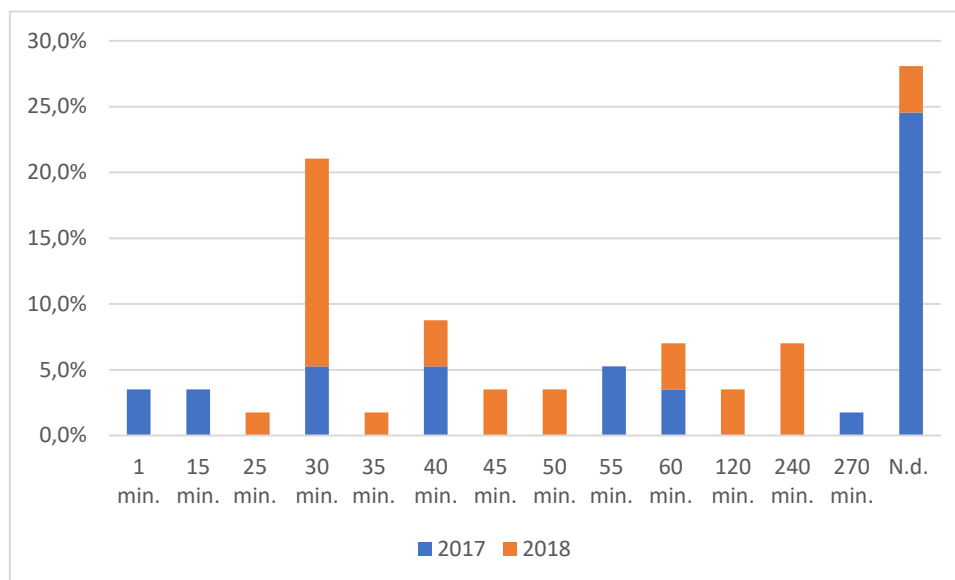


Fonte: CM e VTM (2021)

Em relação à duração das atividades do festival MIMMOS, é perceptível ao observar a *Figura 42* que esta pode ser bastante variável, dependendo da atividade apresentada, sendo mais recorrente atividades com a duração de 30, 40 e 60 minutos em ambas as edições.

No entanto, importa ressaltar que em grande parte das atividades, nas duas edições do festival MIMMOS, não foi possível identificar a sua duração, estando assim mais destacada a coluna designada por “n.d.”.

Figura 42 – Total de eventos do festival MIMMOS segundo a sua duração



Fonte: CM e VTM (2021)

4.3.3. Os eventos da Casa da Marioneta: em Covid-19

A pandemia Covid-19 colocou em pausa grande parte dos espaços culturais e artísticos no início do ano de 2020. Muitos destes locais, incluindo a CM, não puderam ainda abrir portas, devido à sua reduzida capacidade em termos de áreas em comum. Segundo Cunha (2021), não se justificava fazer uma programação para apenas quatro ou cinco pessoas, uma vez que apenas poderia estar um máximo de nove pessoas no espaço, contanto com a equipa da CM.

Assim, uma das estratégias encontradas para fazer face às limitações impostas pela pandemia foi criar uma programação online que resultou num total de apenas 18 eventos online em 2020 e 10 até maio de 2021.

A programação que estava prevista ser apresentada no espaço da CM foi reestruturada e alguns destes eventos, como espetáculos de teatro, oficinas e ações de formação, foram apresentados em formato online através das plataformas digitais da CM, o Facebook e o Youtube. Foi criado, também um *talk show* de marionetas, designado por *Titerevisor*.

Em termos de perspetivas futuras, espera-se que a CM possa voltar a abrir portas e ter uma programação regular no seu espaço. De acordo com Cunha (2021), sente-se que o público tem vontade de voltar a assistir a espetáculos e de participar em atividades culturais. O facto de existir uma barreira para o consumo destes eventos faz com que o público dê mais valor e tenha mais interesse pela área cultural e pelo usufruto deste tipo de atividades.

4.4. Análise das Entrevistas

Na análise dos dados recolhidos através das entrevistas realizadas, recorreu-se à análise qualitativa por meio da análise de conteúdo.

Importa referir que apenas algumas questões, consideradas mais relevantes, serão analisadas neste capítulo, uma vez que alguma da informação recolhida através das entrevistas já foi analisada e encontra-se, por exemplo, no capítulo anterior como informação complementar aos dados recolhidos através de fontes secundárias, como as agendas culturais da CM e do festival MIMMOS.

Na sua opinião, considera importante o desenvolvimento de eventos culturais, como festivais, na freguesia de Agualva e Mira-Sintra? Porquê?

No que concerne à importância da dinamização de eventos culturais na JFAM, ambos os entrevistados concordam afirmativamente que os eventos culturais têm um impacto positivo na freguesia de Agualva e Mira-Sintra.

Na análise das respostas pode-se destacar que é reforçada a ideia da necessidade de descentralizar a cultura e proporcionar às populações, que se encontram na periferia de Lisboa, atividades culturais sem terem de sair da sua área de residência, o que muitas vezes se constitui um entrave. Desta forma, a população local pode aceder às atividades culturais com uma maior regularidade.

Outra ideia a destacar é a importância de criar atividades culturais com as quais as populações se identifiquem, criando um sentimento de pertença. Cardoso (2021),

afirma que é revelante desenvolver iniciativas que vão ao encontro tanto dos interesses da população como dos visitantes da freguesia.

Considera importante o papel que os espaços culturais têm para a comunidade local? Em que medida?

Em relação à questão acerca da importância do papel que os espaços culturais têm para a comunidade local, ambos os entrevistados referiram que estes são de extrema importância para as comunidades onde estão inseridos, na medida em que permitem que exista uma aproximação com a cultura, tornando a população mais participativa nas atividades culturais e fomentando uma opinião crítica, por exemplo, sobre os espetáculos.

Outra ideia presente nas respostas passa pelo facto de proporcionar à população um espaço perto do seu local de residência, como já foi referido na análise da resposta anterior.

Cardoso (2021) acrescenta que os espaços culturais são locais de partilha, tanto para as associações locais como para a população, usando como exemplo a Casa da Cultura Lívio de Moraes em Mira-Sintra, um equipamento cultural na qual algumas associações ensaiam e onde a população pode aceder a um espaço de leitura e a iniciativas de cariz cultural.

De que forma os eventos ajudam na visibilidade da CM?

Cunha (2021), ao ser questionado em relação à forma como os eventos ajudam na visibilidade da CM, aponta a importância de oferecer, ao público da CM, uma programação regular, ou seja, não ser algo espontâneo e que aconteça com menos frequência. Uma das estratégias encontradas na CM, foi proporcionar uma programação cultural que incluísse sempre atividades ao fim de semana, normalmente uma atividade no período da manhã e outra à tarde. Desta forma, é possível criar uma rotina e fidelizar, de certa forma, o público à CM.

Após a primeira edição do festival MIMMOS existiu uma maior procura pelas atividades culturais desenvolvidas pela CM?

No que diz respeito aos efeitos que a primeira edição do festival MIMMOS teve na procura pelas atividades culturais da CM, Cunha (2021) refere que existiu uma maior procura e interesse do público pelas atividades desenvolvidas regularmente pela CM. Desta forma, conclui-se que o festival MIMMOS tem uma influência positiva relativamente à visibilidade da CM, contribuindo para que a CM e as atividades que esta desenvolve sejam do conhecimento da população local.

De que forma as atividades da CM foram afetadas pela pandemia? / P5. De que forma as atividades em parceria com a CM foram afetadas pela pandemia? / P2. De que forma as atividades culturais desenvolvidas dentro da junta de freguesia de Agualva e Mira Sintra foram afetadas pela pandemia?

Quanto à forma como as atividades culturais foram afetadas pela pandemia Covid-19, ambos os entrevistados afirmaram que foram muito afetadas, tendo como resultado a paragem das mesmas por um longo período de tempo.

No ano de 2021 algumas iniciativas, organizadas pela JFAMS, foram recuperadas, no entanto, como refere Cardoso (2021), estas tiveram de sofrer algumas alterações e adaptações devido às condições impostas pelas medidas de restrição no âmbito da pandemia COVID-19.

Relativamente à CM, a pandemia COVID-19 teve um impacto total na forma como este espaço é gerido. Desde o início do ano de 2020 até ao presente que a CM se encontra com as portas fechadas ao público. De acordo com Cunha e Ribeiro (2021), foram vários os eventos cancelados e reagendados, uma vez que a CM, devido à sua área reduzida, juntamente com as medidas de restrição, não pode receber público no seu espaço.

Quais as estratégias encontradas no sentido de fazer face às limitações impostas pela pandemia?

No que concerne às estratégias encontradas para fazer face às limitações impostas pela pandemia COVID-19, a CM apostou sobretudo numa programação *online*, através do *Facebook* e do *Youtube*. Os eventos que estavam programados para o ano 2021, foram reestruturados e adaptados pelos artistas para um formato online. Além disso, a CM, desenvolveu projetos, como por exemplo, o *talk show* de marionetas TITEREVISOR (2021), disponível no *Youtube*.

Cardoso (2021), aponta que “*a cultura traz gente, felizmente, não se faz cultura para o vazio*”, neste sentido a JFAMS tem vindo a apoiar as organizações e associações culturais da freguesia, partilhando nos seus espaços *online*, como o *Facebook*, as atividades e projetos que vão sendo desenvolvidos por estas entidades.

Qual a sua opinião acerca das atividades que a Casa da Marioneta desenvolve?

Ribeiro e Cardoso (2021), expressam uma opinião bastante positiva em relação ao trabalho que é desenvolvido tanto pela CM, como pelo grupo VTM.

Importa destacar que a CM inaugurou o seu espaço em 2015, no Jardim da Anta em Agualva e Mira-Sintra. Quando este espaço foi cedido pela CMS encontrava-se em estado degradado, neste sentido o grupo VTM remodelou o espaço e adaptou-o às suas necessidades, de forma a criar um espaço acolhedor e capacitado para receber público, como refere Cardoso (2021)

em cinco anos eles conseguiram transformar aquele espaço, eu lembro-me de estar naquele espaço quando ele foi cedido pela camara e nos ficamos assustados, eu estive lá com o presidente adjunto e aquilo era uma coisa horrorosa, feia, medonha, mesmo uma coisa horrível, um chão de tijoleira. E, fomos acompanhando a evolução e às vezes entro lá dentro e penso, eles fizeram ali um autêntico milagre. (Cardoso, 2021)

Apesar de a CM conseguir trazer públicos de outras localidades, Ribeiro (2021), aponta o papel importante que a CM tem para a comunidade local, uma vez que esta proporciona dinamismo e uma proximidade entre a cultura e as pessoas que residem na freguesia de Agualva e Mira Sintra.

Além disso, a CM, juntamente com outras entidades que trabalham a arte das marionetas, têm a atribuição de dar a conhecer e de dignificar o trabalho à volta das marionetas e das formas animadas. Por esse motivo é que a CM também tem vindo a apostar em eventos quer a nível nacional, como internacional, sendo disso exemplo o Festival MIMMOS.

CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1. Resposta às questões de investigação, à pergunta de partida e objetivos

O presente trabalho de investigação iniciou-se com a formulação dos objetivos e, posteriormente, das questões de investigação que orientaram todo o trabalho de investigação. Assim, este capítulo trata de responder a estas questões:

QO1 – Em que medida os eventos potenciaram o desenvolvimento da Casa da Marioneta enquanto espaço cultural?

Os eventos culturais têm a capacidade de impactar positivamente um espaço cultural. Estes permitem, por exemplo, gerar uma maior receita, consciencializar o público acerca dos programas culturais valorizando os elementos culturais e artísticos do espaço em si, criar um sentimento de partilha entre a comunidade local, entre outros.

Assim, o desenvolvimento de eventos culturais foi crucial para o crescimento inicial e contínuo do espaço da CM. Estes permitiram dinamizar e manter uma programação regular na CM, o que facilitou a fidelização do público à mesma. Além disso, um dos objetivos da CM passa por promover um maior conhecimento sobre o teatro de marionetas e todas as suas vertentes artísticas. Assim, os eventos apresentam-se como um meio de transmitir esta arte ao público.

QO2 – Qual foi a evolução da programação da CM?

Atendendo à análise da programação cultural da CM e ao período temporal, presente no subcapítulo 4.3. *A programação da Casa da Marioneta, de 2015 até ao presente: análise e tratamento de dados*, é possível concluir que tiveram lugar um total de 511 eventos, sendo que os anos em que mais eventos acolheram foram os de 2016, com 28,2%, 2015 com 20,7%, 2017 com 17,4% e 2019 com 14,5%. Nos anos de 2020 e 2021, devido à pandemia Covid-19, o número de eventos foi bastante reduzido.

Percebe-se que tem havido uma tendência para a redução do número de eventos. Além disso, através da análise da programação é possível observar que nos primeiros anos, nomeadamente em 2015 e 2016, a CM procurou diversificar a sua oferta cultural,

integrando também atividades não tão direcionadas para a arte da marioneta. Esta estratégia permitiu perceber os gostos e os interesses dos públicos que frequentam a CM e, assim, nos anos seguintes direcionar melhor a sua programação cultural.

Isto explica o facto de a CM também apostar a sua atividade mais na área do teatro, com uma percentagem de 76,6% em relação a outras temáticas. Esta é uma área que o público da CM procura bastante, como os espetáculos de teatro, as ações de formação e as atividades que fomentam o conhecimento pela arte das marionetas.

É de salientar que a evolução da programação pode ser consultada em maior pormenor no subcapítulo mencionado acima.

QO3 – Quais as estratégias adotadas, pela Casa da Marioneta, no período pós-Covid?

Com base nas respostas dadas e na análise das entrevistas acerca desta questão, a CM adotou um formato online através do *Facebook* e *Youtube*, ou seja, todos os eventos que estavam programados para após o fecho da CM devido à pandemia Covid-19, foram cancelados, sendo que alguns foram reajustados e adaptados ao formato online.

Durante este período e até ao presente, a CM tem vindo a desenvolver projetos em formato online, nomeadamente o *talk show* de marionetas TITEREVISOR (2021), disponível no *Youtube*, e apresentado alguns eventos de entidades externas, como oficinas e espetáculos de teatros.

QO4 – Quais os eventos que atraem mais público à CM?

Atualmente, a programação da CM é direcionada maioritariamente para o público infantil e infantojuvenil. Deste modo, de acordo com Cunha (2021), os eventos que atraem mais público, são os espetáculos de teatro, nomeadamente, os espetáculos para bebés que são bastante procurados pelas famílias e que têm a tendência para esgotar a sua lotação. O festival MIMMOS também pode ser referenciado neste ponto, uma vez que também atrai o público de certa forma à CM.

QO5 – De que forma o Festival MIMMOS promove a Casa da Marioneta?

Como Bowdin et al. (2006) referem, os festivais culturais têm a capacidade de celebrar a cultura e as artes, sendo um meio de mostrar o trabalho que é desenvolvido

pelos artistas e/ou instituições culturais. Além de que, estes permitem, também, celebrar um local em particular e influenciar a sua imagem interna e externa.

No caso particular do festival MIMMOS, este tem como principal objetivo valorizar a arte da marioneta, da máscara e da manipulação de objetos junto da comunidade local, através de uma programação cultural e artística de qualidade por companhias nacionais e internacionais (MIMMOS, (s.d.)). Este é um objetivo comum com a CM, que trabalha anualmente neste sentido.

Assim, o festival MIMMOS foi uma das estratégias encontradas para dar a conhecer ao maior número de público possível aquilo que é o teatro de marionetas e formas animadas, mas, também, o que é desenvolvido pela CM e pelo grupo VTM.

Importa destacar que este é um festival que inclui maioritariamente atividades em espaços ao ar livre, no entanto as poucas atividades que são desenvolvidas em espaços fechados têm lugar no espaço da CM, nomeadamente as exposições de marionetas, as apresentações de livros e as ações de formação. Esta é uma forma de dar a conhecer ao público o espaço interior da CM.

Outro espaço bastante utilizado durante o festival é a área envolvente da CM, o Jardim da Anta que acolhe, por exemplo, a realização de espetáculos de teatro e sessões de cinema.

Neste sentido, pode-se concluir que o festival MIMMOS promove a CM. Como foi referido por Cunha (2021), o festival MIMMOS abriu os horizontes da CM e do grupo VTM, ou seja, depois da primeira edição do festival MIMMOS, a comunidade local e o público em geral começou a ter mais interesse e a procurar as atividades que são desenvolvidas regularmente pela CM. Além disso, deu de certa forma alguma validação ao trabalho que é desenvolvido pelo grupo VTM e pela CM.

QO5 – Os eventos desenvolvidos pela CM propiciam o estabelecimento de laços com a comunidade local?

Pode-se afirmar que os eventos desenvolvidos pela CM propiciam o estabelecimento de laços com a comunidade, pela forma como a programação cultural da CM é direcionada.

É importante reter que a CM inaugurou este espaço com o objetivo de promover uma maior ligação à comunidade local portanto, como é mencionado por Cunha (2021) e Ribeiro (2021), estes espaços culturais são de extrema importância para a comunidade local porque permitem oferecer uma programação cultural à qual, de outra forma, algumas pessoas não teriam acesso. Além disso, a CM pretende tornar a comunidade local mais envolvida e participativa nas atividades culturais que são desenvolvidas.

Neste sentido, alguma da programação desenvolvida pela CM é direcionada para o envolvimento da comunidade nas atividades, sendo um exemplo claro o grupo de teatro e as ações de formação que são desenvolvidas regularmente pela CM.

QO7 – De que forma os eventos ajudam na visibilidade da CM?

Os eventos podem e devem ser uma estratégia para dar visibilidade à CM e, segundo Cunha (2021), para que estes consigam ter este papel devem ser programados para acontecerem ao longo do ano. Desta maneira, tendo uma agenda regular e consistente, é mais fácil ter alguma visibilidade para o público.

Posto isto, é possível responder à questão de partida formulada no início desta investigação: Qual a influência que os eventos têm na dinamização e na procura de um espaço cultural? Tomando como estudo de caso a CM, pode-se concluir que os eventos têm um impacto positivo na dinamização e na procura de um espaço cultural. Podem ser enumeradas diversas razões para tal, como o facto de proporcionarem o envolvimento da comunidade local com os espaços culturais, tornando-a mais crítica e participativa nas atividades; o facto de possibilitarem a inclusão social, reduzindo as barreiras psicológicas e sociais que implicam a exclusão de grupos-alvo; de influenciarem positivamente a procura de um espaço cultural, através de eventos de maior dimensão, como o festival MIMMOS; de permitirem a dinamização regular de um espaço cultural, tornando-o mais agradável e interessante para quem o visita; de fomentarem o conhecimento acerca do teatro de marionetas e de formas animadas, entre outras.

Importa ainda lembrar os objetivos geral e específicos da investigação enunciados no capítulo 1.2. *Objetivos Gerais e Específicos*, que serviram de apoio à construção das questões de investigação. Assim sendo, neste subcapítulo é feita uma reflexão acerca da realização dos mesmos ao longo da dissertação.

No que diz respeito ao objetivo geral, ou seja, o de esta dissertação contribuir para o conhecimento e valorização dos eventos enquanto estratégia de promoção e desenvolvimento de um espaço cultural, constata-se que a realização deste trabalho de investigação cumpre este objetivo, contribuindo para o mesmo.

Atendendo ao primeiro objetivo específico – OE1. Compreender de que forma os eventos potenciam e desenvolvem os espaços culturais, este objetivo é validado através do enquadramento teórico no subcapítulo 2.4. *A relação entre eventos e espaços culturais* e da análise do estudo de caso da CM. A análise da programação presente no capítulo 4. – *Estudo de caso: a Casa da Marioneta*, responde ao segundo OE2, ou seja, o de caracterizar e analisar a programação da Casa da Marioneta de 2015 até ao presente e ao terceiro objetivo OE3., no sentido de caracterizar e analisar a programação das duas edições do Festival MIMMOS;

Em relação ao quarto objetivo OE4 – Perceber se os eventos culturais na Casa da Marioneta proporcionam o estabelecimento de laços com a comunidade, este foi cumprido através do enquadramento teórico no subcapítulo 2.2.3. *A importância dos eventos culturais para a comunidade local*, da análise das entrevistas e da reflexão feita acerca dos objetivos e das respostas à pergunta de partida e às questões de investigação.

No que diz respeito ao quinto e último objetivo OE5 – Analisar de que forma os eventos potenciam uma maior visibilidade à Casa da Marioneta, a realização deste objetivo está presente na fundamentação teórica, mais especificamente na análise da programação da CM e na análise das entrevistas realizadas.

5.2. Limitações da investigação e linhas para investigação futura

Dadas as circunstâncias atuais e as restrições impostas devido à pandemia COVID-19, no decorrer da investigação surgiram algumas limitações, especialmente por a CM se encontrar encerrada ao público, o que limitou, por exemplo, as atividades de observação participante.

Por consequência, os dados de observação também ficaram de certa forma limitados e comprometidos, uma vez que teria sido mais enriquecedor em termos de análise se, nos anos de 2020 e 2021, tivesse existido uma programação regular como nos

anos anteriores. No entanto, o encerramento da CM ao público permitiu, por outro lado, observar como um espaço cultural desta natureza se adaptou às novas condições impostas pela crise sanitária e suas restrições.

O facto de a CM se encontrar encerrada ao público também limitou a construção dos instrumentos de observação, pois teria sido importante e acrescentaria um aprofundamento ao tema em questão a aplicação de um inquérito por questionário aos públicos da CM.

Posto isto, e tendo em consideração o estudo realizado e os resultados obtidos, pode-se sugerir algumas linhas de investigação futura, tais como:

1. Analisar especificamente uma edição do festival MIMMOS, acompanhando todo o seu processo de planeamento e a sua avaliação de forma a perceber que influência este tem na dinamização e visibilidade da CM;
2. Identificar os públicos da CM, nomeadamente a comunidade local, inquirindo-os acerca do papel da CM e compreender o seu nível de satisfação no que diz respeito à programação cultural deste espaço.

5.3. Reflexões finais

Esta dissertação de mestrado assumiu como temática principal A influência dos eventos na dinamização de espaços culturais, pelo que importa refletir acerca dos aspetos principais desta temática com base no estudo desenvolvido pelo presente trabalho de investigação.

Os espaços culturais podem ser diversos, incluindo-se museus, ateliês, teatros, oficinas de arte, centros culturais, monumentos, entre outros, e por norma, encontram-se abertos ao público em geral. Dependendo do espaço cultural, estes podem ou não integrar eventos culturais e/ou artísticos na sua programação, no entanto, tem-se verificado que são cada vez mais os espaços, como por exemplo os museus, que incluem na sua programação eventos de diversas naturezas os quais surgem, assim, como estratégias de diversificação da sua programação e de atração de novos públicos.

Uma das principais conclusões retiradas a partir deste trabalho de investigação é que os eventos são, de facto, importantes na dinamização de espaços culturais. Os eventos

culturais têm a capacidade de impactar positivamente um espaço cultural, revelando os principais aspetos culturais e artísticos daquele espaço, ou seja, são uma forma de consciencializar o público para a valorização do trabalho destas instituições culturais. Para isto, importa também desenvolver eventos que tenham em consideração os interesses do público e daquilo que é expectável daquele espaço cultural.

O envolvimento da comunidade local também é um elemento crucial nesta relação entre eventos e espaços culturais, uma vez que os eventos são uma forma de integrar a comunidade nas atividades que são desenvolvidas nestes locais, beneficiando positivamente ambas as partes, a comunidade local e os espaços culturais.

Para terminar e tomando a análise da programação cultural da CM como exemplo, é importante referir que o desenvolvimento consistente de eventos foi crucial para o crescimento inicial e contínuo do espaço da CM, o que também facilitou a fidelização do público à mesma.

REFERÊNCIAS

- Ali-Lnight & Robertson (2004). Introduction to arts, culture and leisure. In: Yeoman. I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (2004). *Festival and events management: An International arts and culture perspective* (1ª ed). Elsevier: UK, pp. 3-14.
- André, I., Vale, M., Santos, M. & Vale, A. M. (2014). *Fundos Estruturais e Cultura no Período 2000-2020*. Instituto de Geografia e Ordenamento do Território – Universidade de Lisboa. Disponível em: <http://www.gepac.gov.pt/gepac-seminarios/cultura2020/estudo-5-relatorio-pdf.aspx>
- Barros, J. M. & Junior, J. O. (2011). Gestão cultural: formação, colaboração e desenvolvimento local. In: Barros, J. M. & Junior, J. O. (orgs.) (2011). *Pensar e Agir com a cultura: desafios da gestão cultural*. Belo Horizonte: Observatório da Diversidade Cultural, pp. 28-34.
- Bertolini. A. (2012). O papel do Terceiro Setor na promoção Cultura. In: *I Encontro Internacional de Direitos Culturais*. Fortaleza: Grupo de Estudos e Pesquisas em Direitos Culturais. Disponível em www.direitosculturais.com.br/download.php?id=130
- Blumenthal, E. (2005). *Puppetry and Puppets: An Illustrated World Survey* (1ª ed). London: Thames & Hudson.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. (2006). *Events Management* (2ª ed). Oxford: Elsevier Ltd.
- Câmara Municipal de Sintra (2021). *Orçamento Municipal e Grandes Opções do Plano – 2021*. Disponível em [Câmara Municipal de Sintra \(cm-sintra.pt\)](http://cm-sintra.pt)
- Cardoso, H. (20 de setembro, 2021). Entrevista. Entrevistador: Ana Sofia Sequeira. Lisboa (15 min.).
- Carilho, M. M. (2013). The Ministry of Culture: An overview...and perspectives after its end. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 1 (1), 161-171. Disponível em: <https://rlec.pt/article/view/1723/1707>
- Carpenter, G. (2008a). Overview of Arts and Cultural Programming. In: Carpenter & Blandy (ed.) (2008). *Arts and Cultural programming: a leisure perspective*. Champaign: Sheridan Books, pp. 3-23.

- Carpenter, G. (2008b). Special Events. In: Carpenter & Blandy (ed.) (2008). *Arts and Cultural programming: a leisure perspective*. Champaign: Sheridan Books, pp. 143-157.
- Carvalho, G. (2017). Turismo Cultural. In: F. Silva & J. Umbelino (coord.). *Planeamento e desenvolvimento turístico*. Lisboa: Lidel, pp. 349-361.
- Castillo, M. M. (2018). *Oficio de Libres. Del ancestral y contemporáneo arte de los títeres* (1ª ed). Perú: Asociación Cultural Tárbol Teatro de Títeres.
- Coelho, T. (1997). *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras. Disponível em: <https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Coelho-Dicionario-critico-de-politica-cultural.pdf>
- Comissão Social de Freguesia (2015). *Diagnóstico Social da Freguesia de Aqualva e Mira Sintra*. Disponível em: [JF AMS Regulamento Comissão Social Freguesia \(jf-agualvamirasintra.pt\)](http://jf-ams-regulamento-comissao-social-freguesia-jf-agualvamirasintra.pt)
- Costa, P., Oliveira, A., Magalhães, A., Sousa, F. A., Teixeira, G., Guerra, P. & Moreira, T. (2017). *Estratégias para a cultura da cidade de lisboa 2017*. Lisboa. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/15553>
- Cros, H. & McKercher, B. 2015. *Cultural Tourism* (2ª ed). London New York, NY: Routledge.
- Culture pour tous (s.d.). Médiation culturelle. Disponível em <https://www.culturepourtous.ca/professionnels-de-la-culture/mediation-culturelle/>
- Cunha, F. (26 de julho, 2021). Entrevista. Entrevistador: Ana Sofia Sequeira. Lisboa (20 min.).
- Decreto-Lei nº 11-A/2013 de 28 de janeiro. *Diário da República nº19/2013 – I Série*. Assembleia da República, Lisboa.
- Derrett, R. (2004). Festivals, events and the destination. In: Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (2004). *Festival and events management: An International arts and culture perspective* (1ª ed). Elsevier: UK.
- Esquerda (2020). *Nota explicativa 2021 – Orçamento do Estado 2021*. Lisboa. Disponível em: https://www.esquerda.net/sites/default/files/nota_explicativa_mc_-_oe2021.pdf

- Eusébio, C., Kastenholz, E. & Carneiro, M., J. (2003). A relevância da investigação no ensino do turismo: algumas estratégias de intervenção na realização do inquérito. In: *Conference: ACTAS das 3as Jornadas Ibéricas do Turismo*. Coimbra, Portugal: Escola Superior de Educação, Coimbra, pp. 1-22. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259231126_A_relevancia_da_investigacao_no_ensino_do_turismo_algumas_estrategias_de_intervencao_na_realizacao_do_inquerito
- Ferreira, C. R. (2015). A gestão e o gestor cultural: uma análise de características. *Centro de Pesquisa e Formação*, 1, pp. 37-50. Disponível em <https://www.sescsp.org.br/files/artigo/4d89fc78-fbcc-4535-89c9-8428acfadb70.pdf>
- Garcia, A. & Nunes, G. (2009). Boom festival: um estudo sobre a percepção dos habitantes locais. *Egitania Scientia*, 4, pp. 41-66. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/1122/1/Boom.pdf>
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event tourism* (2ª ed). New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (1ª ed). Oxford: Elsevier Ltd.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Editora Atlas.
- Gil, J. M. (2013). Teatro Dom Roberto – o teatro tradicional itinerante português de marionetas – O Saloio de Alcobaça e os novos Palheta. Lisboa: Museu da Marioneta de Lisboa.
- Gomes, R. T. & Lourenço, V. (2009). *Democratização cultural e formação de públicos: Inquérito aos “serviços educativos” em Portugal*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais. Disponível em www.gepac.gov.pt/gepac-oac/obs-pesquisas-n-15-pdf.aspx
- Gomes, R., Lourenço, V. & Martinho, D. (2006). *Entidades Cultural e Artísticas em Portugal*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais. Disponível em: <http://www.gepac.gov.pt/gepac-oac/dtrabalho-n8-pdf.aspx>
- Gonçalves, S. & Umbelino, J. (2017). Os Eventos e a Animação Turística. In: F. Silva & J. Umbelino (coord.). *Planeamento e desenvolvimento turístico*. Lisboa: Lidel, pp. 363-374.

- Guerra, I. (2002). *Fundamentos e processos de uma sociologia de ação: O planeamento em ciências sociais*. Cascais: Principia.
- Hutton, T. (2016). *Cities and the Cultural Economy* (1ª ed). London New York, NY: Routledge.
- INE (2011). *Quadros resumos*. Disponível em: https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos_quadros
- Lima, M. (2016). Introdução aos métodos quantitativos em Ciências Sociais. In: Sesc (2016). *Métodos de pesquisa em Ciências Sociais: Bloco Quantitativo*. São Paulo: CEBRAP. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4889254/mod_resource/content/1/Ana%CC%81lise%20Documental_Comp_Marcia%20Lima.pdf
- Lopes, J. T. (2008). *Da democratização à democracia cultural* (1ªed). Porto: Profedições.
- Madeira, C. (2002). *Novos Notáveis, Os Programadores Culturais* (1ªed.) Lisboa: Celta Editora.
- Martinho, T. D. (2011). *Mediação Cultural - Alguns dos seus agentes* (tese de doutoramento). Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/3514/4/MTDM_TeseDR_10Maio2011.pdf
- Matias, M. (2007). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas* (4ª ed). Barueri: Manole.
- McCarteny, G. & Osti, L. (2007). From Cultural Events to Sport Events: A Case Study of Cultural Authenticity in the Dragon Boat Races. *Journal of Sport & Tourism*, 12 (1), pp. 25-40. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14775080701496750?casa_token=1YgpuklFjaUAAAAA:hKbmfwVz9o14CNaUwH2fXGt0-FdomEhk44DKZCilhB5xzmt-4Dgs-GzmlENNq0IIgTpyJScW9Q
- MIMMOS (2017). *Programa – 2017*. Disponível em: <http://mimmos.pt/programas/programa-2017.pdf>
- Minayo, C., Deslandes, S., Neto, O. & Gomes, R. (2002). *Pesquisa Social – Teoria, método e criatividade* (21ªed). Petrópolis: Editora Vozes.
- Ministério das Finanças (2020). *Orçamento de Estado 2021 – Proposta de Lei e Relatório*. Lisboa. Disponível em: <https://app.parlamento.pt/webutils/docs/doc.pdf?path=6148523063446f764c324>

[679595842774f6a63334e7a637664326c756157357059326c6864476c3259584d7657456c574c33526c6548527663793977634777324d533159535659744d5455756347526d&fich=ppl61-XIV-15.pdf&Inline=true](https://www.museudamarioneta.pt/pt/colecoes/marionetas/portugal/679595842774f6a63334e7a637664326c756157357059326c6864476c3259584d7657456c574c33526c6548527663793977634777324d533159535659744d5455756347526d&fich=ppl61-XIV-15.pdf&Inline=true)

Museu da Marioneta (s.d.). *Marionetas – Portugal*. Disponível em: <https://www.museudamarioneta.pt/pt/colecoes/marionetas/portugal/>

Nadotti, L., Vannoni, V. (2019). Cultural and event tourism: an interpretative key for impact assessment. *Eastern Journal of European Studies*, 10 (1), pp. 115-131. Disponível em: https://ejes.uaic.ro/articles/EJES2019_1001_NAD.pdf

Nascimento, J. (2007). O mundo fascinante dos Bonecos. In: Almeida, C. (2007). *Mestre salas apresenta... exposição de marionetas portuguesas*. Évora : Direção Regional da Cultura do Alentejo.

Pedro, F., Caetano, J., Christiani, K. & Rasquilha, L. (2007). *Gestão de Eventos* (2ª ed). Lisboa: Quimera.

Pinto, Paulo & Silva (2012). Os centros culturais como espaço de lazer comunitário: o caso de Belo Horizonte. *Cultur*, 6 (2), pp. 86-108. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/286>

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Ribeiro, A. (6 de setembro, 2021). Entrevista. Entrevistador: Ana Sofia Sequeira. Lisboa (12 min.).

Ribeiro, A. P. (2011, 28 de outubro). Nada será como dantes. *Público*, 7874, pp. 46-47.

Ribeiro, J., Vareiro, L., Fabeiro, C. & Blas, X. (2005). *Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: Um estudo de caso*. In: *XI Congresso da APDR - “O Papel das Universidades no Desenvolvimento das Regiões”*. Faro, Portugal, pp. 61-76. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5143>

Ribeiro, R. (2005). *Henrique Delgado: contributos para a história da marioneta em Portugal*. Lisboa: Museu da Marioneta/ EGEAC.

Richardson, R., J. (2012). *Pesquisa Social e técnicas* (3ªed). São Paulo: Atlas.

Santos, M. L. L. (1998). *As Políticas Cultural em Portugal: Relatório Nacional* (1ªed). Viseu: Tipografia Guerra.

Santos, M. L. L. (2007, maio). *Políticas Culturais em Portugal*. Comunicação apresentada no encontro promovido pela Organização dos Estados

- Iberoamericanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) e pela Fundação INTERARTS, Barcelona. Disponível em: <http://www.gepac.gov.pt/gepac-oac/outros-docs-05-pdf.aspx>
- Saravia, E. (2011). Gestão da cultura e a cultura da gestão: a importância da capacitação de administradores culturais. In: Barros, J. M. & Junior, J. O. (orgs.). *Pensar e Agir com a cultura: desafios da gestão cultural*. Belo Horizonte: Observatório da Diversidade Cultural, pp. 15-19.
- Seabra, A. M. (2012, 27 de julho). Os contrastes e o território. *Público*, 8145, pp. 39.
- Teatro de Marionetas – Valdevinos, (s.d.). Teatro Dom Roberto: teatro tradicional português de marionetas. Disponível em: <http://valdevinos.net/domroberto/>
- Tjarve, B. & Zemīte, I. (2016). The role of cultural activities in community development. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64(6), pp. 2151–2160. Disponível em: https://acta.mendelu.cz/media/pdf/actaun_2016064062151.pdf
- Tribuna Alentejo (2021). Bonecos de Santo Aleixo. Disponível em: <https://www.tribunaalentejo.pt/tags/bonecos-de-santo-aleixo>
- UNWTO (2017). Tourism and Culture - 22nd Session of the General Assembly held in Chengdu. Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>
- Urosevic, N. (2012). Cultural Identity and Cultural Tourism – Between the local and the global (A case study of Pula, Croatia). *Singidunum Journal*, 9 (1), pp. 67-76. Disponível em: <http://journal.singidunum.ac.rs/files/2012-9-1/cultural-identity-and-cultural-tourism---between-the-local-and-the-global-a-case-study-of-pula-croatia.pdf>
- Valdevinos – Teatro de Marionetas. (s.d.). Breve historial. Disponível em: <http://www.valdevinos.net/#valdevinos>
- Vieira, J. M. (2015). *Eventos e Turismo – Planeamento e Organização – Da teoria à prática* (1ª ed). Lisboa: Sílabo.
- Zanella, L. C. (2008). *Manual de organização de eventos: Planejamento e Operacionalização* (4ª ed). São Paulo: Atlas.
- Zurbach, C. (2007). *Teatro de marionetas: tradição e modernidade*. Évora: Casa do Sul.

ANEXOS

ANEXO I – EXEMPLO DE UMA AGENDA CULTURAL DA CM (MARÇO A MAIO DE 2015)

GOSTAS DE TEATRO?

INSCREVE-TE NO **CLUBE DO TEATRO**

SÁBADOS
9:30 - 11:00 (8 AOS 12)
11:30 - 13:00 (13 AOS 16)

FORMADOR: FERNANDO CUNHA
LOCAL: CASA DA MARIONETA 15€/MÊS

INSCREVER-SE: MÍN. 6 - MÁX. 12
MAIS INFORMAÇÕES: 214321101 - 933280258 - 963207325
CASADAMARIONETA@GMAIL.COM
WWW.CASADAMARIONETA.VALDEVINOS.NET

CONSTRUÇÃO E MANIPULAÇÃO DE MARIONETAS

CONSTRUÇÃO: 6, 8, 13, 15, 17 ABRIL 19H00-22H00
MANIPULAÇÃO: 20, 22, 27, 29 ABRIL 19H00-22H00
APRESENTAÇÃO FINAL: 2 MAIO - 16H00

LOCAL: CASA DA MARIONETA
DURAÇÃO: 12H (CONSTRUÇÃO) + 12H (MANIPULAÇÃO)
PREÇO: 70€
MAIORES DE 14 ANOS

FORMADORES: MARTA FERNANDES DA SILVA (CONSTRUÇÃO)
FERNANDO CUNHA (MANIPULAÇÃO)

INSCREVER-SE: MÍN. 6 - MÁX. 12
MAIS INFORMAÇÕES: 214321101 - 933280258 - 963207325
CASADAMARIONETA@GMAIL.COM
WWW.CASADAMARIONETA.VALDEVINOS.NET

FESTIVAL PERIFÉRIAS

AUDITÓRIO ANTÓNIO SILVA (SHOPPING CACÉM)

14 MARÇO 12H30 - "CONVERSAS COMEÇADAS"
CO-PRODUÇÃO PORTUGAL / SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

14 MARÇO 12H30 - "OS MOSQUETEIROS"
Sáb e Dom 16h
ATE 31 MAIO
www.cultursintro.pt

Quinta da Regaleira
OS LUSÍADAS
VIAGEM INFINITA
DE ABRIL A DEZEMBRO DE 2015
INFO: facebook.com/oslusiadasespectaculo

ESPONTÂNEO 2015
FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO DE IMPROVISO
O MAIOR EVENTO IBÉRICO DE IMPROVISAÇÃO TEATRAL
14 A 24 DE MAIO
CENTRO CULTURAL OLGA CADAVAL

REI UBU MARIONETAS
EM MAIO NA CASA DE TEATRO DE SINTRA

A partir de 15 de Março
10h - 15h (ENTRADA LIVRE)
2ª Sábados: Álio do Museu Anjos Teixeira
4ª Sábados: Alameda dos Combatentes da Grande Guerra

DESGRAÇADOR!
a partir do romance
Nem de Guerra de Almeida Negreiros
encenação Paula Sousa
DE 27 DE MARÇO A 24 DE ABRIL
NO ESPAÇO TEATROESFERA
ESTREIA 27 DE MARÇO

SEX/SÁB - 21:30
DOM - 16:00

10º ENCONTRO DE ALTERNATIVAS EM SINTRA
29, 30, 31 DE MAIO
MOSTRA DE PROJECTOS 2015
PALESTRAS, TERAPIAS, OFICINAS, ARTESANATO, MÚSICA, TEATRO, PRODUTOS DIO
PARQUE DA ROULETTE
MUNICIPAL DE SINTRA - CASA MANTEIRO

AGENDA MAR ABR MAI 2015

CASA DA MARIONETA

ABERTURA

CASA DA MARIONETA

JARDIM DA ANTA (AGUALVA - CACÉM)

ACTIVIDADES CASA DA MARIONETA

EXPOSIÇÕES
ESPECTÁCULOS
CLUBE DO TEATRO

FORMAÇÃO E WORKSHOPS
HORA DO CONTO
SESSÕES LITERÁRIAS

VISTAS GUARDAS
FESTAS DE ANIVERSÁRIO

MAIS INFORMAÇÕES: 214321101 - 933280258 - 963207325
CASADAMARIONETA@GMAIL.COM
WWW.CASADAMARIONETA.VALDEVINOS.NET

PRODUTOS VALDEVINOS TEATRO DE MARIONETAS

sair da ROTINA jogando aoteatro

26, 28 Maio
2, 4, 9, 11
16, 18 Junho
3ª e 5ª (maleabilidade de horários)
Apresentação final:
20 Junho sábado 16h00

Este workshop pretende desafiar os participantes a escutarem-se, encontrar a serenidade para a relação com os outros e, deixar a arte que está dentro de cada si, fazer obra.
Alguns princípios do teatro são excelentes para este trabalho.

LOCAL: Casa da Marioneta
DURAÇÃO: 12 horas
FORMADOR: Teresa Faria
PREÇO: 45€

INSCREVER-SE: MÍN. 6 - MÁX. 15
MAIS INFORMAÇÕES: 214321101 - 933280258 - 963207325
casadamarioneta@gmail.com
www.casadamarioneta.valdevinos.net

teatromasca
FAHRENHEIT 451
A PARTIR DO ROMANCE DE RAY BRADBURY
ESTREIA EM NOVEMBRO 2015

SARRAZINA - Teatro de Fantoche Itinerante
facebook.com/sarrazina.teatro
938217373

UTOPIA
GERAL@UTOPIATEATRO.COM - WWW.UTOPIATEATRO.COM
FACEBOOK.COM/UTOPIATEATRO - FACEBOOK.COM/MULHERHOMEMCOROADA

câmara dos ofícios
animação e arquitetura
Concebemos e produzimos animações históricas, pedagógicas, promocionais, infantis
turísticas, projetos de cenografia, figurinos, adereços e decoração de espaços.
Tel 219 164 550 Fax 219 161 005 Email camara.oficios@mail.telepac.pt

Marta Fernandes da Silva
cenografia . adereços . marionetas
Faço da conta a sua medida
www.martadasilva.com . martadasilva@gmail.com
965432639 . 937614171 . Skype: martadasilva

Associação Cultural Bica Teatro
Tlm - 91 918 41 53 - 91 252 95 04
Email: bicateatro@gmail.com
Web: www.bicateatro.org

Cor! Ação!
Disponível para escolas e grupos organizados
Tlm: 918 743 494
geral@tapafuros.com

VALDEVINOS
VALDEVINOS TEATRO DE MARIONETAS
www.valdevinos.net - facebook.com/valdevinos.marionetas - geral@valdevinos.net
21 432 11 01 - 933 280 258 - 963 207 325

WWW.GATA-GINETA.PT - WWW.FACEBOOK.COM/GATAGINETA

gata-gineta
CENTRO DE ARTES

Norma Carvalho
freelancer
veldeign - design gráfico - animação gráfica
normacarvalho.com - info@normacarvalho.com - 864151527

COMO CHEGAR

JARDIM DA ANTA / AGUALVA-CACÉM

CP CACÉM + VIMECA 112/126
CP CACÉM + 15"

38°46'28.3"N 9°17'09.2"W

CASADAMARIONETA.VALDEVINOS.NET

SEJAM MUITO BEM VINDOS A NOSSA CASA

Sejam muito bem-vindos à nossa Casa!

Somos muitas a receber-vos de braços abertos e com muitas histórias para contar. Em 1997 constituímos a família Valdevinos Teatro de Marionetas e habitamos esta casa desde Março de 2015. Situada no coração do Jardim da Anta em Agualva, no concelho de Sintra, é um lugar privilegiado pela tranquilidade da natureza que a rodeia. Um espaço onde serão apresentadas de forma regular, as criações da nossa e outras companhias, onde queremos proporcionar um conhecimento do mundo da marioneta em todas as suas vertentes. Pretendemos oferecer momentos de encontro com a cultura teatral, musical, literária, estabelecer laços com a comunidade, desenvolver com escolas e instituições, projectos que aperfeiçoem um melhor conhecimento em torno do teatro de marionetas.

Este é um lugar de encontro e de partilha para todos!

Entrem e sintam-se em vossa casa!!

MARÇO

14 SÁB | 15:00

ABERTURA DA CASA DA MARIONETA

14 ATÉ 31 DE MAIO



EXPOSIÇÃO DE PARTE DO ESPÓLIO DOS VALDEVINOS TEATRO DE MARIONETAS

A exposição pode ser visitada nos dias em que hajam actividades e por grupos e escolas mediante marcação.

14 SÁB | 16:00 45' TEATRO

APARA O RAPAZ QUE VAI E VEM M/6

Valdevinos Teatro de Marionetas

apara.valdevinos.net



21 SÁB | 16:00 60' OFICINA

VIDA DE MARIONETA

Valdevinos Teatro de Marionetas

Esta oficina é uma abordagem ao processo que vai da criação à utilização de uma marioneta.

Destinatários: crianças dos 5 aos 12 anos. Mediante inscrição.

vidademarioneta.valdevinos.net

27 SEX | 21:30

CELEBRAÇÃO DO DIA MUNDIAL DO TEATRO

28 SÁB | 16:00 60' LEITURA

LIVROS A FIO TODAS AS IDADES

Apresentação dos livros "Os Pés Mágicos de Jeremias" e "Minas, o Lápis Professor" de Susana Cardoso Ferreira, com ilustrações de Rodrigo Maia e Susana Cardoso Ferreira. Esta actividade conta com a presença da autora.



ABRIL

11 SÁB | 16:00 50' TEATRO

FLORESTA M/4

Valdevinos Teatro de Marionetas

floresta.valdevinos.net



14 TER | 21:00 60' LEITURA

CONTOS A FIO M/12

Musgo

Paulo Campos dos Reis e Ricardo Soares, encenadores de "Os Lusíadas Viagem Infinita" partilham a dramaturgia do espectáculo, em cena na Quinta da Regaleira, em Sintra. Poesia, epistolografia, retalhos da vida conhecida/imaginada de Camões.

MAIO

18 SÁB | 16:00 60' OFICINA

VIDA DE MARIONETA

Valdevinos Teatro de Marionetas

Esta oficina é uma abordagem ao processo que vai da criação à utilização de uma marioneta.

Destinatários: crianças dos 5 aos 12 anos. Mediante inscrição.

vidademarioneta.valdevinos.net



24, 25 SEX, SÁB | 21:30 45' TEATRO

CONSTANTINO O CONTADOR DE FÁBULAS M/12

Valdevinos Teatro de Marionetas

constantino.valdevinos.net

24 SEX | 22:30 60' LEITURA

CLUBE DA LITERATURA M/12

Em Abril leituras mil. Trás um livro também!

25 SÁB | 16:00 60' LEITURA

LIVROS A FIO

"LIBERDADE: 10 COISAS QUE PRECISAS SABER PARA NÃO TE SENTIR PRESO"

Autora: Isabel Zambujal. Ilustração: Inês Fonseca. Esta actividade conta com a presença da autora.



MAIO

02 SÁB | 16:00 OFICINA/TEATRO

FINAL DE FORMAÇÃO (APRESENTAÇÃO)

Oficina de construção e manipulação de marionetas de manipulação directa.



09 SÁB | 16:00 60' OFICINA

VIDA DE MARIONETA

Valdevinos Teatro de Marionetas

Esta oficina é uma abordagem ao processo que vai da criação à utilização de uma marioneta.

Destinatários: crianças dos 5 aos 12 anos. Mediante inscrição.

vidademarioneta.valdevinos.net

12 TER | 21:00 60' LEITURA

CONTOS A FIO M/12

teatromusca

FAHRENHEIT 451, a partir do romance homónimo de Ray Bradbury

Marco da literatura de ficção científica, o romance distópico de Ray Bradbury passa-se numa cidade não especificada, numa data não determinada (após 1960), e é considerado um dos seus melhores textos. É com a adaptação deste romance que o teatromusca encena a trilogia dedicada à literatura norte-americana, iniciada em 2013 com a adaptação de «Moby-Dick» de Herman Melville.

16 SÁB | 16:00 30' TEATRO

CLICK M/4

Valdevinos Teatro de Marionetas

click.valdevinos.net



JUNHO

16 SÁB | 21:00 100' CINEMA

CINEMA NO ANFITHEATRO* M/12

"PARÉ ESCUTE F. OLIVE"

de Jorge Pelicano



23 SÁB | 16:00 45' LEITURA

HORA DO CONTO M/6

Elisa d'Ascensão

PARCE QUE A ZÉLIA AMÉLIA CICRÉLIA PERDEU OS PARAFUSOS!

Como a nossa contadora de histórias Zélia Amélia Cicrélia perdeu os parafusos e desmontou-se, os nossos participantes vão ter de juntar as peças para saber o final da história.

23 SÁB | 21:00 124' CINEMA

CINEMA NO ANFITHEATRO* M/14

"OS GATOS NÃO TÊM VERTIGENS"

de António Pedro Vasconcelos

30 SÁB | 16:00 60' LEITURA

LIVROS A FIO M/4

Apresentação e leitura animada com fantoches pelos autores do livro "O Dia Em Que O Mundo Desapareceu". Texto de Vasco Saraiva de Menezes Seródio e Maria João Saraiva Menezes.

Ilustração: Carlota Saraiva de Menezes



30 SÁB | 21:00 94' CINEMA

CINEMA NO ANFITHEATRO* M/12

"UMA VERDADE INCONVENIENTE"

de Davis Guggenheim

* Organização: União de Freguesias de Agualva/Mira Sintra

A PROGRAMAÇÃO PODERÁ SUJEITAR ALTERAÇÕES POR MOTIVOS IMPREVISTOS. CONSULTE A AGENCIA DETALHADA E ACTUALIZADA EM: CASADAMARIONETA.VALDEVINOS.NET

VALDEVINOS FORA DE CASA:

APARA O RAPAZ QUE VAI E VEM M/6

> 15 MAR | DOM | 16:00

FESTIVAL MAR MARIONETAS 2015

FACE - Fórum de Arte e Cultura de Espinho (Auditório)

> 21 MAR | SÁB | 10:30

CINE TEATRO S. PEDRO (Abrantes)

> 22 MAR | DOM | 15:30

TEATRO CINE DE TORRES VEDRAS

> 24 MAI | DOM | 16:00

SEMENTES - MOSTRA INTERNACIONAL DE ARTES PARA O PEQUENO PÚBLICO

Teatro Estúdio António Ascensão (Almada)