



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MESTRADO EM TURISMO

Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

Dissertação

Os Megaeventos e os seus Impactos nas Comunidades Locais –
O caso da Expo'98

Ana Carolina Carrilho Gonçalves

Estoril, dezembro de 2021



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MESTRADO EM TURISMO

Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

Dissertação

Os Megaeventos e os seus Impactos nas Comunidades Locais –

O caso da Expo'98

Ana Carolina Carrilho Gonçalves

Orientador: Professora Doutora Susana Filipa dos Santos Gonçalves

Coorientador: Professor Doutor Jorge Manuel Rodrigues Umbelino

Vive como se fosses morrer amanhã.
Aprende como se fosses viver para sempre.

Mahatma Gandhi

Dedico este trabalho
aos meus pais, Jorge e Ana,
e aos meus avós, Francisco e Benvinda.

Agradecimentos

A concretização do trabalho que aqui é apresentado seria impossível sem a ajuda de muitas pessoas. Gostaria de expressar o meu mais profundo e sincero agradecimento a todos aqueles que, de certa forma, contribuíram para esta dissertação de alguma maneira e que acompanharam o longo caminho até este destino incrível.

Em primeiro lugar, à minha equipa de orientação, Professora Doutora Susana Gonçalves, e Professor Doutor Jorge Umbelino, deixo um especial agradecimento por, desde cedo, terem aceite o meu convite para a orientação desta dissertação. Obrigada por todo o apoio, todo o conhecimento, todas as correções e sugestões, toda a disponibilidade e toda a dedicação. Foram os grandes pilares deste trabalho e sem a vossa participação tal não seria possível.

Aos meus pais, Jorge e Ana, por todo o apoio e incentivo imprescindíveis, por tudo o que sou hoje e sempre serei. Obrigada pela aposta constante na minha formação e, em especial, pela oportunidade que me deram em poder realizar o mestrado que tanto queria. Ao meu irmão Francisco pela paciência e pela companhia nas noites mais longas de trabalho. Aos meus avós, Francisco e Benvinda, por serem parte constante na minha vida e na minha educação e por quererem tanto isto como eu. Aos meus tios, Carlos e Susete, e ao meu primo Tomás por todo o suporte e ajuda que me ofereceram ao terem aceite mais um membro em casa. À minha tia e madrinha, Maria João, pela amizade verdadeira, pela força infindável e pela determinação infinita que sempre me transmitiu.

Não poderia deixar de agradecer às minhas queridas colegas que me acompanharam nos últimos dois anos deste mestrado: Sofia, Maria Beatriz e Catarina. Obrigada por todo o vosso incansável apoio e companheirismo. Enfrentámos os maiores desafios e juntas conseguimos terminar.

À Marta Reis, ao Hugo David, à Madalena Alves, ao Alexandre Santos, à Inês Ferreira, à Marta Crespo, à Inês Bernardino, ao Gonçalo Dias Martins, à Bárbara Ferreira, à Margarida Braga Costa e ao João Ferreira, o meu maior agradecimento nunca será suficiente. Foram os abraços reconfortantes, as palavras amigas e de coragem, os jantares tardios, as longas chamadas e as inúmeras mensagens que me fizeram chegar até ao fim desta jornada. Prometo estar aqui para vocês como estiveram para mim tantas e tantas

vezes. Obrigada pelas revisões de texto, pelas traduções, pelas incontáveis ideias, pelos conselhos mais sábios, pelas partilhas de experiências, pelas opiniões construtivas e pelos contributos essenciais. Obrigada por todos os momentos que partilhámos, por estarem sempre presentes, por todos os incentivos e por toda a motivação e disponibilidade. Todos vocês fazem parte da família que tive a sorte de poder escolher. Sem vocês esta aventura não seria a mesma.

Obrigada, ainda, a todos os que, de alguma forma, colaboraram no trabalho de campo. A todas as pessoas que cederam parte do seu tempo para responder ao inquérito e que o partilharam e a todos aqueles que se disponibilizaram para ser entrevistados, um especial agradecimento. Sem dúvida foram fulcrais, contribuindo para o enriquecimento da minha investigação e do meu trabalho.

Por último, obrigada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril por todas as aprendizagens e ensinamentos que me proporcionou. Será sempre a minha segunda casa.

A todos vocês, por nunca me terem deixado desistir, mesmo nos momentos mais difíceis, e por acreditarem mais em mim do que eu própria, um obrigada do tamanho do mundo nunca chegaria.

Índice Geral

Agradecimentos	VIII
Índice Geral	X
Índice de Figuras	XIII
Índice de Quadros	XIV
Índice de Anexos	XV
Índice de Apêndices.....	XVI
Resumo	XVII
Abstract.....	XVIII
Siglas, acrónimos e abreviaturas	XIX
1 Introdução.....	1
1.1. Enquadramento Geral	1
1.2. Pertinência e Justificação do Estudo.....	2
1.3. Problemática da Investigação	2
1.4. Objetivos.....	3
1.5. Abordagem Metodológica e Estrutura da Dissertação.....	4
2 Eventos e Turismo.....	6
2.1. Conceptualização	6
2.1.1. Conceito de Evento.....	6
2.1.2. Tipologia de Eventos	8
2.2. Turismo de Eventos	9
2.2.1. Conceito de Turismo de Eventos.....	9
2.2.2. Importância dos Eventos para o Turismo	13
3 Megaeventos.....	16
3.1. Conceptualização	16

3.1.1.	Conceito e Caraterísticas	16
3.1.2.	Eventos Especiais, Festivais e <i>Hallmark Events</i>	19
3.2.	Impactos dos Megaeventos nas Comunidades Locais	22
3.2.1.	Categorização	22
3.2.1.1.	Impactos Turísticos	23
3.2.1.2.	Impactos Económicos	25
3.2.1.3.	Impactos Sociais e Culturais	26
3.2.1.4.	Impactos Físicos e Ambientais.....	28
3.2.1.5.	Impactos Políticos	29
3.3.	Legado dos Megaeventos.....	30
3.4.	Perceção das Comunidades acerca dos Megaeventos.....	34
4	Estudo de Caso: Exposição Internacional de Lisboa de 1998.....	38
4.1.	Lisboa.....	38
4.1.1.	Enquadramento Geográfico e Populacional	38
4.1.2.	Enquadramento Turístico	39
4.2.	Exposições Internacionais.....	40
4.3.	Expo'98.....	43
4.3.1.	Contextualização e Temática.....	43
4.3.2.	Programação	46
4.3.3.	Recinto.....	48
4.3.4.	Logística do Evento	51
4.3.5.	Marketing e Comunicação.....	54
4.3.6.	Plano de Construção e Urbanização	55
5	Metodologia	59
5.1.	Desenho da investigação.....	59
5.2.	Ferramentas e Métodos de Investigação	60

5.2.1.	Questionários	60
5.2.1.1.	Construção do questionário	62
5.2.1.2.	Estrutura do questionário	62
5.2.2.	Entrevistas	67
5.2.2.1.	Construção da entrevista	68
5.2.2.2.	Estrutura do guião da entrevista	69
6	Análise e Discussão dos Resultados.....	70
6.1.	Perfil da Comunidade de Lisboa.....	70
6.2.	Perceção da Expo'98 e dos seus Impactos.....	72
6.2.1.	Impactos Turísticos	77
6.2.2.	Impactos Económicos.....	81
6.2.3.	Impactos Sociais e Culturais.....	84
6.2.4.	Impactos Físicos e Ambientais	88
6.2.5.	Impactos Políticos	92
7	Considerações Finais.....	95
7.1.	Conclusões	95
7.2.	Limitações da Investigação.....	97
7.3.	Linhas de Investigação Futura	97
	Referências Bibliográficas.....	99
	Anexos.....	105
	Apêndices	106

Índice de Figuras

Figura 1 - Conceito de Evento	7
Figura 2 - Tipologia de Eventos	9
Figura 3 - Legados positivos e negativos dos Megaeventos	33
Figura 4 - Planta da Expo'98	45
Figura 5 - Logótipo Expo'98.....	54
Figura 6 - Gil, Mascote Expo'98.....	54
Figura 7 - Zona de Intervenção.....	56
Figura 8 - Fase de construção.....	56
Figura 9 - Plano Urbanístico	57
Figura 10 - Plano Urbanístico	57
Figura 11 - Questão 1	70
Figura 12 - Questão 4	71
Figura 13 - Questão 6.1	73
Figura 14 - Questão 7	75
Figura 15 - Questão 8 e 9	75
Figura 16 - Questão 10, afirmação 1 e 2	78
Figura 17 - Questão 10, afirmação 3 e 4	79
Figura 18 - Questão 10, afirmação 5 e 6	79
Figura 19 - Questão 10, afirmação 7 e 8	80
Figura 20 - Questão 11, afirmação 1 e 2	81
Figura 21 - Questão 11, afirmação 3 e 4	82
Figura 22 - Questão 11, afirmação 5 e 6	82
Figura 23 - Questão 11, afirmação 7 e 8	83
Figura 24 - Questão 11, afirmação 9, 10 e 11	84
Figura 25 - Questão 12, afirmação 1 e 2	85
Figura 26 - Questão 12, afirmação 3 e 4	86
Figura 27 - Questão 12, afirmação 5 e 6	86
Figura 28 - Questão 12, afirmação 7 e 8	87
Figura 29 - Questão 13, afirmação 1 e 2	88
Figura 30 - Questão 13, afirmação 3 e 4	89
Figura 31 - Questão 13, afirmação 5 e 6	90
Figura 32 - Questão 13, afirmação 7 e 8	90
Figura 33 - Questão 13, afirmação 9 e 10	91
Figura 34 - Questão 14, afirmação 1 e 2	93
Figura 35 - Questão 14, afirmação 3 e 4	93

Índice de Quadros

Quadro 1 - Metas e objetivos do Turismo de Eventos.....	12
Quadro 2 - Conceito e características dos megaeventos.....	18
Quadro 3 - Amostra.....	61
Quadro 4 - Estrutura do questionário	63
Quadro 5 - Questão 5	71
Quadro 6 - Impactos Turísticos da Expo'98.....	80
Quadro 7 - Impactos Económicos da Expo'98.....	84
Quadro 8 - Impactos Sociais e Culturais da Expo'98	87
Quadro 9 - Impactos Físicos e Ambientais da Expo'98	92
Quadro 10 - Impactos Políticos da Expo'98	94
Quadro 11 - Atributos e benefícios da Expo'98	96

Índice de Anexos

Anexo 1 - Lista dos Patrocinadores da Expo'98	105
---	-----

Índice de Apêndices

Apêndice 1 - Guião de Entrevista	106
Apêndice 2 - Análise das entrevistas por pergunta.....	107

Resumo

Os megaeventos são encarados como potenciais atrações turísticas, originando impactos antes, durante e após a sua realização, sendo esta a matéria central do presente estudo, usando a Exposição Internacional de Lisboa, realizada em 1998, como estudo de caso na investigação.

A Exposição Internacional, que se realizou em Lisboa, de 22 de maio a 30 de setembro de 1998, teve como temática “Os Oceanos: um património para o futuro” e como finalidade celebrar os 500 anos dos Descobrimentos Portugueses.

Neste âmbito, pretende-se contribuir para o aumento do conhecimento sobre os impactos dos megaeventos nas comunidades que os recebem, assim como criar uma perspetiva mais fundamentada acerca deste acontecimento tão relevante para Portugal. O objetivo maior é entender a perceção da comunidade local acerca dos impactos da Exposição Internacional de Lisboa.

Como resposta a esta questão, foi desenvolvida uma investigação com base numa metodologia mista de recolha de dados. Foram aplicados inquéritos por questionário e entrevistas a diferentes intervenientes, que possibilitaram a reconstrução do evento através das experiências e perceções de memória dos inquiridos e dos entrevistados.

Através do tratamento dos dados recolhidos, obtiveram-se resultados que traduzem as principais repercussões do megaevento estudado. Tais resultados proporcionaram diversas reflexões acerca dos impactos turísticos, económicos, políticos, sociais, culturais, físicos e ambientais, bem como a perceção da comunidade envolvente sobre os mesmos.

Devido ao facto de a avaliação deste evento já poder incluir uma perspetiva de longo prazo, ambiciona-se que este estudo tenha um contributo importante para a investigação na área do Turismo e dos Eventos em Portugal.

Palavras-chave: Megaeventos, Impactos, Comunidades Locais, Destino Turístico Anfitrião.

Abstract

Megaevents are potential tourism attractions having impacts on the surrounding communities before, after, and during its execution. This being the main subject of the present study, using the 1998 Lisbon World Exhibition as a case-study for the investigation.

The Lisbon World Exhibition, which took place in Lisbon from the 22nd of March to the 30th of September of 1998, had “The Oceans, a Heritage for the Future” as the main subject and intended to celebrate the 500th anniversary of the Portuguese Discoveries.

In this study’s scope, the purpose is to increase the knowledge of the impacts of megaevents on host communities, as well as to create a well-founded perspective about such a relevant event in Portugal. Its objective is to better understand the local community’s perception of the impacts of Lisbon World Exhibition.

To answer this question, research using a mixed methodology of data collection was conducted. Questionnaires and interviews were made to different stakeholders, making it possible to reconstruct the event through the in-memory perceptions of the respondents and the interviewed people.

By treating the collected data, results that describe the main repercussions of the megaevent were obtained. Such results enabled the creation of many reflections on the tourism, economic, political, social, cultural, physical, and environmental impacts, as well as the perception of the surrounding community about them.

Due to more than twenty years passing since its execution, enabling for a long-term perspective, it is believed that this study can have a significant impact on future investigations around tourism and events in Portugal.

Keywords: Megaevents, Impacts, Local communities, Tourism destination host.

Siglas, acrónimos e abreviaturas

AML | Área Metropolitana de Lisboa

APCER | Associação Portuguesa de Certificação

BIE | *Bureau International des Expositions*

CREL | Circular Regional Exterior de Lisboa

CRIL | Circular Regional Interior de Lisboa

ETAR | Estação de Tratamento de Águas Residuais

EU/UE | *European Union* ou União Europeia

Expo'98 | Exposição Internacional/Mundial de Lisboa de 1998

FIL | Feira Internacional de Lisboa

IAP2 | *International Association for Public Participation*

IC | Itinerário Complementar

INE | Instituto Nacional de Estatística

NUT | Nomenclatura de Unidade Territorial

OMT | Organização Mundial do Turismo

ONU | Organização das Nações Unidas

ROI | *Return On Investment*

TP | Turismo de Portugal

UNICER | União Cervejeira

UNWTO/WTO | *United Nations World Tourism Organization*

VIP | *Very Important Person/People*

ZI | Zona de Intervenção

1 Introdução

1.1. Enquadramento Geral

Os megaeventos são considerados verdadeiras atrações turísticas, originando impactos antes, durante e após a sua realização. Não são suficientes para gerar por si só um destino turístico, no entanto, criam e mantêm a imagem do mesmo (Cunha, 2007).

Os megaeventos são considerados, por muitos autores, como casos particulares e são muitas vezes chamados de *hallmark events* ou *special events*. Segundo Müller (2015b), definir megaeventos não é uma tarefa fácil, mas torna-se possível avaliando diferentes perspetivas. Apesar disto, o facto de não existir uma singularidade relativamente ao conceito faz com que não exista, também, uma única forma de os analisar.

Os organizadores dos megaeventos esperam, por norma, que estes se reflitam em novos investimentos e num aumento do turismo. Apesar de um megaevento ter como objetivo o incentivo económico, este também acaba por ter impactos sociais fortes, que transformam tanto a comunidade como o local anfitrião. Muitas das vezes, acaba por existir uma competição entre as comunidades para sediar o megaevento, independentemente de todos os investimentos ao nível de recursos humanos, financeiros e físicos necessários para a organização do mesmo. Isto deve-se ao facto de os megaeventos terem consequências positivas a longo prazo para os locais e para as comunidades que os recebem (Sebastião e Lemos, 2016). Por outro lado, os impactos também podem ser negativos, caso o evento seja mal organizado ou mal gerido (Silva, 1997), podendo tornar-se uma má experiência quer para os participantes, quer para as comunidades ou para os organizadores, ficando sempre associados ao destino anfitrião e trazendo influências negativas (Sebastião e Lemos, 2016).

São vários os autores que categorizam os diversos impactos que os megaeventos podem causar nas comunidades locais: impactos turísticos, económicos, sociais, culturais, físicos, ambientais e, por último, políticos.

É de enorme relevância abordar, da mesma forma, a importância das comunidades locais ao longo de todo o processo de construção do megaevento. As comunidades podem ter diversas influências no megaevento, que levam a inúmeras consequências. Desta forma,

o apoio das comunidades é um princípio fulcral para que o megaevento se realize da melhor forma possível (Sebastião e Lemos, 2016).

1.2. Pertinência e Justificação do Estudo

Tendo em conta a bibliografia analisada, conclui-se que são escassos os autores que abordam os impactos dos megaeventos numa perspetiva de longo-prazo. Normalmente, os efeitos são avaliados durante e passado pouco tempo de o megaevento ter acontecido e poucas são as vezes em que é feita uma reavaliação posterior. Por forma a ilustrar esta situação e de acordo com o *Event Impacts*, um projeto que se foca essencialmente em ajudar os organizadores de eventos a avaliar os impactos associados a eventos culturais e desportivos, principalmente no Reino Unido, de uma seleção de catorze estudos de caso acerca de diversos eventos realizados entre 2015 e 2017, poucos foram aqueles que não foram estudados logo após a realização do evento ou que sofreram uma reavaliação (Event Impacts, s.d.). Tal facto, implica que as análises efetuadas provavelmente se encontrem incompletas e sejam limitadas no tempo. Como tal, esta torna-se uma das principais razões pelas quais foi decidido abordar este tema.

É importante referir que o meu gosto pessoal por esta área e o facto de já ter trabalhado uma matéria semelhante no primeiro ano de estudos para a obtenção do grau de Mestre contribuíram da mesma forma para a escolha desta temática. Quanto à decisão de querer abordar, como caso de estudo, a Exposição Internacional de Lisboa, em 1998, esta surge pelo facto de este ser dos maiores megaeventos que Portugal organizou até hoje e dos que causaram um maior impacto a qualquer nível e, por outro lado, pelo facto de eu não ter qualquer perceção pessoal prévia acerca do evento, visto que apenas nasci no ano em que o mesmo se realizou. Deste modo, poderei não só aumentar o meu conhecimento pessoal, como também criar uma perspetiva mais fundamentada acerca deste acontecimento tão relevante para o nosso país. Mais de vinte anos depois, a avaliação deste evento já pode, com segurança, incluir uma perspetiva de longo prazo.

1.3. Problemática da Investigação

Abordar a temática dos megaeventos implica, necessariamente, desenvolver outras que estão inerentemente associadas. Tal é o caso dos inúmeros impactos que os megaeventos podem causar tanto no destino turístico anfitrião, como também nas comunidades locais.

Importa, também, mencionar os legados que os megaeventos nos deixam, sejam eles de infraestruturas, regeneração urbana, imagem e reputação do destino, aumento do turismo, oportunidades empresariais, educação e conhecimento, valores culturais e ideias ou espírito de comunidade (Schütte, 2014; Allen et al. 2011; Clark, 2008).

Neste sentido, a futura investigação evidenciará os principais impactos que um megaevento teve na comunidade que o recebeu. Procurar-se-á entender qual é a perceção que a comunidade de Lisboa tem dos impactos da Exposição Internacional de Lisboa em 1998. Para além disso, procurar-se-á identificar e analisar os principais contributos e limitações para a comunidade local aquando deste megaevento. Espera-se, portanto, proporcionar diversas reflexões acerca de diferentes conceitos e sobre a forma como estes se relacionam e são percecionados.

A primeira etapa do procedimento científico consiste em “enunciar o projeto sob a forma de uma pergunta de partida” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p. 44), ou seja, aquilo que procuramos compreender melhor e que servirá como fio-condutor da própria investigação. Assim, esta investigação terá o propósito de responder à seguinte pergunta de partida:

Qual a perceção da comunidade de Lisboa em relação aos impactos da Expo '98?

Tendo em conta a pergunta de partida, formularam-se as seguintes questões específicas como um ponto de partida ao roteiro da investigação e como um auxiliar de pensamento:

1. Qual o perfil da comunidade de Lisboa aquando da realização do evento?
2. Qual a perceção da comunidade acerca da Expo'98?
3. Quais os legados que a Expo'98 deixou?
4. Quais os atributos e benefícios associados a este megaevento?
5. Quais as limitações e desvantagens associados a este megaevento?
6. Quais os contributos da Expo'98 para a imagem do destino Lisboa?

1.4. Objetivos

O objetivo geral da investigação passará por contribuir para o conhecimento acerca dos impactos dos megaeventos na comunidade anfitriã, em particular no caso da Exposição Internacional de Lisboa realizada em 1998.

Ao ter por base este objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos da investigação:

- Analisar e descrever turística e geograficamente o destino Lisboa, aquando da realização da Expo'98;
- Descrever e analisar a Expo'98;
- Identificar e analisar a perceção dos intervenientes no estudo sobre os impactos da Expo'98 na comunidade de Lisboa;
- Compreender a importância da realização da Expo'98 para a projeção e promoção de Lisboa;
- Identificar a perceção dos intervenientes no estudo sobre os legados da Expo'98;
- Identificar os contributos e as limitações associados à Expo'98.

1.5. Abordagem Metodológica e Estrutura da Dissertação

No que toca à estrutura preliminar da dissertação, esta respeita o procedimento científico criado por Quivy e Campenhoudt (1998), o qual foi fulcral para desenvolver esta investigação. O procedimento científico apresenta-se dividido em três atos (fases) que, por sua vez, se justificam mutuamente e são realizados através de sete etapas distintas.

O primeiro ato corresponde à Rutura e “consiste precisamente em romper com os preconceitos e as falsas evidências” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p. 26). É nesta primeira fase que é formulada a pergunta de partida, passando à construção da problemática da investigação e que, por último, se dá origem ao trabalho exploratório, ou seja, à fundamentação teórica e revisão da literatura acerca da temática abordada que irá suportar a investigação.

Assim sendo, no primeiro capítulo – introdução – é feito o enquadramento do tema na sua generalidade, justificando a escolha do estudo de caso e a sua pertinência e é apresentada a problemática da investigação, os objetivos, a abordagem metodológica e a estrutura da dissertação.

No segundo e no terceiro capítulos encontra-se a revisão da literatura, onde é apresentada a investigação bibliográfica acerca do tema proposto. É no segundo capítulo que será

desenvolvida uma parte introdutória dedicada aos Eventos e ao Turismo, na sua generalidade, conceitos, características, tipologia e importância que os mesmos têm. Consequentemente, será estudado o Turismo de Eventos, discutindo-se o próprio conceito, a relação entre os dois setores, a importância dos eventos para o Turismo.

Posteriormente, já no terceiro capítulo, serão abordados tópicos relacionados com os megaeventos: o seu conceito, características e tipologia. Serão também analisados os impactos que este tipo de eventos pode ter nas comunidades que os recebem, bem como o legado que podem deixar num destino e a perceção da comunidade acerca deste tipo de acontecimento.

O caso de estudo específico que será aprofundado irá ter destaque no capítulo quatro. Para além do enquadramento sobre a cidade de Lisboa, será estudado o megaevento Expo'98, nas suas várias dimensões: contextualização, temática, programação, recinto, logística, marketing e comunicação e plano de construção e urbanização.

A segunda fase identificada por Quivy e Campenhoudt, denominada por Construção, corresponde ao capítulo cinco, no qual será apresentado o desenho da investigação. Para além disso, serão detalhadamente explicadas e justificadas as várias ferramentas e métodos de investigação utilizados. Por forma a complementar a investigação e aprofundar o conhecimento científico, irá ser utilizada uma abordagem mista de métodos de investigação, de entre eles inquéritos por questionário e entrevistas. O objetivo é conhecer a perceção de diferentes intervenientes quanto aos impactos da Expo'98, reconstruindo o evento através das experiências e perceções dos inquiridos e dos entrevistados.

O último ato que Quivy e Campenhoudt apresentam, a Verificação, transpõe-se em três etapas distintas: a observação, a análise das informações e as conclusões. Tal verifica-se nos dois últimos capítulos da dissertação. No capítulo seis serão analisados e discutidos os resultados obtidos através das ferramentas e métodos anteriormente mencionadas. Por fim, no capítulo sete serão elaboradas as considerações finais relativas a toda a investigação.

2 Eventos e Turismo

2.1. Conceptualização

2.1.1. Conceito de Evento

Identificar o que é ou não um evento e conseguir defini-lo torna-se uma tarefa difícil de realizar, especialmente quando pretendemos aprofundar o conceito em si. São inúmeros os autores que debatem este conceito, que muitas vezes acaba por ser mal-empregue e ter um significado banal, sem ter alcançado um sentido comum e suficientemente abrangente. As diversas abordagens ao conceito acabam por ser consequências das diferentes características do ambiente através do qual cada autor cria a sua perceção, sendo que esta é, obviamente, bastante versátil, flexível e mutável. Apesar disto, é possível verificar que muitas das definições possuem pontos em comum e é a partir dos mesmos que conseguimos alcançar uma visão mais alargada sobre os eventos.

Um evento pode ser definido como “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” (Gonçalves e Umbelino, 2017, p. 364).

Para Zanella (2003, p. 13), um evento equivale a “uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar religiosa, científica, etc”.

Simões (1995, citado por Matias, 2007, p. 51) acrescenta que “evento é um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas”.

Por outro lado, Getz (2007, p. 18) defende que “*Events, by definition, have a beginning and an end. They are a temporal phenomena, and with planned events the event programme or schedule is generally planned in detail and well publicized in advance*”. Cada evento é, portanto, único e irrepetível, devido a todas as interações que cada um cria entre os vários elementos que o compõem. É, então, por esta razão, que um evento se pode tornar tão estimulante para um determinado público, sendo que teremos sempre de o presenciar para aproveitar a experiência ao máximo e não perder a oportunidade.

Pedro et al. (2007, p. 13) referem ainda que “O evento deve também causar impacto, valendo-se da criatividade não só durante a sua realização, como antes, através de uma promoção e divulgação adequadas”. Para além disso, um evento deve sempre trazer benefícios para todas as partes que o envolvem, sendo que, quanto maior a dimensão do evento, maior será o seu valor.

Na figura 1 podemos verificar as inúmeras e diversas abordagens que o conceito de evento poderá conter:

Figura 1 - Conceito de Evento

O que é?	Que características tem?	Para que serve? Objetivos Fins a que se destina
• Acontecimento • Atividade • Encontro • Experiência • Produto • Serviço	• Limitado ao tempo • Irrepetível • Realiza-se em determinado local • Para pessoas • Intangível • Inseparável • Heterogéneo • Perecível • Volátil • Dinâmico • Emocional • Interativo • Impacta os cinco sentidos • Criatividade e Inovação • Organizado por pessoas • Pressupõe gestão • Envolve diferentes stakeholders	• Posicionamento de marketing • Visibilidade • Notoriedade • Prestígio • Evasão • Lazer • Comemoração/Celebração • Motivação • Premiação • Familiares • Comerciais • Culturais • Socias • Políticos, demonstração de poder • Religiosos • Turísticos • Financeiros • Económicos

Fonte: Allen, 2000, 2002; Giacaglia, 2003; Watt, 2004; Getz, 2005; Bowdin et al., 2006, 2011; Matias, 2007; Berridge, 2007; Crowther, 2010; Crowther e Donlan, 2011; Bladen et al., 2012; Ferdinand e Kitchin, 2012; Isidoro et al., 2013; Hernández-Mogollón, Antonio e Duarte, 2014; Sharples et al., 2014; Beech, Kaiser e Kaspar, 2014; Marujo, 2015; Geus, Richards e Toepoel, 2016; Ziakas, 2016; Gonçalves e Umbelino, 2017; Pielichaty et al., 2017, citados por Gonçalves, 2020, p. 42.

Tendo em vista todas as referências que aqui puderam ser consideradas, um evento pode ser definido como um acontecimento que necessita sempre de um planeamento antecipado. Por sua vez, este planeamento implica também um pensamento futuro, isto é, aquilo que pode ou não perdurar depois do evento, em termos de legado e herança para as gerações futuras. É determinante que este tenha uma perspetiva temporal e espacial, bem como o público ao qual se destina e, por fim, os objetivos que são propostos a cumprir com a realização do mesmo.

2.1.2. Tipologia de Eventos

Os vários eventos podem ser classificados segundo diversas perspetivas de categorização, e é, por isso, importante ter consciência das características gerais que, tal como a definição de evento, não são totalmente coerentes mas, no entanto, partilham alguns significados comuns.

Para Pedro et al. (2007), os eventos podem ser classificados segundo:

- 1) A sua finalidade: institucionais ou promocionais;
- 2) A sua periodicidade: esporádicos, periódicos ou de oportunidade;
- 3) A sua área de abrangência: locais, regionais, nacionais ou internacionais;
- 4) A sua zona de ação: internos ou externos;
- 5) O seu público-alvo: corporativos ou eventos para o consumidor;
- 6) O seu nível de participação: eventos organizados pelas próprias empresas, eventos organizados por outras empresas ou eventos patrocinados.

Para além destas perspetivas de categorização, é ainda importante ter em conta i) o cliente do evento – consumidor final ou anfitrião único; ii) o grupo – aberto ou fechado; iii) a localização – móveis, fixos, num único local, em vários locais, físicos, virtuais ou híbridos; iv) a liberdade de criação – criativos, standardizados ou mistos (Beech, Kaiser e Kaspar, 2014; Getz, 2005; Isidoro et al., 2013 e Vieira, 2015, citados por Gonçalves e Umbelino, 2017).

Bowdin et al. (2006) organizam os eventos segundo a sua dimensão e escala:

- 1) *Mega-events* – São os eventos que possuem a maior dimensão, normalmente internacional ou mundial, que afetam todas as economias e que se destacam inevitavelmente no que toca à cobertura mediática;
- 2) *Hallmark Events* – Eventos que têm como objetivo principal captar visitantes locais, acabando por se identificar com as características do local que os acolhe e contribuindo, desta forma, para o aumento do reconhecimento, da consciência, da rentabilidade e dos recursos desse mesmo destino;
- 3) *Major Events* – Eventos que, devido à sua escala mais pequena e ao interesse que apresentam para os media, atraem um número ainda considerável de visitantes e atingem alguma cobertura mediática, bem como benefícios económicos;

- 4) *Local* ou *Community Events* – Eventos com menos impactos e procura, organizados pelas comunidades para um público local, sendo caracterizados, também, pelo seu valor social e de entretenimento.

É de salientar que alguns autores que reproduzem esta classificação, tal como Jago e Shaw (1998, citados por Bowdin et al., 2006), sugerem que os *Mega-events* e os *Hallmark Events* são, por outro lado, subcategorias dos *Major Events*, elaborando, por esta razão, a escala apenas com essas três categorias.

No que toca à natureza, conteúdo e formato, segundo Getz (2005, p. 19), os eventos variam consoante a tipologia apresentada na seguinte figura:

Figura 2 - Tipologia de Eventos

Cultural Celebrations	Political and State	Arts and Entertainment	Business and Trade
• Festivals • Carnivals • Commemorations • Religious events	• Summits • Royal occasions • Political events • VIP visits	• Concerts • Award ceremonies	• Meetings, conventions • Consumer and trade shows • Fairs, markets

Educational and Scientific	Sport Competition	Recreational	Private Events
• Conferences • Seminars • Clinics	• Amateur/professional • Spectator/participant	• Sport or games for fun	• Weddings • Parties • Socials

Fonte: Getz, 2005, p. 19.

Desta forma, é fácil entender que existem alguns obstáculos no que toca ao facto de apenas se classificar um evento numa categoria singular. Por norma, muitos eventos acabam por se inserir em vários tipos, por demonstrarem inúmeros atributos ou particularidades diferentes, dependendo da perspetiva de abordagem. Para além disso, cada vez mais assistimos ao fenómeno de juntar diversos eventos num único.

2.2. Turismo de Eventos

2.2.1. Conceito de Turismo de Eventos

De modo a obter um enquadramento mais completo face aos principais conceitos abordados ao longo desta dissertação, é essencial estudar o conceito de Turismo, bem como o conceito de Turismo de Eventos.

Considerada uma atividade recente, o Turismo encontra-se ligado com outras ciências e, desde a sua origem, é alvo de diversos estudos que pretendem compreender a sua importância socioeconómica para os vários destinos. A sua primeira definição, elaborada por Hermann von Schullernz Schattennhofen, economista austríaco, surge em 1911: “Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, estado ou país” (Barreto, 1995, citado por Matias, 2007, p. 41).

Segundo a UNWTO (s.d.), *“Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (...) and tourism has to do with their activities”*.

Cunha (2007, p. 109) reconhece as diversas perspetivas que a definição de Turismo poderá assumir: “Para muitos (...) é entendido como um meio de evasão e de ocupação de tempos livres, um acto lúdico do qual retiram prazer; para outros, o turismo é um fator de ocupação de espaços com consequências para o meio natural e social; para outros, ainda, é um fenómeno que gera riqueza, aumenta o bem-estar e cria novas oportunidades de emprego”.

Para Bob McKercher e Hilary du Cros (2002, pp. 26-27), o Turismo é, na sua essência, uma atividade comercial que envolve o consumo de experiências e, como tal, se traduz em entretenimento. Os autores acrescentam, ainda, *“Although tourism may be an interesting intellectual phenomenon, in practice it is a business – a big business. Indeed, it is arguably the world’s largest or second largest business”*.

Deste modo, percebemos que a ligação entre o Turismo e os eventos é inevitável. No âmbito do Turismo, os eventos, atividade que se encontra em constante expansão, possuem um lugar de destaque, fazendo com que a relação entre ambos adquira uma importância notável ao nível económico, social e cultural (Zanella, 2003; Vieira, 2015).

É de notar que a expansão deste setor abrandou notoriamente a partir do final do ano de 2019, devido ao aparecimento da pandemia mundial COVID-19 e aos efeitos que a mesma causou. Tendo em conta a situação, estamos a vivenciar uma emergência mundial de saúde, social e económica e, na verdade, o setor do Turismo e dos Eventos,

inevitavelmente, é um dos mais fortemente afetados. A confiança dos turistas tem vindo a diminuir, o que faz com que os gastos sejam mais reduzidos e o orçamento disponível para atividades turísticas e de lazer seja mais limitado (Ranasinghe et al., 2020; UNWTO, 2020).

Desde o início do surto de COVID-19 que centenas de eventos foram cancelados ou adiados em todo o mundo, principalmente por não respeitarem o distanciamento social, não garantirem a segurança dos seus participantes e pela antecipação de eventuais problemas de logística devido às restrições impostas (Ranasinghe et al., 2020). Neste momento, e considerando a rápida progressão desta crise, é ainda cedo para conseguir estimar o impacto total do COVID-19 no Turismo e nos eventos, tornando-se um desafio constante para cada destino turístico (Niestadt, 2020).

Segundo o INE (2020), foram efetuadas 24,5 milhões de deslocações turísticas em 2019, sendo que cada uma teve a duração média de quatro noites. De entre elas, as viagens de lazer representam aproximadamente metade e as viagens de negócios correspondem a 8%. Para além disso, os turistas despenderam, em média, mais 18% por viagem do que em 2018 e são as deslocações de carácter comercial ou de negócios que apresentam uma maior despesa diária, muitos deles turistas que participam em eventos corporativos e/ou profissionais.

Vieira (2015, p. 22) admite que “A relação entre eventos e turismo é estabelecida quer pelos participantes em eventos que na mesma ocasião também «fazem turismo», quer pelos turistas que durante a sua visita a um destino turístico também participam em eventos aí realizados. Nem a motivação principal dos primeiros é o turismo, nem a dos segundos é participar em eventos, mas, quer num quer no outro caso, os eventos e o turismo se encontram, interagem e se sobrepõem”.

Na perspetiva de Carvalho (2017, p. 359), “O turismo de eventos orienta-se para as manifestações culturais temporárias. Conquanto tenham um público fiel, os eventos têm um papel importante na atração dos média, na renovação do público e no desenvolvimento da economia local”.

De acordo com Andrade (1992, citado por Matias, 2007, p. 42), “Turismo de Eventos é o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar nos diversos

tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicos e operacionais (...).”

Getz (2008) afirma que os eventos são uma importante motivação para o Turismo, bem como parte integrante da maior parte dos planos de *marketing* e desenvolvimento de muitos destinos. Para além disso, o papel e os impactos que os eventos assumem para a área do Turismo são de extrema relevância no que toca à competitividade dos destinos. Não obstante, o conceito de Turismo de Eventos apenas se estabelece, tanto para a indústria do Turismo, como para os investigadores.

Em 2016, Getz e Page (p. 593) acrescentam “*recent research (...) also demonstrates the critical relationship that exists between events as a bridge between the market for visitor attractions created by tourists and the use of events to fill the gap left in the off-peak season by a seasonal drop in tourism demand, as residents and domestic visitors provide a substitutable form of demand stimulated by events*”.

Em relação ao conceito de Turismo de Eventos, Getz (2005, p. 12) define-o como “*a term used mostly in the tourism literature to describe a destination development and marketing strategy to realize all the potencial economic benefits of events*”. O mesmo autor (2005, p. 134) elabora, ainda, o quadro que se segue, no qual sintetiza as metas e os objetivos do Turismo de Eventos:

Quadro 1 - Metas e objetivos do Turismo de Eventos

Goals	Objectives
Create a favorable image	Attract and create high-profile events to maximize positive media exposure. Key results: bid and win one mega-event each decade; achieve television coverage of major existing events; increase awareness of destination by 50% in key market segments.
Attract foreign visitors and increase their yield	Favor events that attract foreign visitors. Key results: increase foreign tourist attendance at events by 10% within 3 years.
Expand the tourism season and spread demand throughout the area	Attract or create new events during winter and autumn, especially where none exist.

Use events as a catalyst to expand and improve tourism infrastructure	Achieve a new multipurpose event facility within 5 years.
Stimulate repeat visits	Produce and market a program of events at all attractions and facilities.
Develop and improve the infrastructure and management necessary to create, attract, and sustain events	Provide assistance and advice; foster the pooling of resources; create cooperative marketing and promotions.
Foster development of the arts, sports, culture, heritage, and leisure	Assist all types of events; link events to other policy areas.
Ensure maximum benefits to the host community	Conduct cost-benefit studies; follow community-based planning process.
Avoid negative environmental foster conservation	Stimulate nature tourism impacts through events; require impact assessments.

Fonte: Getz, 2005, p. 134.

Tendo em conta todas as diferentes abordagens que foram acima apresentadas, podemos inferir que a relevância do Turismo de Eventos para a potenciação do desenvolvimento turístico de um destino é indiscutível, acrescentando valor à oferta turística e tornando-se, desta forma, uma realidade gradualmente presente na vida social e cultural dos indivíduos.

2.2.2. Importância dos Eventos para o Turismo

Associado ao conceito de Turismo, surge o conceito de oferta turística que merece o nosso destaque, para que consigamos entender a importância que os eventos podem alcançar.

Em 2001, a OMT (citada por Silva, 2017, p. 199) assume que a oferta turística corresponde ao “conjunto de produtos e serviços turísticos colocados à disposição do visitante num determinado destino, para seu uso e consumo”. Cunha (2007, p. 175) acrescenta ainda a este conjunto “todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as (...) necessidades [dos visitantes] e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação”.

No que concerne à definição de produto turístico, Kotler e Armstrong (1999, citados por Silva, 2017, p. 204) afirmam que este é “qualquer coisa que pode ser oferecida no mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e inclui objetos físicos, serviços, personalidades, lugares, organizações ou ideias”. De acordo com esta perspectiva,

podemos constatar que os eventos fazem parte da oferta turística, enquanto um produto/serviço turístico.

Por outro lado, tendo em conta a Estratégia Turismo 2027, um referencial estratégico para o desenvolvimento do Turismo em Portugal, os eventos são vistos enquanto ativos qualificadores, isto é, “ativos que enriquecem a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios (...)” (TP, 2017, p. 46). Desta forma, os eventos assumem um papel estratégico de potenciadores para outros produtos turísticos.

Para além disso, uma atração turística é considerada como “qualquer elemento ou factor que, por si próprio ou em conjunto com outro ou outros, provoque a deslocação de pessoas em resposta a uma motivação ou motivações destas. Enquanto a motivação é a razão, (...) a atração é o elemento que corresponde a essa razão” (Cunha, 2007, p. 261). Sendo assim, podemos também alegar que um evento pode constituir um principal núcleo de atração, fazendo parte de uma das principais componentes da oferta turística.

Getz (2007) defende que se os eventos são considerados atrações turísticas ou, por outro lado, uma razão para os visitantes que estão num determinado destino poderem prolongar a sua estada, pelo que estes detêm um valor turístico. Contribuindo para a capacidade de atração de um destino turístico, os eventos podem até mesmo constituir o principal fator de atração. Por consequência, contribuem também para o desenvolvimento dos destinos, projetando a imagem dos mesmos e tornando a oferta mais atrativa e competitiva face a outros possíveis destinos (Gonçalves e Umbelino, 2017).

Cunha (2007) afirma que embora os efeitos diretos dos eventos não sejam, muitas vezes, significativos para o Turismo, podem ser impulsionadores para a criação da imagem de um destino ou para a sua manutenção. São muitos os lugares que são reconhecidos pela realização de eventos únicos e marcantes, ou ainda outros que são, por sua vez, reconhecidos pela realização recorrente de determinado evento. Em ambos os casos, os seus efeitos são ampliados no tempo pela imagem que criaram e, em muitos casos, passam de simples localidades desconhecidas a destinos turísticos de eleição. Desta forma, alguns eventos são suficientes para criar um destino por si só, no entanto, noutros casos são várias as atrações que em conjunto proporcionam o interesse turístico ou o aumento do mesmo.

Os benefícios que os eventos podem trazer são inúmeros, sendo necessário encará-los como uma ajuda para que os objetivos do destino em questão sejam alcançados e para que sejam criadas ainda mais vantagens. Os eventos acabam por poder ser a única razão para atrair um determinado público que, sem aquela experiência, nunca teria tomado a decisão de visitar um dado destino, atração, equipamento, entre outros. Os eventos podem ter, desta forma, uma clara influência na escolha do destino turístico por parte dos turistas e visitantes. É também no pós-viagem que esta influência se revela, visto que existem as memórias de uma experiência que podem interferir nas escolhas de outros potenciais turistas ou visitantes. Mais ainda, um evento pode vir a estimular a repetição da visita ou o prolongamento da mesma, bem como o aumento dos gastos inerentes (Getz 2007; Gonçalves e Umbelino, 2017).

Os eventos podem, ainda, tornar-se numa fonte de emoção, quando são organizados de uma forma positiva. Por outro lado, se não forem bem planeados, podem ser encarados como uma má experiência para todos os envolvidos. Desta forma, devem ser reunidas todas as condições para garantir que tudo corre como o esperado e dar toda a atenção necessária a cada evento, em específico, identificando as suas principais diferenças e particularidades (Watt, 2004).

Num mundo em que as experiências são cada vez mais valorizadas por qualquer público, “a autenticidade, as inovações, o património e o imaginário em torno das identidades locais” (Pereira et al., 2017, p. 103) são utilizadas para otimizar a atratividade turística do destino em causa, pelo que não basta apenas ter algo para visitar, mas sim ter um acontecimento ou uma experiência para vivenciar.

3 Megaeventos

3.1. Conceptualização

3.1.1. Conceito e Características

Os megaeventos são discutidos inúmeras vezes, mas existe uma certa dificuldade na sua definição, à semelhança do conceito de evento. Muitos de nós acabamos por ter uma definição mental do que são, porque, na realidade, sabemos identificá-los. No entanto, o facto de não existir um único significado comum faz com que não possamos avaliar os megaeventos da mesma maneira (Müller, 2015b).

Os megaeventos podem ser definidos como “acontecimentos de grande dimensão, realizados por uma ou mais vezes, mas de duração limitada, com o objetivo de promover um destino turístico a curto e longo prazo. Trata-se de feiras, festivais, exposições ou acontecimentos desportivos e culturais que se realizam regularmente ou uma só vez e que requerem o apoio de fundos públicos, não só para o próprio acontecimento mas também para o desenvolvimento de infraestruturas complementares” (Cunha, 2007, p. 288).

Em 1997, Hall (citado por Bowdin et al., 2006, p. 18) reconhece que os megaeventos se podem definir como aqueles que são “*expressly targeted at the international tourism market and may be suitably described as ‘mega’ by virtue of their size in terms of attendance, target market, level of public financial involvement, political effects, extent of television coverage, construction of facilities, and impact on economic and social fabric of the host community*”.

Para Müller (2015a, 2015b), megaeventos são ocasiões únicas com uma duração fixa que atraem um grande número de visitantes e que possuem um alcance mediático mundial. Normalmente, implicam custos elevados, bem como impactos a longo prazo tanto no ambiente como na população do país ou da cidade que os acolhem.

Do mesmo modo, “*mega-events, by way of their size or significance, are those that yield extraordinarily high levels of tourism, media coverage, prestige, or economic impact for the host community, venue, or organization*” (Getz, 2005, p. 18).

Vieira (2015) destaca quatro fatores que fazem com que um evento se enquadre na categoria de megaevento: (1) nível temporal – um megaevento terá sempre uma duração

média ou longa; (2) nível espacial – os eventos que ocupam áreas muito grandes ou que não têm limites de área são considerados megaeventos; (3) nível económico, social e cultural – os megaeventos são aqueles em que os seus efeitos são sentidos num maior espaço ou perímetro geográfico, muitas vezes ultrapassando estes limites; (4) nível participativo – os eventos que reúnem números elevados e significativos de visitantes são considerados megaeventos.

Para Roche (2000, p. 1), *“‘Mega-events’ are largescale cultural (including commercial and sporting) events which have a dramatic character, mass popular appeal and international significance. They are typically organised by variable combinations of national governmental and international non-governmental organisations and thus can be said to be important elements in ‘official’ versions of public culture”*.

Bowdin et al. (2006) afirmam ainda que os megaeventos são aqueles que afetam todas as economias, que têm repercussões internacionais e que quase sempre são desenvolvidos tendo por base um processo de candidatura competitivo, ou seja, uma proposta por parte do destino que acolhe o evento em causa, dando razões e motivos para que o mesmo ocorra naquele local.

A candidatura resume-se a um processo que tem em conta cinco elementos principais: estudo da viabilidade; documento da candidatura; questionário da proposta; submissão da proposta; e, por último, apresentação da proposta. São diversos os fatores que importam para obtermos o sucesso numa proposta deste tipo; no entanto, a comunicação é apontada pela maior parte dos especialistas como a condição para que o resultado seja positivo. Cada proposta deve ser entendida como um caso particular e é relevante que sejam avaliados todos os fatores, analisados os requisitos e, por fim, tiradas as conclusões necessárias com base nos mesmos para que a proposta seja aprovada (Mallen, 2013).

Conseguimos aferir, então, que os megaeventos não representam um conceito universal e que muitas vezes esse significado irá depender de preferências, dimensões e perspetivas diferentes. Alguns autores baseiam a sua decisão no número de participantes ou nos investimentos feitos, outros na capacidade de atração de maior cobertura publicitária e mediática e há ainda aqueles que se focam na facilidade de atração para gerar turismo no destino e no impacto que estes têm nas comunidades. No seguinte quadro, são

apresentadas as visões dos diferentes autores anteriormente citados no que toca ao conceito e às características dos megaeventos:

Quadro 2 - Conceito e características dos megaeventos

Autor(es)	Conceito e Características
Bowdin et al.	• Afetam todas as economias; • Geram repercussões internacionais; • Desenvolvidos através de um processo de candidatura competitivo.
Cunha	• Acontecimentos de grande dimensão; • Realizados uma ou mais vezes com duração limitada; • Objetivo de promover um destino turístico; • Requerem o apoio de fundos públicos.
Getz	• Geram elevados níveis de turismo, cobertura mediática, prestígio e impactos económicos para a comunidade anfitriã, para o espaço ou para a organização.
Hall	• Destinados a um público/mercado internacional; • São considerados “mega” devido ao seu tamanho no que toca a diversos fatores.
Müller	• Ocasões únicas de duração fixa; • Atraem um grande número de visitantes; • Alcance mediático mundial; • Custos elevados e significativos; • Impactos no ambiente e na comunidade local.
Roche	• Eventos culturais de larga escala; • Caráter dramático; • Atraem massas; • Importância internacional.
Vieira	• Duração média ou longa; • Ocupam áreas muito grandes ou áreas ilimitadas; • Afetam grandes espaços/perímetros geográficos; • Número de visitantes elevado e significativo.

Fonte: adaptado a partir de Bowdin et al., 2006; Cunha, 2007; Getz, 2005; Hall, 1997, citado por Bowdin et al., 2006; Müller, 2015a, 2015b; Roche, 2000; Vieira, 2015.

De um modo simples, vai ser considerado, para esta dissertação, que um megaevento será aquele que reúne cerca ou mais de cem mil pessoas e que atinge, por consequência, uma escala nacional, internacional e mundial, provocando, então, alterações e impactos profundos no destino anfitrião aos mais diversos níveis e deixando marcas intemporais na comunidade local.

3.1.2. Eventos Especiais, Festivais e *Hallmark Events*

Os megaeventos são considerados, por muitos autores, como casos particulares e são muitas vezes chamados de *hallmark events* ou *special events*. Por outro lado, os conceitos de festival e de *special event* são, também, confundidos quando, na realidade, assumem diferentes significados. Tendo em conta esta diversidade de tipos de eventos, torna-se relevante esclarecê-los e defini-los.

Em 1989, Hall (p. 263) afirma que “*hallmark tourist events are major fairs, expositions, cultural and sporting events of international status which are held on either a regular or a one-off basis. A primary function of the hallmark event is to provide the host community with an opportunity to secure high prominence in the tourism market place*”.

Bowdin et al. (2006, p. 17) definem os *hallmark events* como “*events that become so identified with the spirit or ethos of a town, city or region that they become synonymous with the name of the place, and gain widespread recognition and awareness*”. Os autores dão, ainda, claros exemplos deste tipo de evento: o Carnaval do Rio de Janeiro, a *Tour de França*, o *Oktoberfest* em Munique e o Festival Internacional de Edimburgo. Todos eles são reconhecidos pela própria essência, tanto do local onde se realizam, como da comunidade.

Ritchie (1984, p. 2) encara os *hallmark events* como “*major one-time or recurring events of limited duration, developed primarily to enhance the awareness, appeal and profitability of a tourism destination in the short and/or long term. Such events rely for their success on uniqueness, status, or timely significance to create interest and attract attention*”.

A palavra *hallmark* é, também, um simbolismo de qualidade ou autenticidade e que se traduz num fator de distinção. Para Getz (2007, p. 24), “*hallmark events are those that possesses such significance, in terms of tradition, attractiveness, quality or publicity, that the event provides the host venue, community or destination with a competitive advantage. Over time, the event and destination images become inextricably linked. Hallmark events are, by definition, permanent ‘institutions’ in their communities or societies*”.

Segundo Bowdin et al. (2006, p. 14-15), “*the term ‘special events’ has been coined to described specific rituals, presentations, performances or celebrations that are consciously planned and created to mark special occasions and/or to achieve particular social, cultural or corporate goals and objectives*”. Estes, por sua vez, podem incluir celebrações nacionais, ocasiões cívicas importantes, *performances* culturais, grandes eventos desportivos, comemorações corporativas, promoções comerciais ou lançamentos de produtos.

Para Burns e Mules (1986), os *special events* são aqueles que verificam as quatro caraterísticas seguintes:

- (1) A principal procura que o evento promove não é a procura pelo evento em si, mas sim a procura por serviços relacionados, tais como, alojamento, restauração, transportes e entretenimento;
- (2) Esta procura é apenas relativa a um curto espaço de tempo e, sendo referente a serviços e produtos que não podem ser produzidos ou armazenados com antecedência e preparação, são originados picos de consumo nestas áreas;
- (3) Os picos gerados influenciam tanto o nível dos benefícios recebidos, como a distribuição dos mesmos;
- (4) Os principais benefícios económicos advêm da atração de novos fundos externos à região onde o evento se realiza.

Numa outra perspetiva, os eventos especiais são considerados atividades únicas que realçam, reconhecem ou culminam num programa suficientemente abrangente e em constante desenvolvimento. São, também, eventos que têm como objetivo satisfazer necessidades específicas de um determinado público e geralmente ocorrem ocasionalmente e fora das atividades ou do programa normal. Para o público, torna-se, deste modo, uma oportunidade de experienciar um acontecimento fora do vulgar e diferente daquelas que é habitual encontrar (Carpenter, 2008; Getz, 2005; Jago e Shaw, 1998).

Por outro lado, Getz (2005) atribui inúmeras caraterísticas que realçam o carácter especial deste tipo de eventos: singularidade; múltiplos objetivos; espírito festivo; satisfação de

necessidades básicas; qualidade; autenticidade; tradição; flexibilidade; hospitalidade; tangibilidade; temática; simbolismo; acessibilidade; e, por último, conveniência.

Segundo Delamere (2008) a diferença entre o conceito de *special event* e festival é clara. Existem, portanto, festivais dos mais diversos tipos, desde aqueles que celebram a música, a outros dedicados às artes e ainda festivais culturais e de património. É comum dizer-se que os festivais dão vida às comunidades que os acolhem e, por outro lado, que todos eles dependem da comunidade para sustentar a sua existência. Os festivais são, também, responsáveis por criar uma oportunidade para desenvolver a cultura da própria comunidade, como se de um fenómeno invisível se tratasse, criando uma situação *win-win* e melhorando a qualidade de vida da comunidade. Os pontos mais importantes para quem organiza este tipo de eventos passam pela gestão de horários, pela gestão de voluntariado, recrutamento e retenção, pela gestão de risco e de multidões, pelo *merchandising* e, por último, pelos efeitos que os mesmos têm na comunidade anfitriã (Delamere, 2008; Derrett, 2004).

Getz (2005) dá-nos outra perspetiva acerca dos festivais. Este considera que os mesmos são uma das formas mais comuns de celebrar a cultura e define-os, de uma forma muito concisa, como uma celebração pública temática. Fallasi (1987, citado por Getz, 2005, p. 21) refere, também, que “*both the social function and the symbolic meaning of the festival are closely related to a series of overt values that the community recognizes as essential to its ideology and worldwide, to its social identity, its historical continuity, and to its physical survival, which is ultimately what festival celebrates*”.

Os festivais podem ainda, tal como acontece recorrentemente em Portugal, ser patrocinados por empresas produtoras de bens de grande consumo ou fornecedores de serviços coletivos. Estas organizações pretendem reforçar a imagem das mesmas, bem como definir o seu posicionamento junto do seu público-alvo. Deste modo, conseguem atrair um número elevado de visitantes e obter um grande impacto no turismo local (Vieira, 2015).

Estes três diferentes tipos de eventos têm origem, como pudemos verificar anteriormente, em critérios qualitativos e não quantitativos, ou, neste caso, de dimensão. Qualquer evento que se tente enquadrar numa destas categorias deve ter por base os atributos que são apresentados nas diversas definições de cada um. Não obstante, à semelhança das

tipologias de eventos, é difícil limitar todos eles a uma categorização, devido às suas particularidades.

3.2. Impactos dos Megaeventos nas Comunidades Locais

3.2.1. Categorização

Por não serem fixos quanto à tipologia e ao espaço, os eventos tornam-se o tipo de atração mais efetivo para atingir os mais diversos objetivos. Por consequência, os megaeventos acabam por ter impactos fortemente sociais, transformando a comunidade e o local que os recebem (Sebastião e Lemos, 2016). Todos os eventos têm consequências positivas e negativas, pelo que os organizadores de eventos têm de os identificar e avaliar. Deste modo, é necessário minimizar os impactos negativos, uma vez que esses não podem ser anulados, e maximizar os impactos positivos.

O estudo dos impactos de um determinado megaevento deve, portanto, ser realizado em dois momentos distintos: antes e depois de o evento acontecer. A identificação dos impactos, da sua natureza e da sua origem é, então, o primeiro passo que deve ser realizado. Posteriormente, há que avaliá-los, medi-los e quantificá-los e, por fim, é importante definir uma estratégia para remediar os impactos considerados à partida como negativos (Vieira, 2015).

Um impacto é, por norma, definido como a influência que um determinado acontecimento possui no decurso do tempo e espaço. Segundo um estudo da OMT, em 2006 (citado por Vieira, 2015, p. 165), “impacto é a medida das alterações na contribuição para a macroeconomia provocadas por algum choque na *events industry* resultante, por exemplo, da realização de um megaevento. (...) Os impactos são uma consequência de um fato, a realização do evento”.

São vários os autores que categorizam os diversos impactos que os megaeventos podem causar nas comunidades locais, como também no destino turístico anfitrião. Fazendo uma breve análise pelas várias possíveis categorias, optou-se por dividir os impactos em cinco tipos distintos: impactos turísticos, impactos económicos, impactos sociais e culturais, impactos físicos e ambientais e, por último, impactos políticos.

3.2.1.1. Impactos Turísticos

Para Cunha (2007), os megaeventos são considerados potenciais atrações de turismo, no entanto, todos os efeitos imediatos enquanto atração turística são bastante efémeros e terminam praticamente assim que a sua realização acaba, gerando apenas deslocamentos ocasionais.

Por outro lado, Vieira (2015) afirma que são criados fluxos turísticos, sendo que os já existentes acabam por aumentar durante e após o megaevento, e, para além disso, existe um aumento e uma diversificação das atividades promocionais de turismo com o objetivo de enfatizar o ambiente que o megaevento cria. É a partir daí que os eventos conseguem promover uma fidelização em relação do destino, ou seja, os turistas e visitantes podem querer voltar futuramente, promovendo, desta forma, o desejo de repetição (Gonçalves e Umbelino, 2017). É importante, por isso, que o megaevento seja bem planeado e que, ao fazê-lo, tenhamos em conta a política turística do destino anfitrião para, desta forma, conseguirmos maximizar os benefícios (Silva, 1997).

Apesar de os benefícios serem notórios, é importante referir que “o incremento do turismo pode ser mínimo ou inexistente se a cidade-sede já for um destino popular do turismo, isso porque, assim como o megaevento atrai alguns turistas, pode desviar os turistas que querem evitar multidões” (Mills e Rosentraub, 2013, citados por Sebastião e Lemos, 2016, p. 212). Ao mesmo tempo, os megaeventos podem provocar uma excessiva “turisficação” no que toca ao destino e, por conseguinte, este aumento de fluxo turístico e de procura por serviços turísticos pode provocar a deterioração da qualidade dos mesmos.

Um megaevento pode, ainda, trazer danos para a indústria do turismo numa determinada região, ao atrair turistas e visitantes que não se adequam à estratégia e ao posicionamento que o destino turístico possui ou, por outro lado, ao criar uma forma de turismo que choque com o destino no geral (Silva, 1997). Vieira (2015, p. 89) acrescenta “eventos especialmente preparados, apoiados e dirigidos para segmentos específicos do mercado podem contribuir para o desenvolvimento do turismo quando esse desenvolvimento é baseado numa estratégia de segmentação do mercado”.

Os megaeventos podem, também, ter como objetivo o combate à sazonalidade que é vivenciada pelos destinos. Tal acaba por gerar uma certa dinâmica que passa um enorme benefício para a própria comunidade, fazendo com que a oferta se torne mais atrativa e competitiva (Gonçalves e Umbelino, 2017). De outro ponto de vista, se um determinado evento é realizado no pico da época alta do turismo, este pode colocar em risco o potencial turístico do destino e criar um conflito entre a resposta às necessidades dos turistas comuns e a resposta às necessidades dos turistas que foram atraídos unicamente pelo evento (Silva, 1997).

Vieira (2015) menciona, também, como um fator positivo, a criação de condições e a estimulação de competências relativamente aos profissionais da área do Turismo, promovendo a cooperação entre Turismo e Eventos e consolidando a relação entre estas duas áreas. Mais ainda, a partir da realização de megaeventos, é criado um fator diferenciador positivo relativamente ao destino turístico, apresentando uma “personalidade”, ao invés de apenas uma identidade. De outra perspetiva, e sendo entendido como uma consequência negativa, o destino pode, também, perder a sua autenticidade para assumir a identidade do evento e, consequentemente, provocar danos na sua reputação (Bowdin et al., 2006).

Relativamente à comunicação e ao marketing do destino, o posicionamento do mesmo é motivado pela oferta que apresenta ao nível de megaeventos, sendo que a imagem é criada a partir das campanhas de comunicação que são realizadas como forma de promoção do destino (Gonçalves e Umbelino, 2017). Da mesma forma, a cobertura mediática e publicitária, através dos meios de comunicação nacionais e internacionais ou mundiais, é de extrema relevância para a projeção do destino, mantendo uma imagem positiva e de confiança (Cunha, 2007; Derrett, 2004).

É perceptível que, numa sociedade que se encontra numa constante procura por entretenimento, os eventos se tornem numa maneira bastante efetiva de colocar as atenções no destino anfitrião, bem como de influenciar a imagem que os turistas possuem acerca do mesmo. Quando nos referimos a megaeventos, percebemos que quanto maior é o evento, maiores são os benefícios; no entanto, os riscos também aumentam proporcionalmente. Para concluir, torna-se importante integrar todas as partes envolvidas num projeto deste tipo para que, desta forma, o processo de planeamento seja o mais bem-

sucedido possível, antevendo os possíveis riscos e problemas que podem ocorrer (Lettner, 2014).

3.2.1.2. Impactos Económicos

Por forma a decidir quais os megaeventos que devem ser financiados e que níveis de financiamentos são apropriados, as entidades governamentais têm a necessidade de possuir uma visão suficientemente abrangente sobre os custos totais do evento e antecipar tanto o *return on investment* (ROI), como os impactos na economia através de estudos que avaliem o maior número de fatores possíveis a ter em conta (Allen et al., 2006).

Na realidade, é difícil prever com grande antecendência quais são os benefícios que um megaevento irá trazer antes, durante e após a sua organização. As avaliações dos impactos económicos incluem, frequentemente, um cálculo com recurso a um multiplicador para demonstrar que o impacto real do crescimento do turismo será muito maior do que o benefício primário esperado para a economia local. No entanto, muitas das vezes, as vantagens económicas são apenas exageradas através do uso não apropriado destes multiplicadores e de modelos econométricos, com o objetivo de garantir que o megaevento efetivamente se realiza (Schütte, 2014; Getz, 2005). Silva (1997, p. 24) ilustra de forma clara esta situação: “*If the event is run mainly by locals and attended by visitors then the multiplier effect is maximised. Yet, if the event is so huge that a large amount of attractions are imported into the areas, then the repayment of profits minimises the benefits to the locality*”.

Os megaeventos são acontecimentos capazes de contribuir fortemente para o aumento exponencial de preços, favorecendo a sua especulação. Por outro lado, intensificam os negócios, pois geram os mais variados consumos, acabando por criar todo o tipo de riquezas e por gerar emprego (Gonçalves e Umbelino, 2017).

Em contrapartida, Mills e Rosentraub (2013, citados por Sebastião e Lemos, 2016) alegam que os trabalhadores temporários levam os ganhos durante o megaevento de volta para o seu local de residência, pelo que este consumo não é um benefício económico nem para o destino anfitrião nem para a comunidade. Além disso, os residentes que participaram e gastaram dinheiro no megaevento iriam, provavelmente, gastar uma

quantia similar noutras atividades, caso o mesmo não se realizasse, pelo que, mais uma vez, estes gastos também não devem ser considerados um benefício.

Entre os impactos económicos positivos dos megaeventos mais referenciados por diversos autores, são mencionados: a criação de novos postos de trabalho (temporários e permanentes); o aumento da oferta de emprego; o aumento da atividade comercial e das oportunidades de negócio; o aumento das receitas fiscais e das receitas turísticas, que se traduzem no número de dormidas e na subida da procura por outros serviços complementares, tais como o transporte, o lazer, o comércio e a restauração; a estimulação da indústria da construção civil; o aumento dos investimentos; e, por último, a melhoria da qualidade de vida dos residentes (Bowdin et al., 2006; Vieira, 2015; Derrett, 2004).

Por outro lado, Zanella (2003, p. 17), acrescenta que os megaeventos “colaboram para assegurar a estabilidade da atividade económica, pois normalmente utilizam mão-de obra de menor qualificação que não é atingida ou afetada por mudanças tecnológicas a curto prazo” e “estimulam e consolidam contatos comerciais e lançamento de novos produtos e serviços por meio de feiras e workshops com aplicação de técnicas especiais de marketing”.

No que toca aos impactos negativos, os autores referem o aumento dos custos de oportunidade, ou seja, gastos inerentes à atividade turística que podiam ser dispensados pelos habitantes caso o megaevento não se concretizasse; o aumento da exploração; a má gestão financeira; as perdas financeiras para a organização do evento; o aumento das dívidas e dos impostos; a excessiva necessidade de recursos financeiros; a inflação dos preços; o aumento da especulação imobiliária; e, por fim, a pressão fiscal excessiva sobre os serviços locais (Bowdin et al., 2006; Masterman, 2004; Vieira, 2015).

É notório, por isto, que, apesar de os impactos económicos serem, normalmente, tidos em conta como os mais relevantes, é necessária também uma especial consideração por outros impactos que são mais vagos, intangíveis e difíceis de quantificar.

3.2.1.3. Impactos Sociais e Culturais

Ao longo dos anos, os impactos socioculturais dos megaeventos têm recebido uma crescente atenção. No entanto, este interesse continua a ser menor do que aquele que

existe pelos impactos económicos e turísticos. Os impactos socioculturais podem ser ao nível individual, familiar, de grupo ou comunitário e é importante que consigamos olhar não apenas para o “resultado final”, mas também para o ciclo completo de vida de um evento e para o contexto em que o mesmo é inserido, por forma a ter uma visão holística sobre este tipo de impactos (Wilks, 2013).

Segundo Reverté e Pérez (2017, p. 682), este tipo de impactos encontra-se relacionado com o nível de “turisificação” do megaevento: *“events that include tourism among its objectives, obtained higher values of social and cultural impact (both positive and negative) than those which do not include tourism as its principal objective or not suited to the tastes of tourists”*. De facto, os megaeventos fortalecem a oferta cultural do destino, sendo que a sua internacionalização permite que “haja uma afirmação e promoção internacional da cultura, bem como permite alavancar a promoção de outra oferta cultural associada à imagem” do destino (Gonçalves e Umbelino, 2017, p. 371).

Os megaeventos, por atraírem um grande número de visitantes, promovem a interação social entre diferentes pessoas e a aprendizagem acerca de outras culturas, introduzindo novas e desafiantes ideias, partilhando experiências e expandindo as perspetivas culturais. Ao mesmo tempo, os megaeventos contribuem para a construção e aumento do orgulho, do espírito comunitário e da *goodwill*, bem como para o aumento da participação por parte da comunidade e para a validação de alguns grupos específicos comunitários. Mais ainda, os megaeventos favorecem o aumento e a criação de novas oportunidades de emprego, o reforço do sentimento de pertença à comunidade, o aumento do voluntariado e cooperação comunitária, o reforço da interação entre organizações, a efetividade do uso dos recursos comunitários, o aumento da coesão social, a revitalização das tradições locais e, por último, a recuperação do património histórico (Bowdin et al., 2006; Vieira, 2015; Masterman, 2004; Frawley, 2013; Lassila, Lindroth e Rantanen, 2013).

Por outro lado, um megaevento pode trazer impactos negativos ao nível sociocultural, tais como: comportamentos fraturantes dos valores da comunidade anfitriã; adulteração dos valores culturais locais; aculturação; destruição de valores patrimoniais; abuso de substâncias ilícitas; aumento da criminalidade; comportamentos de grupo negativos; manipulação da comunidade; criação de uma imagem negativa da comunidade; disfunções e deslocações sociais; perda de privacidade e conforto; hostilidade; aumento

da insegurança; e, por fim, choques culturais. (Vieira, 2015; Getz, 2005; Allen et al., 2011; Derrett, 2004).

Assim, conseguimos perceber que quando abordamos os impactos socioculturais estamos não só a enfrentar questões práticas, mas também dificuldades conceptuais, especialmente pelo facto de um evento ter a necessidade de envolver e garantir a participação, tanto da comunidade anfitriã com de outras organizações importantes.

3.2.1.4. Impactos Físicos e Ambientais

A realização de eventos cria uma excelente oportunidade para a demonstração do ambiente único e acolhedor que pode ser criado. Por esta mesma razão, torna-se essencial cuidar e preservar o ambiente característico do próprio destino. À semelhança dos outros tipos de impactos, é de enorme relevância considerar os físicos e ambientais e fazer o quanto antes uma avaliação ou um estudo para que seja assegurada este tipo de proteção.

Acolher um megaevento é muitas vezes sinónimo de uma melhoria e de um maior investimento nas infraestruturas e nos serviços e atividades que daí advêm, os quais acabam por perdurar no tempo, transformando-se em legados e heranças para a comunidade anfitriã, que poderá continuar a utilizar estes espaços. Ao mesmo tempo, é realizada uma transformação e renovação urbana que, muitas vezes, caso o evento não fosse realizado, iriam ser adiadas. Por último, são referidas as melhorias e renovações ao nível dos transportes e das comunicações, traduzindo-se numa melhoria e num aumento da mobilidade e da acessibilidade, e a limpeza urbana (Cunha, 2007; Bowdin et al., 2006; Masterman, 2004).

Por outro lado, Allen et al. (2011) e Vieira (2015) fazem referência a alguns fatores negativos, de entre eles a degradação de infraestruturas, bem como a destruição do possível património e a poluição arquitetónica, o congestionamento do tráfego, a falta de estacionamento e a sobrelotação descontrolada dos espaços.

Mais ainda, existem impactos a ter em conta relativamente ao meio ambiente: degradação de ecossistemas frágeis; poluição sonora e visual; consumo de recursos naturais e não renováveis; emissão de gases de efeito de estufa; destruição da camada de ozono; poluição do solo e da água, resultante do uso de pesticidas; erosão do solo; e, por último, formação

de resíduos durante as construções das infraestruturas (ONU, 2010, citado por Chard e Dolf, 2013).

Muitos destes impactos negativos conseguem ser reduzidos a partir de uma consulta e de uma comunicação efetiva e eficaz com as autoridades competentes para estes casos específicos. Para além disso, é importante frisar que, nos dias de hoje, as entidades públicas responsáveis por estas áreas estão constantemente a fomentar a educação pública e gratuita a partir de programas e de legislação que promovem a reciclagem e a redução da quantidade de lixo que é produzida (Bowdin et al., 2006).

Do mesmo modo, também as certificações para eventos sustentáveis têm ganho reconhecimento, em especial a norma ISO 20121 – Sistema de gestão para a sustentabilidade de eventos. Com o objetivo de ajudar os organizadores de eventos na inclusão da sustentabilidade nas suas atividades e nos impactos que dela advém, a ISO 20121 “fornece uma estrutura para identificar, reduzir e eliminar os impactos potencialmente negativos de eventos, nas esferas ambiental, social e económica (...). Ajuda também a maximizar os seus impactos positivos (...) através de um melhor planeamento e de processos melhorados” (APCER, s.d.), sendo aplicada a todos os integrantes da cadeia de fornecimento da indústria de eventos.

Os eventos tornam-se, cada vez mais, uma circunstância ideal para demonstrar não só um aumento da consciencialização relativa ao meio ambiente, como estas boas práticas ambientais e ecológicas são utilizadas com o objetivo de mudar a mentalidade, as atitudes e os hábitos do público em questão (Bowdin et al., 2006).

3.2.1.5. Impactos Políticos

Os impactos políticos são aqueles que, por norma, recebem uma menor atenção no que toca ao planeamento do megaevento. Na verdade, os objetivos políticos de uma estratégia política ou governativa podem ser o catalisador para atrair ou criar eventos desta dimensão. Os megaeventos podem, de uma forma consciente ou inconsciente, difundir determinados valores ou objetivos políticos, promovendo e melhorando a imagem política, e, ao mesmo tempo, podem servir como forma de propaganda política ou de difusão de objetivos institucionais (Hall, 1992, citado por Silva, 1997; Masterman, 2004).

Várias foram as administrações políticas que conseguiram entender a aptidão que os eventos têm para projetar pública e mediaticamente o perfil dos governantes, bem como das cidades ou áreas que estes gerem, e dos restantes intervenientes no acontecimento. Da mesma forma, perceberam que os eventos detêm a capacidade para atrair inúmeros visitantes e, conseqüentemente, criar benefícios económicos e postos de trabalho. Tal facto levou a que os governantes se tornassem *players* principais no que toca ao processo de candidatura, acolhimento e planeamento dos megaeventos (Bowdin et al., 2006).

Hall (1989, citado por Allen et al., 2011, p. 66) complementa “*Politics is paramount in hallmark events. It is either naive or duplicitous to pretend otherwise. Events alter the time frame in which planning occurs and they become opportunities to do something new and better than before. In this context, events may change or legitimate political priorities in the short term and political ideologies and social-cultural reality in the longer term. Hallmark events represent the tournaments of old, fulfilling psychological and political needs through the winning of hosting over other locations and the winning of events themselves. Following a hallmark event some places will never be the same again, physically, economically, socially and, perhaps most importantly of all, politically*”.

Os megaeventos contribuem, portanto, para o aumento do prestígio político internacional e para o desenvolvimento de *know-how* e competências administrativas. Para além disso, criam marcos históricos, promovem o investimento e a coesão social. Por outro lado, os megaeventos podem, também, dar origem a fatores negativos: limitações na circulação; insegurança; risco inerente ao insucesso do megaevento; deslocação ou má distribuição de fundos; perda da quantificação das despesas; legitimação de decisões controversas ou ideologias; e, por fim, perda de posse e controlo por parte da comunidade anfitriã (Vieira, 2015; Bowdin et al., 2006).

3.3. Legado dos Megaeventos

De modo a podermos ter uma visão suficientemente ampla acerca dos impactos de um determinado evento, é necessário observar os efeitos a longo prazo na comunidade e no destino em causa, ou seja, os legados.

O conceito de legado é entendido, no sentido objetivo da palavra, como algo que se pode deixar a alguém, uma doação ou uma herança. É um termo bastante abrangente e passível

de ser enquadrado em várias áreas, assumindo diferentes significados. Aplicado à área dos eventos, o sentido desta palavra exige, claro, uma ligeira adaptação.

Este conceito teve origem no início dos estudos acerca dos Jogos Olímpicos e, de uma forma não consensual e complexa, legados são, na maior parte das vezes, definidos como os benefícios depois do evento ou os impactos a longo prazo. Getz (2007, p. 319) explica “*the term ‘legacy’ applies to all that is left over from the event (or events) as a positive inheritance for future generations, or as problems to deal with*”. É por esta razão que, frequentemente, os megaeventos são “vendidos” na base dos inúmeros benefícios que acarretam, bem como a criação de um legado permanente.

Preuss (2015, p. 5) destaca seis elementos principais que estão presentes na definição de legado:

- 1) *It lasts longer than the event and its directly initiated impacts. Legacies can derive from structures already completed before the event, but most legacy stems from changed location factors after the event takes place (time);*
- 2) *It produces new opportunities out of an initial impact and may even develop its own dynamics over time as the environment changes (new initiatives);*
- 3) *It consists of changes that bring positive outcomes for some stakeholders and negative outcomes for others (value);*
- 4) *It may be tangible or intangible, or material or non-material (tangibility);*
- 5) *It is essentially limited to a defined space, that is, a city, but some of its effects may extend beyond the city. It can be individual (affecting only one person) and local, or international and global (space);*
- 6) *It is often developed indirectly by the event. A negative legacy reminds us that outcomes may be unintentional (intention).*

A maior parte dos efeitos apontados como legados são encarados como uma possibilidade e não como algo cientificamente provado, visto que são, na sua maior parte, de natureza intangível. Por isso, existem eventos que inicialmente se apresentam como um prejuízo (quando os custos são superiores às receitas totais) mas, no entanto, quando nos deparamos com uma análise a longo prazo, estes acabam por ser lucrativos e tal é compreendido através dos legados positivos que são deixados (Schütte, 2014; Allen et al., 2011).

Para avaliar os possíveis legados de um megaevento, segundo Getz (2007), é importante ter em conta, também, os conceitos de *net present value* e *future earnings*. Muitos elementos do próprio evento podem ser vistos como custos e não como benefícios, daí que seja necessário justificar os mesmos em termos de ganhos futuros. Para entendermos efetivamente se um determinado evento vale ou não a pena ser realizado, o autor sugere que se avaliem diversas variáveis: impacto económico, receitas totais, retorno do investimento, valores dos consumidores, potencialidades de patrocínios, valor mediático, benefícios psíquicos e múltiplas perspetivas de valor.

Os destinos desejam, acima de tudo, ganhar uma vantagem a partir dos eventos com grandes benefícios, especialmente a longo prazo. Para além de o fazerem a partir dos impactos não turísticos e da promoção do destino, os eventos desenvolvem legados permanentes. São várias as estratégias para que tal aconteça: estabelecer o posicionamento do destino através do evento; incitar o visitante a prolongar a visita ou a desenvolver atividades extra; envolver todos os possíveis *stakeholders*; perceber e construir valores locais; envolver e garantir o apoio de regiões próximas; garantir a hospitalidade por parte da comunidade; utilizar o evento como forma de coesão cultural e social; preservar os impactos do evento; e, por último, envolver todas as componentes existentes e não só aquela que o evento em si promove (Getz, 2005).

Acolher um megaevento pode ser sinónimo de uma grande oportunidade para uma nação ou cidade alcançar outros objetivos cruciais. Muitos destes eventos servem como catalisadores para uma regeneração do destino e da comunidade em causa. Os megaeventos contribuem para a definição de prazos, para uma audiência global, para investimentos adicionais, para um aumento de visitantes e para intensificar o envolvimento local (Clark, 2008; Masterman, 2004).

Os legados dos megaeventos incluem o aumento da capacidade, atratividade e iniciativa para receber outros eventos, a melhoria da qualidade do desenvolvimento turístico e a melhoria notável nas infraestruturas, em particular aquelas ligadas ao turismo. Mais ainda, os eventos acabam por promover possíveis visitas futuras, um aumento da satisfação e um reforço da imagem que os turistas têm devido às melhorias permanentes que foram efetuadas para aquele acontecimento e, por fim, a benefícios comunitários que levam ao aumento da satisfação dos residentes e às recomendações a possíveis visitantes

futuros. Todos estes legados contribuem para a criação de uma imagem singular, única e positiva que, por sua vez, poderá dar origem a vantagens competitivas que perdurarão no tempo (Getz, 2005; Bowdin et al., 2006).

Schütte (2014), Allen et al. (2011) e Clark (2008) apontam como legado dos megaeventos o pós-turismo, que implica, necessariamente, ganhos para a comunidade anfitriã, o aumento da atividade comercial e o aumento das exportações. Mencionam, também, a imagem, a reputação, a identidade, a consciencialização e o reconhecimento que o destino anfitrião pode adquirir, bem como o orgulho nacional e a integração por parte da comunidade. De um lado menos positivo, é apontado o custo da criação, construção e manutenção que as infraestruturas e as instalações exigem no pós-evento, principalmente as que são altamente especializadas, apelidadas por diversos autores como os “elefantes brancos”.

Na figura 3 podemos verificar, ainda, mais alguns legados positivos e negativos identificados por outros autores:

Figura 3 - Legados positivos e negativos dos Megaeventos

Positive Legacies	Negative Legacies
• New event facilities; • General infrastructure; • Urban revival; • International reputation; • Increased tourism; • Improved public welfare; • Additional employment; • Local business opportunities; • Corporate relocation; • City marketing; • Renewed community spirit; • Inter-regional cooperation; • Production of ideas; • Production of cultural values; • Popular memory; • Education; • Experience and know-how.	• High construction costs; • Investments in non needed structure; • Indebtedness of public sector; • Temporary crowding problems; • Loss of permanent visitors; • Property rental increases; • Only temporary increases in employment and business activities; • Socially unjust displacement.

Fonte: Ritchie e Aitken, 1984; Haxton, 2000; Lenskyj, 2000 e 2002; Moragas, Kennett e Puig, 2003; Kasimati, 2003; Preuss, 2004; Cashman, 2005; Vigor, Mean e Tims, 2005; Kesenne, 2005, citados por Preuss, 2006, p. 2.

Até à presente data, existem poucos estudos suficientemente vastos que sejam capazes de identificar os legados dos megaeventos e, com o passar do tempo, torna-se cada vez mais difícil de os identificar, devido à influência significativa que outros fatores têm para os

compreender. Não obstante, o legado dos eventos tornou-se um importante elemento no que toca à avaliação e ao planeamento dos mesmos, interferindo, assim, na forma como os governos e as entidades de referência nesta área pensam sobre esta matéria.

3.4. Perceção das Comunidades acerca dos Megaeventos

Os eventos acabam por criar uma atmosfera, com toda a programação e o ambiente que é vivido; no entanto, existe também uma relação muito forte entre o evento e a comunidade local. De facto, os eventos têm *outcomes* positivos e negativos, intencionais e não intencionais que afetam as relações com a comunidade e fora da mesma. A comunidade é, portanto, um dos *stakeholders* mais importantes a ter em conta pelos gestores de eventos no processo de planeamento, bem como a sua perspetiva sobre o megaevento (Carpenter e Blandy, 2008; Bowdin et al., 2006).

As comunidades locais têm uma enorme importância ao longo de todo o processo de construção do megaevento. Na realidade, estas podem ter diversas influências, que levam a inúmeras consequências, desde atrasos, a ações legais ou ao abandono da própria realização do megaevento. Desta forma, o apoio das comunidades é um princípio fulcral para que o megaevento se realize com sucesso, no entanto, não é uma tarefa fácil. Este apoio é conseguido através da divulgação, por parte da entidade organizadora do megaevento, dos benefícios que o mesmo pode trazer para os residentes e para as comunidades aos mais diversos níveis (Sebastião e Lemos, 2016).

De facto, ganhar este “sentimento de confiança” é um processo que depende dos interesses em comum e que é fundamental para o desenvolvimento de uma ligação entre as comunidades e a organização. É gerada, muitas vezes, uma sensação de descrença por parte das populações relativa aos verdadeiros objetivos que estão implícitos nas decisões e ações da organização, especialmente quando, após várias análises ao longo dos anos, é divulgado o facto de que os benefícios financeiros que um megaevento pode ter dificilmente são alcançados (Sebastião e Lemos, 2016). A comunidade detém um interesse especial nos benefícios sociais, culturais, ambientais e económicos que o megaevento e o Turismo de Eventos podem trazer. Cooperar com a comunidade anfitriã é, portanto, uma competência essencial para os gestores de eventos, fazendo com que este suporte se torne uma vantagem (Getz, 2005).

As comunidades não são totalmente heterogêneas e os eventos podem estimular um debate saudável acerca das prioridades e da sua própria identidade, bem como, ajudar a criar um forte senso de comunidade e sentimento de pertença. Por esta razão, os megaeventos são frequentemente apoiados por entidades governamentais locais. Mais ainda, este tipo de eventos costuma contribuir positivamente para a cooperação intercomunitária para criar e gerir o evento, permitindo desenvolver capacidades criativas, sociais e de expressão (Bowdin et al., 2006).

Apesar disto, segundo Müller (2017), existe outro lado dos megaeventos. Ao invés de serem considerados catalisadores de um “boom” económico e infraestrutural, os megaeventos levam a benefícios demasiado promissores, à desvalorização dos custos, à apropriação desigual de recursos, à violação dos direitos dos cidadãos e à reestruturação das prioridades do desenvolvimento urbano por forma a atingir os objetivos do evento. Por isso, a relação entre os megaeventos e as comunidades anfitriãs é normalmente o inverso daquilo que é sugerido, ou seja, em vez de as cidades e de os cidadãos usarem o evento para potenciar os ganhos, acontece precisamente o contrário.

O objetivo principal dos membros da comunidade anfitriã passa por participarem, por serem entretidos e por obterem uma experiência social enriquecedora. Por vezes, esta participação é feita em família, como forma de experienciarem juntos o acontecimento, enquanto, outras vezes, os eventos servem para divulgar talentos, no caso de serem eventos dedicados às artes e à cultura, ou para estimularem uma competição, se se tratar de um evento ligado ao desporto. Existe, ainda, a possibilidade de os membros desejarem apenas satisfazer a necessidade de participação e envolvimento enquanto organizadores ou de estabelecerem contactos sociais e serem reconhecidos enquanto voluntários (Bowdin et al., 2006).

Quando referimos especificamente os megaeventos, a perspetiva da comunidade difere um pouco. Os membros da comunidade que acolhem o evento esperam, de igual forma, aproveitá-lo, enquanto participantes ou organizadores. No entanto, como a organização do mesmo se torna mais abrangente e mais profissionalizada, o planeamento do evento passa a ser deixado a cargo de entidades mais competentes e não da comunidade local. Desta forma, a comunidade passa a estar mais preocupada com os eventuais impactos do

megaevento e a sua relação com o mesmo passa a ser de carácter indireto, uma vez que os *media* se tornam a fonte de informação mais usual e recorrente (Bowdin et al., 2006).

Em 2006, Harris e Allen (citados por Bowdin et al., 2006, p. 67) apresentam, num estudo, diversas estratégias usadas por gestores de eventos para facilitarem o envolvimento da comunidade e estabelecem sete valores baseados naqueles definidos pela *International Association for Public Participation* (IAP2), para fomentar o envolvimento e a participação do público:

- (1) The public should be consulted and should have a say in decisions about actions that affect their lives;*
- (2) Public participation undertakes that the public's contribution will influence the decision-making process;*
- (3) The public participation process communicates the interests and meets the process needs of all participants;*
- (4) The public participation process identifies those potentially affected and facilitates their input;*
- (5) The public participation process involves participants in defining how they participate;*
- (6) The public participation process provides participants with the information they need to participate in a meaningful way;*
- (7) The public participation process provides feedback to participants on how their input affected the decision.*

A avaliação dos impactos é feita, muitas vezes, com base em estudos ou inquéritos que têm como objetivo não só perceber as perceções das comunidades e dos residentes acerca daquilo que estes *stakeholders* pensam que sejam os impactos positivos e negativos, mas também identificar e abordar as preocupações aquando da realização do próximo evento (Getz, 2005; Bowdin et al., 2006).

Em suma, o desafio para muitos eventos é criar uma maneira de expressar a singularidade do destino e das comunidades. É de ressaltar, também, que todos os impactos que os

megaeventos detêm acabam, por consequência, por afetar inevitavelmente as comunidades, aos mais diversos níveis. Os gestores de eventos devem, por isso, identificar previamente as necessidades, as expectativas e os objetivos da comunidade anfitriã face ao megaevento, que irão determinar a sua receptividade, por forma a estarem numa posição mais consciente para maximizar os benefícios e minimizar os riscos inerentes.

4 Estudo de Caso: Exposição Internacional de Lisboa de 1998

4.1. Lisboa

4.1.1. Enquadramento Geográfico e Populacional

À data de 2001, ano em que se realizou o XIV Recenseamento Geral da População, três anos depois da Expo'98, a região de Lisboa apresentava uma área de 2 962 km² e possuía 18 concelhos, de entre eles Lisboa (INE, 2002).

Por sua vez, o concelho de Lisboa, elemento central da AML - Área Metropolitana de Lisboa (NUTS III) e capital de Portugal, insere-se no distrito de Lisboa e integra-se na Região de Lisboa e Vale do Tejo (NUTS II). Geograficamente, este concelho é delimitado a Sul e a Este pelo rio Tejo, a Norte pelos concelhos de Loures, Amadora e Odivelas e a Oeste pelo concelho de Oeiras. Lisboa abrange, ainda hoje, uma área de aproximadamente 84 km² e possuía, antes da reorganização administrativa de 2012, 53 freguesias agrupadas em quatro bairros administrativos (Muñoz et al., 2011; Infopédia, s.d.).

Em 2001, segundo o Recenseamento Geral da População, “a região concentra ¼ da população portuguesa”, apresentando “uma densidade populacional oito vezes superior à do país” (INE, 2002, p. 46). Registava-se, ainda, uma perda de população referente ao concelho de Lisboa, cuja tendência já era notória desde a década anterior.

No que toca à população, existia uma menor proporção de homens, face ao número de mulheres (INE, 2002). Lisboa era, na altura, considerada a “cidade portuguesa mais envelhecida (...) e uma das capitais da EU com maior percentagem de idosos entre a população residente” (Muñoz et al., 2011), sendo que as faixas etárias predominantes se encontravam entre os 20 e os 60 anos. É de notar, também, que neste ano a concentração da população estrangeira a residir na região de Lisboa tinha sofrido um aumento significativo para mais do dobro comparado com a última década.

Mais ainda, Lisboa estava a vivenciar um êxodo da população mais jovem para a periferia, deixando no centro a população mais envelhecida. A população economicamente ativa representava cerca de metade da população residente, sendo esta principalmente do género feminino. Relativamente ao emprego, na AML este tinha uma grande expressão no terceiro setor, sendo que o setor primário era quase inexistente. Por último, no que diz

respeito aos movimentos pendulares, a AML registava um balanço positivo, sendo considerada uma unidade polarizadora (Muñoz et al., 2011).

4.1.2. Enquadramento Turístico

De acordo com as Estatísticas do Turismo de 1997 (INE, 1998), a maior parte dos turistas estrangeiros que Portugal recebeu, durante esse ano, provinha do continente europeu, especificamente de Espanha, de Inglaterra e da Alemanha, chegando principalmente pela via aérea e procurando, particularmente, a região do Algarve (45%), a região de Lisboa (20%) e a ilha da Madeira (14%).

No mesmo ano, a dimensão média dos estabelecimentos era de 120 camas. Os tipos de estabelecimentos predominantes em Portugal eram as pensões (913 estabelecimentos) e os hotéis (444 estabelecimentos). Este grupo ocupava, em conjunto, cerca de 62% de capacidade de alojamento, 33% da mesma referente apenas à região de Lisboa e Vale do Tejo. De um total de 38 388 pessoas ao serviço na hotelaria, o mesmo grupo representava 71% deste número, 34% do mesmo referente apenas à região de Lisboa e Vale do Tejo (INE, 1998).

Segundo a mesma fonte (INE, 1998) e no que diz respeito aos hotéis, cerca de 31% localizavam-se na região de Lisboa e Vale do Tejo. No total, disponibilizavam cerca de 15 mil quartos e predominavam os hotéis de 3 estrelas. Relativamente às pensões, cerca de 26% localizavam-se na região de Lisboa e Vale do Tejo. Estas tinham disponíveis cerca de 1300 quartos e as pensões de 2 estrelas eram as que existiam em maior número. Quanto aos outros tipos de estabelecimentos, na mesma região, localizavam-se 1321 hotéis-apartamento (12%), 3 apartamentos turísticos (2%), 1 aldeamento turístico (3%), 3 motéis (16%), 5 pousadas (11%) e 15 estalagens (23%).

Em relação aos hóspedes, o INE (1998) afirma que Portugal recebia cerca de 3.9 milhões de hóspedes portugueses e 4.8 milhões de hóspedes estrangeiros. No que toca ao número de dormidas, os turistas estrangeiros representavam, aproximadamente, $\frac{2}{3}$ do seu total, sendo, na sua maioria, feitas por turistas provenientes de Inglaterra (20,8% - 6.1 milhões), da Alemanha (17,1% - 5 milhões), de Espanha (5,4% - 1.6 milhões), da Holanda (5,2% - 1.5 milhões) e de França (3% - 882 mil).

Deste grupo de mercados emissores, os turistas holandeses preferiam os apartamentos turísticos como forma de alojamento, enquanto os restantes preferiam os hotéis. A região de Lisboa era o destino preferido dos turistas espanhóis e franceses, sendo que os turistas ingleses, alemães e holandeses procuravam primeiramente o Algarve. A estada média correspondia a 4,3 dias para os turistas estrangeiros, sendo que os turistas ingleses (6,5 dias), os turistas irlandeses (6 dias) e os turistas holandeses e alemães (5,6 dias) eram os que prolongavam mais a sua estada (INE, 1998).

Por último, o INE (1998) estima, quanto aos turistas portugueses, que estes tenham atingido 14.6 milhões de dormidas e que a estada média correspondesse a 2,2 dias. Aproximadamente metade dos portugueses (47%) preferia ficar alojado em hotéis e Lisboa era a segunda região mais procurada (21%), logo a seguir ao Algarve (27%).

4.2. Exposições Internacionais

As exposições têm vindo a ajudar a criar um futuro mais promissor, fazendo com que as pessoas e as nações se reúnam tendo por base os pilares da Educação, da Inovação e da Cooperação. As mesmas tinham por hábito refletir as prioridades e visões do mundo envolventes, antecipando o futuro e fazendo-se acompanhar pelo progresso tecnológico. Consideradas eventos memoráveis, as exposições transformaram cidades, introduziram debates sobre assuntos cruciais e proporcionaram experiências únicas a milhares de visitantes (BIE, s.d.a).

Em 1851 ocorria a primeira exposição mundial em Londres, com o título *The Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations*. Teve uma duração aproximada de cinco meses, contou com cerca de seis milhões de visitantes e foi realizada no *Crystal Palace*, construído especificamente para este efeito. Esta primeira exposição teve um êxito tão notável que fez com que passado todo este tempo as exposições se tornassem a repetir com escassos anos de intervalo (com raras exceções) e sem perderem a sua identidade (Martins, 2016; Mendes, 1998).

Segundo Martins (2016, p. 359), após a exposição de Londres e a exposição de Paris em 1855 “o fenómeno das exposições universais ofereceu uma nova arena para a rivalidade política e económica, plasmada na projeção simbólica e literal das realizações tecnológicas e industriais, capacidades agrícola e comercial, representações intelectual e

artística, na grandeza das possessões ultramarinas, e na consolidação e desejo de afirmação das culturas nacionais”.

Podemos, então, compreender que, na atualidade, as exposições ainda preservam a capacidade de “(...) organizar a diversidade humana e de propor narrativas globais, através do fascínio e poder das imagens e das palavras (...)” (Martins, 2016, p. 362) e que as mesmas se tornaram “no terreno e veículo da produção e difusão de projetos culturais de Estado, alegorias da diplomacia e cooperação entre nações e, da mesma forma, território de difusão de discursos, narrativas e imaginários universalistas clarificados na sintetização dos lemas e divisas” (Martins, 2016, p. 369).

A partir de 1931, o *Bureau International des Expositions* (BIE), uma organização intergovernamental, ficou responsável por regulamentar e supervisionar todas as Exposições Mundiais e Internacionais. Tal acontecimento deveu-se ao facto de existirem regras indefinidas e de existir ausência de um padrão uniformizador entre as exposições (Martins, 2016).

De acordo com o BIE (s.d.c), “*Expos are global events dedicated to finding solutions to fundamental challenges facing humanity by offering a journey inside a chosen theme through engaging and immersive activities. Organised and facilitated by governments and bringing together countries and international organisations (...), these major public events are unrivalled in their ability to gather millions of visitors, create new dynamics and catalyse change in their host cities*”.

O BIE (s.d.c) reconhece, até então, quatro tipos de exposições:

(1) *World Expos* – São reuniões globais com diversas nações, organizadas pelo país anfitrião, dedicadas a encontrar soluções para os desafios atuais. As exposições mundiais recebem dezenas de milhões de visitantes e oferecem uma experiência a partir da temática universal escolhida, da envolvente e das atividades. Atualmente, o evento não tem limite de área, pode ter uma duração de até seis meses e acontece de cinco em cinco anos. Até hoje, aconteceram 35 exposições mundiais, sendo que a próxima edição acontecerá em 2025, no Japão, e terá como temática “*Designing Future Society for our Lives*”.

(2) *Specialised Expos* – São exposições globais, organizadas por um país anfitrião, concebidas para dar resposta a desafios que a sociedade enfrenta. As exposições

internacionais especializadas recebem milhares de visitantes e oferecem uma experiência a partir da temática de interesse internacional escolhida, da envolvente e das atividades. Atualmente, o evento não tem limite de área, pode ter uma duração de até seis meses e acontece de cinco em cinco anos, entre as exposições mundiais. Até hoje, aconteceram 34 exposições internacionais especializadas, sendo que a última edição aconteceu em 2017, no Cazaquistão, e teve como temática “*Future Energy*”.

(3) *Horticultural Expos* – São exposições internacionais, organizadas por um país anfitrião, que tem por objetivo fomentar a cooperação e a partilha de conhecimentos entre países, produtores hortícolas e indústrias agrícolas. Atualmente, o evento não tem limite de área, pode ter uma duração de até seis meses e acontece entre as exposições mundiais, com um intervalo de pelo menos dois anos entre cada exposição hortícola em diferentes países e de pelo menos dez anos, caso seja realizada no mesmo país. Até hoje, aconteceram 22 exposições hortícolas, sendo que a próxima edição acontecerá em 2022, na Holanda, e terá como temática “*Growing Green Cities*”.

(4) *Triennale di Milano* – É uma exposição internacional dedicada à arquitetura, ao design e ao artesanato. A mesma tem lugar em Milão, no Palazzo dell’Arte, e é organizada por uma instituição que dá o nome à exposição: *Triennale Milano*. O evento tem por objetivo fomentar uma visão singular de todas as formas de arte e de expressão, bem como estimular as relações entre a indústria, as artes e a sociedade como um todo. A temática da exposição reflete a atualidade, promovendo a experimentação e o debate. Atualmente, o evento pode ter uma duração de até seis meses e não tem uma frequência definida. Até hoje, aconteceram 16 Trienais de Design de Milão, sendo que a próxima edição acontecerá em 2022 e terá como temática “*Unknown Unknowns*”.

Para que uma exposição (mundial ou internacional) desta significância aconteça, são necessários vários anos de planeamento, sendo que, segundo o BIE (s.d.b), o processo se divide em sete passos fundamentais: (1) Candidaturas; (2) Avaliação do projeto; (3) Eleição; (4) Registo/Reconhecimento; (5) Implementação; (6) Expo; (7) Pós-Expo.

Hoje percebemos que, no fundo, as exposições são espaços onde se desenvolve a cooperação internacional e servem como propulsores do progresso em diversas áreas. Nos últimos anos, o formato e o propósito destes eventos evoluíram e foram adaptados, refletindo sempre as mais recentes mudanças políticas, económicas e sociais. Concluindo,

as exposições são a ligação entre o passado, o presente e o futuro, promovendo os mesmos valores e objetivos em reunir todas as nações em prol de um progresso comum (BIE, s.d.a).

4.3. Expo'98

4.3.1. Contextualização e Temática

Enquadrada no regime jurídico das exposições internacionais, a Expo'98 ocorreu em Lisboa, de 22 de maio a 30 de setembro de 1998. A candidatura de Portugal, apresentada por António Mega Ferreira e Vasco Graça Moura ao BIE em 1990, foi votada na Assembleia-Geral em 1992, ganhando à candidatura de Toronto com 23 votos favoráveis. A Expo'98, oficialmente denominada como Exposição Mundial de Lisboa de 1998 e categorizada como Exposição Internacional Especializada, teve como tema “Os Oceanos, um Património para o Futuro” (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998; Pinto, 2018).

A escolha de Lisboa para acolher este evento teve origem na Comissão Nacional para a Comemoração dos Descobrimentos Portugueses. Esta Comissão tinha como um dos objetivos principais o destaque da relevância histórica dos descobrimentos portugueses, com especial atenção para a primeira viagem marítima à Índia, realizada por Vasco da Gama em 1498. Em concordância com este contexto histórico, a Expo'98 tem início no dia da chegada à Índia (Pinto, 2018).

Ainda assim, a temática da Expo'98 foi para além da ligação histórica que Portugal tem com o mar, das grandes viagens transoceânicas que contribuíram para o desenvolvimento global e das comemorações históricas (Parque Expo'98, 1995). Segundo o administrador da Expo'98, António Mega Ferreira, “(...) propôs-se uma ambiciosa plataforma temática, que visava colocar os Oceanos, a sua diversidade, a sua função essencial no equilíbrio planetário, sob as atenções da comunidade internacional (...). Renunciou-se a uma óptica estritamente historicista, atacando o tema nas suas perspectivas de futuro e relacionando-o com a ciência, a política, a tecnologia e a arte. O objectivo era propor uma nova ética nas relações do homem com o meio ambiente, tema que nos parecia central na agenda política do século XXI” (Parque Expo'98, 1998, p. 23).

Mais ainda, de acordo com o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999), era necessário promover a responsabilidade social relativamente à preservação dos oceanos, visto ocuparem a maior parte da superfície terrestre e conterem recursos limitados. O objetivo passava por fomentar novas atitudes perante os oceanos, nas quais as gerações futuras assumissem o respeito pelos direitos dos mesmos a longo prazo. Desta forma, a celebração focou-se no presente e no futuro, alertando para um património imenso, os oceanos, que tornar-se-iam, por consequência, no património para o futuro (Parque Expo'98, 1995). Segundo Jorge Sampaio, na altura Presidente da República Portuguesa, o tema escolhido foi “(...) assumido como uma responsabilidade para com as gerações que virão, um desafio para todos os seres humanos e uma questão de sobrevivência” (Parque Expo'98, 1998, p. 7).

Para além disso, em dezembro de 1994, durante uma sessão da Assembleia-Geral das Nações Unidas, Portugal propôs que o ano de 1998 fosse proclamado como o Ano Internacional dos Oceanos. A aprovação desta proposta fez com que a relevância da Expo'98 aumentasse, principalmente no que toca à partilha de conhecimentos e perspetivas de futuro relativos aos oceanos e aos seus recursos (Pinto, 2018; Parque Expo'98, 1999). De acordo com António Costa, Ministro dos Assuntos Parlamentares, em 1998, “O Ano Internacional dos Oceanos é (...) um novo ponto de partida para o relacionamento profícuo entre diferentes culturas que participam na descoberta dos Oceanos” (Parque Expo'98, 1998, p. 11).

A escolha do tema da Expo'98 (Parque Expo'98, 1999) teve por base sete princípios:

- (1) a presença do mar na história e cultura portuguesa;
- (2) os conhecimentos do mar, da sua natureza e dos seus recursos que os descobrimentos proporcionaram;
- (3) a promoção de um conhecimento melhor e mais profundo sobre os oceanos, exigido pela sociedade e pelos desafios ecológicos;
- (4) o reconhecimento dos oceanos enquanto património comum da Humanidade;
- (5) o reconhecimento dos oceanos enquanto propulsores da cooperação regional, económica, científica e política;

- (6) o reconhecimento dos oceanos enquanto constituintes de um grande potencial relativo ao desenvolvimento económico e social;
- (7) a contribuição para o equilíbrio ecológico global.

Existiam, ainda, quatro subtemas que orientaram a exposição:

- (1) Conhecimento dos Mares, recurso dos Oceanos;
- (2) Os Oceanos e o equilíbrio do Planeta;
- (3) Os Oceanos dos lazeres;
- (4) Os Oceanos, fonte de inspiração artística.

Estes quatro pilares serviram de base para a participação dos diversos países, especialmente no que toca ao conteúdo dos pavilhões e à programação cultural e científica (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1995).

Um dos objetivos concretizados com a Expo'98 foi a universalidade. Participaram oficialmente na exposição mais internacional até à data 160 participantes - 146 países e 14 organizações internacionais. Os participantes oficiais usaram 224 módulos, ocupando um total de 72 500 m² de área coberta, e 126 pavilhões (Parque Expo'98, 1999).

Figura 4 - Planta da Expo'98



Fonte: Parque Expo'98 S.A. (1999), disponível em <https://www.lisboa.pt/cidade/urbanismo/planeamento-urbano/planos-de-urbanizacao/detalhe/zona-de-intervencao-da-expo-98> [obtido a 21/11/2021].

De acordo com o relatório e o guia oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998), existiam também os patrocinadores, divididos entre cinco tipos, de acordo com os vínculos contratuais: patrocinador oficial, fornecedor oficial, marca oficial, empresa associada e empresa colaboradora. Destacam-se as participações da UNICER (patrocinadora oficial e responsável pelo Pavilhão da Água), da *Swatch* (marca oficial e responsável pelo Pavilhão da *Swatch*), da *Shell Portuguesa* (empresa associada e organizadora da exposição *As Conchas e o Homem*), da *Coca-Cola* (patrocinadora oficial e responsável pela exposição *Mundo Coca-Cola*) e da *Microsoft* (marca oficial e responsável pela exposição *Leonardo Da Vinci @ Expo '98 – La Dinamica Dell'Acqua*).

Para além disso, previram-se quase oito milhões de visitas, sendo que, na realidade, a Expo'98 recebeu 10 128 204 visitantes e mais de 2 milhões de visitas acreditadas. Atendendo às sondagens relativas à opinião dos visitantes, concluíram que 52% dos visitantes gostaram da exposição e 43% gostaram muito; 43% afirmou que excedeu as suas expectativas; 82% relevou intenção de regressar; 97% recomendou a visita à exposição e 65% afirmou que o evento contribuiu muito para o desenvolvimento do país (Parque Expo'98, 1999).

4.3.2. Programação

Segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999), a programação foi elaborada meses antes da exposição e sofreu algumas alterações já depois do início da mesma. Para além disso, tudo foi articulado por forma a garantir uma oferta variada e representativa da diversidade cultural. Durante os 132 dias de exposição, verificaram-se os mais diversos espetáculos e toda a animação foi pensada tendo por base a diversificação, tendo em conta os diferentes interesses dos visitantes.

No recinto da Expo'98 existiam 17 espaços cénicos, cada um vocacionado para acolher espetáculos de natureza diferente. Existiam, portanto, seis palcos distintos que acolheram 926 sessões: (1) dedicado ao fado; (2) dedicado à música da América Latina e à música *Jazz*; (3) dedicado à música dos países de língua oficial portuguesa; (4) dedicado ao programa *Sentir os Povos*; (5) dedicado a atuações mais generalistas; (6) dedicado ao programa de *Música Alternativa Portuguesa* (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Localizado num terraço do pavilhão das exposições, havia, também, o palco *Promenade*, onde aconteceram 304 sessões, essencialmente apresentações de grupos maiores, ou seja, bandas, orquestras, danças, grupos corais ou folclóricos. Já no Anfiteatro da Doca, no qual se realizaram 160 sessões, aconteciam os grandes espetáculos de música, teatro, dança, moda e concertos multiétnicos. A Praça Sony albergou 235 sessões no palco principal, 134 no palco *Midnight Tea* e 110 sessões autónomas de imagem no *Jumbotron* (ecrã gigante). Foi aqui que os visitantes puderam assistir aos jogos do Campeonato Mundial de Futebol, a vídeo-clips, a reportagens e programas relacionados com a Expo'98. Junto à praça existia também uma zona de bares e uma pista de dança. No palco Bojador, construído apenas umas semanas antes da abertura da exposição, aconteceram 254 sessões de variados tipos. O Teatro Camões, com um total de 82 sessões de espetáculos, foi concebido para a realização de óperas, espetáculos de teatro e musicais (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Existiam, para além destes, outros espaços cénicos complementares: (1) Área Aberta – uma grande praça, que recebeu 173 sessões, destinada a eventos especiais, tais como grandes espetáculos multidisciplinares; (2) Jardim de Timor – um palco, que recebeu 348 sessões, localizado no topo sul dos Jardins Garcia de Orta e que deu lugar a um programa da Rede Escolas e a espetáculos de rua; (3) Módulo Flutuante – um módulo, onde aconteceram 47 sessões, e que tinha como propósito dar apoio às cerimónias oficiais dos participantes ou para outros espetáculos de teatro e música; (4) Pianomóvel – um palco que teve 84 sessões e que serviu para acolher o programa *Pianistas*; (5) Palcomóvel – um espaço cénico elevatório e ambulante que contou com 83 sessões e que serviu de apoio para espetáculos inesperados de música e teatro; (6) Barco-Palco – um antigo barco recuperado que teve 37 sessões e que serviu como espaço cénico para receber pequenas orquestras e outros espetáculos de teatro, música ou poesia (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Aconteceram, segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999), 1893 espetáculos diferentes ao ar livre, repartidos por 4877 sessões, e dois festivais no exterior do recinto: o *Festival dos 100 dias*, assim chamado por ter começado cem dias antes da exposição e por constituir o prelúdio da mesma, e o *Festival Mergulho no Futuro*, que decorreu de 1 de julho a 31 de agosto em diversos espaços de Lisboa e que consistia em espetáculos dentro das áreas da dança, do teatro, da música, do vídeo e da *performance*.

Na sua globalidade, os espetáculos mobilizaram cerca de 35 mil artistas, técnicos, produtores e outros agentes, nacionais e estrangeiros. Em termos de géneros, os espetáculos de música representaram um maior peso (39%), seguindo-se a animação de rua (30%), a dança (11%), outros géneros mistos ou indefinidos (9%), o teatro (8%), as artes circenses (2%) e, por último, vídeo e multimédia (1%).

Realizavam-se, para além dos espetáculos temporários, três espetáculos permanentes e diários: os Olharapos, a Peregrinação e o *Acqua Matrix*. Os Olharapos eram um grupo de seis dúzias de criaturas fantásticas, meio animais e meio humanos, que animavam os visitantes de manhã à noite. A Peregrinação tratava-se de um desfile ao fim da tarde com 11 grandes máquinas de peregrinar e 19 “peregrinomóveis” mais pequenos, controladas por equipas de atores e acompanhantes. O *Acqua Matrix* acontecia antes da meia-noite, na Doca dos Olivais, e consistia num espetáculo multimédia em que se associavam imagens sonoras e visuais (Parque Expo’98, 1999; Parque Expo’98, 1998).

Por último, no que toca à programação desportiva, esta integrou cerca de 160 eventos. Estes acontecimentos focaram-se essencialmente em atividades ao ar livre, incluindo as zonas aquáticas. Nestes espaços realizaram-se regatas de vela, canoagem, campeonatos de *kayak*, corridas de barcos dragão, exibições de *ski* náutico, a chegada da *Expo’98 Round the World Rally* e a partida da regata *Odisseia do Milénio*. Ao longo do recinto aconteceram ainda *shows* de ginástica, exibições de *fitness*, provas internacionais de atletismo, exibições de trampolins e desportos acrobáticos, entre outros (Parque Expo’98, 1999).

4.3.3. Recinto

Num dia tipo, segundo o relatório e o guia oficial da exposição (Parque Expo’98, 1999; Parque Expo’98, 1998), o recinto da Expo’98 abria portas às 9h, altura em que os Olharapos apareciam. Por sua vez, os pavilhões eram abertos às 10h e as cerimónias oficiais dos Dias Nacionais ou de Honra ocorriam às 11h. Seguidamente, às 12h acontecia a primeira sessão do espetáculo do Pavilhão da Utopia, que se repetia às 15h, às 18h e às 21h. O “render da guarda” dos Olharapos acontecia às 13h e às 17h decorriam as cerimónias dos dias de Honra dos patrocinadores. O segundo espetáculo permanente do dia, a Peregrinação, tinha lugar às 19h30, sendo que às 20h os pavilhões encerravam e dava-se início à Expo-Noite. Os espetáculos começavam às 20h30 ao longo de todo o

recinto. Na Doca dos Olivais, às 23h45, iniciava o terceiro espetáculo permanente: o *Acqua Matrix*. O recinto encerrava, então, às 3h, com exceção (após o primeiro mês de exposição) das quintas, sextas e sábados, dias em que o mesmo passava a encerrar às 5h. A partir desta hora dava-se início às desmontagens dos espetáculos que haviam terminado e às montagens dos que estavam previstos para o dia seguinte.

O recinto, com mais de 70 hectares, foi projetado para receber 125 mil visitantes por dia, com uma permanência instantânea de 80 mil pessoas e todos os serviços foram pré-concebidos de acordo com estes números. Estabeleceram-se, ainda, duas zonas: a primeira de concentração diurna, onde se encontravam os pavilhões temáticos e os pavilhões dos participantes, e a segunda de animação noturna, onde se localizavam os palcos, os restaurantes e outras áreas de animação. Mais ainda, foram criadas duas áreas de decompressão (Norte e Sul), devido ao número de visitantes que superou as previsões iniciais (Parque Expo'98, 1999).

A organização da exposição constituiu cinco pavilhões temáticos. O Pavilhão dos Oceanos, o maior aquário oceanográfico da Europa, tinha uma área expositiva de 6000 m² e recebeu 3 176 985 visitas. Localizava-se na Doca dos Olivais e pretendeu simbolizar o oceano global e a enorme diversidade do mesmo. O Pavilhão do Conhecimento dos Mares, com uma área de 5314 m², recebeu 2 571 912 visitantes e simbolizava o processo de descoberta, conhecimento e apropriação do oceano. O Pavilhão do Futuro, que servia para sensibilizar os visitantes no que toca à exploração e conversação dos mares, recebeu 2 341 489 visitas e tinha 5500 m² de área expositiva. Foi no Pavilhão da Utopia que 3 290 982 pessoas assistiram ao *Oceanos e Utopias*, um espetáculo multimédia em torno de uma viagem desde a criação do mundo até à atualidade. O Pavilhão de Portugal, pavilhão do país anfitrião, era sede dos eventos mais importantes que ocorriam dentro do recinto, tais como os Dias Nacionais ou de Honra, e recebeu 2 029 303 visitantes. A exposição do pavilhão faz referência para a relação entre o Homem e o mar em diversas épocas (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Para além destes pavilhões, importa mencionar o Pavilhão da Realidade Virtual (posteriormente encerrado e demolido), que recebeu 585 657 visitas e foi concebido para simular uma viagem virtual até às profundezas do mar. Para além dos pavilhões, foram

criadas três áreas temáticas: a Exibição Náutica, os Jardins Garcia de Orta e os Jardins da Água/Parque *Vitalis* (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999) e no que se refere à rede de transportes, esta foi criada para que ninguém tivesse de se deslocar durante mais de 300 metros a pé. Os transportes eram gratuitos e estavam disponíveis durante todo o funcionamento da exposição, ligando a porta do Sol, a porta do Mar e a porta Norte. Existiam carrinhos elétricos para alugar e, ainda, um teleférico, utilizado por mais de três milhões de pessoas, com vista panorâmica sobre todo o recinto, ligando a Torre Vasco da Gama (atual Hotel *Myriad*) ao Pavilhão dos Oceanos. Existiam, da mesma forma, dois outros serviços pagos: a subida à Torre Vasco da Gama (utilizada por cerca de 875 mil pessoas) e a entrada no Pavilhão da Realidade Virtual.

Existia, ainda, um serviço de informação assistida, localizado nas quatro portas de entrada para o público - portas do Norte, do Mar (Sul), do Sol (Oeste) e do Tejo (Leste/fluvial) – e nos três complexos multisserviços localizados juntos às Áreas Internacionais Norte e Sul e ao Pavilhão das Exposições. Para além disto, existiram painéis dinâmicos e quiosques multimédia, nos quais a informação era constantemente atualizada e onde os visitantes poderiam orientar-se no recinto e selecionar locais a visitar (Parque Expo'98, 1999).

Dentro do recinto existia, também, o Espaço Criança (acolheu cerca de sete mil crianças dos 3 aos 10 anos), o Espaço de Recolhimento Inter-religioso, salas destinadas ao apoio a bebés, serviços de cuidados médicos, de comunicação e de segurança, bancos e caixas multibanco, perdidos e achados, bombeiros, correios, depósito de bagagens, pessoas perdidas, apoio a grupos, treze lojas de artesanato, duas de publicações, uma de joalharia, três de gastronomia portuguesa, uma de vinhos, uma de música, duas de cristais e loiças, uma de medalhística, sete de material fotográfico e de vídeo, cinco tabacarias e papelarias, duas agências de viagens, uma galeria de arte, treze quiosques, quatro *self-service*, sete *take-away*, sete restaurantes tradicionais, cinco cafetarias e gelatarias, vinte e dois restaurantes tradicionais dos participantes e, por último, catorze bares da Praça Sony (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Enquadrando os principais edifícios criados, todos eles com um propósito, percebemos que a preocupação relativa à utilização posterior ao evento, que implicava pensar nos

espaços exteriores como parte do desenho urbano e nos edifícios definitivos como parte da futura área central de Lisboa, efetivamente se refletiu no futuro centro urbano metropolitano. A Gare do Oriente (atual Estação do Oriente) constituía a principal entrada (porta do Sol) e viria a polarizar o futuro Centro de Negócios. O Pavilhão dos Oceanos (atual Oceanário de Lisboa) e o Pavilhão de Portugal, transformaram a Doca dos Olivais. O Pavilhão da Utopia (atual Altice Arena) e a Área Internacional Norte (atual FIL) foram construídos como espaços aptos para a receção de grandes eventos dos mais variados tipos. Por último, o Pavilhão do Conhecimento dos Mares (atual Pavilhão do Conhecimento), o Pavilhão do Futuro (atual Casino de Lisboa) e o Teatro Camões asseguravam a componente cultural nesta parte da cidade (Parque Expo'98, 1999).

4.3.4. Logística do Evento

A operação da Expo'98 focou-se em tratar de assegurar o funcionamento, durante 132 dias e 132 noites e durante o período que antecedeu e procedeu ao evento, de todos os serviços necessários com qualidade e segurança. Como é notório, foi necessário um planeamento detalhado para que tudo funcionasse de forma eficiente e eficaz (Parque Expo'98, 1999).

Segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999), na fase pré-evento foram desenvolvidos planos operacionais, nomeadamente no que toca aos recursos humanos e materiais, de forma que todos tivessem consciência das suas responsabilidades e das tarefas que tinham de ser desempenhadas. Por outro lado, criaram-se cursos de formação e foram elaborados os planos de funcionamento dos serviços da exposição, sendo que no dia 9 de maio decorreu o ensaio geral de simulação com 60 mil visitantes convidados.

Já durante o período em que a exposição esteve aberta ao público, a responsabilidade passava a ser o correto funcionamento da mesma, direcionando o foco para manter um atendimento ao público adequado, fazer funcionar as infraestruturas e edifícios, controlar as atividades comerciais e manter a animação e as atividades. Para que tudo funcionasse acertadamente, era realizado diariamente um *briefing* às 8h pela Comissão de Operações e foi fundamental a utilização de um sistema integrado de comunicações eficaz e versátil (Parque Expo'98, 1999).

Em termos de números e segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999, p. 265), 3638 pessoas integraram a Direção Geral de Operações. No que diz respeito à formação, esta visou “criar uma forte e consistente integração no espírito e nos objectivos da EXPO'98, estimular comportamentos e atitudes de elevado padrão ético e consolidar capacidades e competências profissionais, procurando tornar cada colaborador (...) um agente veiculador da qualidade dos serviços e do sucesso da Exposição”.

Na sua totalidade, as formações abrangeram 7736 colaboradores e mobilizaram mais de 300 formadores. De um modo geral, a prestação profissional foi classificada como excelente e a qualidade do atendimento ao público e o nível dos conhecimentos demonstrados pelos colaboradores foram, por diversas vezes, mencionados como fatores positivos e de maior agrado pelo público (Parque Expo'98, 1999).

Relativamente ao projeto de voluntariado alocado à Expo'98, este recebeu 14 mil candidatos, sendo que, no final, o evento albergou um total de 1266 voluntários, na sua grande maioria jovens até aos 30 anos (Parque Expo'98, 1999).

No que toca ao atendimento, foram registados 1 982 589 pedidos de informação. Em relação ao material informativo, foram distribuídos mapas do recinto, brochuras de informação, guias de acesso, guias do dia, guias da noite e guias de restaurantes. Existiam, também, 6 postos de pessoas perdidas, 7 postos de objetos perdidos e 3 depósitos de bagagens. Foram realizadas 2724 visitas em grupo e foram atendidos 318 750 visitantes que integravam grupos sociais especiais, tais como, idosos, deficientes, programas especiais ou escolas. Em termos de assistência médica, 43 705 pessoas foram assistidas, havendo 5327 deslocações de ambulâncias (Parque Expo'98, 1999).

Em relação aos serviços técnicos, consumiram-se cerca de 600 mil m³ de água, 200 mil m³ de gás e 22 milhões de kWh de eletricidade. Foram recolhidas cerca de 6160 toneladas de resíduos sólidos urbanos. O controlo ambiental serviu para monitorizar as águas potáveis, ornamentais, residuais, de rega e da Doca dos Olivais, controlar o nível de ruído, controlar pragas de insetos e outros animais e, por fim, inspecionar edifícios e outros locais (Parque Expo'98, 1999).

No que concerne aos pavilhões temáticos, foi formada para cada um deles uma equipa constituída por um diretor e por responsáveis pelo edifício, pelos conteúdos e pelas

visitas. Ademais, foram desenvolvidos planos operacionais a partir dos quais se definiram os aspetos necessários ao funcionamento dos pavilhões. Diariamente era realizada uma reunião às 9h com todos os diretores dos pavilhões na qual eram transmitidas instruções para o dia e informações relevantes acerca da reunião da Comissão de Operações (Parque Expo'98, 1999).

No que respeita aos espetáculos, existiam dois grupos distintos. O primeiro tinha por objetivo conceber e constituir um centro de documentação e uma base de dados acerca dos espetáculos previstos e calendarizados. O segundo dava continuidade a esta função, ou seja, divulgava os espetáculos e disponibilizava a informação sobre os mesmo para o exterior. Existia, ainda, formação técnica nas áreas do som, iluminação e vídeo, tendo sido formados 126 técnicos. Organizaram-se, ainda, 289 voos com origem no estrangeiro e alojaram-se 15 348 pessoas (Parque Expo'98, 1999).

Por outro lado, foi importante definir as ações protocolares. Deste modo, estabeleceu-se que as exigências em relação às altas entidades fora do recinto seriam da responsabilidade do Protocolo de Estado, enquanto dentro do recinto seriam da responsabilidade do Protocolo Expo. Apesar disto, seriam sempre aplicadas as regras ditadas pelo cerimonial do Estado português. A porta VIP, que recebeu mais de 16 mil visitantes, foi dotada de um serviço próprio, fazendo parte um coordenador responsável e um corpo de técnicos e assistentes. Nos dias Nacionais ou de Honra existia uma sequência de acontecimentos que incluía: receção na porta VIP, Cerimónia de honras militares às bandeiras e hinos nacionais, assinatura do livro de honra, visita ao pavilhão de Portugal e ao pavilhão do participante, almoço oferecido pelo Governo português, programa cultural e outras visitas e, por fim, receção de retribuição (Parque Expo'98, 1999).

Por sua vez, as Relações Públicas encarregaram-se de preparar e acompanhar as 1237 visitas não protocolares, acolher no aeroporto 8675 artistas e convidados da exposição ou dos participantes, organizar 36 dias de Honra das empresas patrocinadoras e apoiar cerca de 100 apresentações de entidades e eventos especiais (Parque Expo'98, 1999).

Em termos de segurança, existia uma unidade responsável por garantir a segurança das pessoas e dos bens no recinto e nas zonas limitativas, colaborando com outras áreas. Em permanência fez-se uso de 370 postos de vigilância, destacando-se 670 mil horas de vigilância em espaços abertos e quase 279 mil horas em espaços fechados. Assinalaram-

se, ainda, 3753 danos em pessoas e 1083 danos em bens e instalações (Parque Expo'98, 1999).

Por último, foi assegurado alojamento conveniente e qualificado a todas as delegações dos participantes. Todas as instalações situavam-se muito perto do recinto e estavam, então, servidas de transportes regulares e dotadas de instalações de lazer e de restauração. No total, existiam 2025 camas disponíveis na Vila Expo. Para além disso, foram fretados pela organização três navios que permitiram alojar quase mais 2600 pessoas (Parque Expo'98, 1999).

4.3.5. Marketing e Comunicação

A Área PROMARK da Parque EXPO 98, SA, da qual António Mega Ferreira era o responsável, ficou encarregue não só pelos conteúdos do evento, mas também pelo marketing e pela imagem. A estratégia passou pelo foco na comunicação com os mercados que foram previamente definidos como prioritários, principalmente o mercado português, espanhol e outros europeus – alemão, francês, inglês, italiano, entre outros (Parque Expo'98, 1999).

A imagem da Expo'98 foi muito coerente e esteve sempre ligada ao tema e à universalidade da exposição. O logótipo (figura 5), concebido por Augusto Tavares Dias, representava o mar e o sol, caraterísticos de Portugal. A música oficial, *Pangea*, foi composta por Nuno Rebelo e simbolizava o encontro de culturas, de diferentes instrumentos musicais e de interpretações pessoais. A mascote (figura 6), o Gil, criada pelo pintor António Modesto e pelo escultor Artur Moreira, teve como inspiração o navegador português Gil Eanes que dobrou o Cabo Bojador, em 1434 (Parque Expo'98, 1999; Parque Expo'98, 1998).

Figura 5 - Logótipo Expo'98



Fonte: Parque Expo'98, 1999, p. 250 e 251.

Figura 6 - Gil, Mascote Expo'98



Fonte: Parque Expo'98, 1999, p. 250 e 251.

De acordo com o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999), após a criação da marca Expo'98 e da apresentação do tema, foram criadas duas campanhas publicitárias, *Bebés* e *Povos*, que representavam, respetivamente, a fonte de vida dos oceanos e o espírito de universalidade do evento. Para além disto, nacionalmente, o enfoque da comunicação recaiu sobretudo em dois públicos-alvo. Primeiramente, foi criado o programa *Oceanofilia*, que pretendia envolver o público mais jovem na exposição através de atividades lúdicas e de métodos pedagógicos. Segundamente, através de um projeto que visava apresentar a Expo'98 em cada um dos distritos portugueses, promovendo o envolvimento da população de todas as regiões do país. Ainda mais, foi criado um site dedicado à exposição (www.expo98.pt).

Adicionalmente, a organização do evento decidiu criar um Centro de Comunicação Social. A mediatização do evento foi feita de forma única e até então nunca vista, através de uma televisão, uma estação de rádio, um jornal diário e uma agência de notícias. De igual forma, existia ainda uma sala de imprensa, meios de assessoria e um auditório (Parque Expo'98, 1999).

Segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999), para cobrir a Expo'98, 6312 jornalistas estrangeiros e 5204 jornalistas portugueses pediram acreditação, perfazendo no total mais de 3000 órgãos de comunicação social. A TeleEXPO emitiu 1612 horas de programação e foram feitas 403 transmissões de televisões estrangeiras. Foram difundidas 1304 horas de rádio em Portugal e 1015 internacionalmente. O jornal diário teve mais de 17 milhões de exemplares e a Agência EXPO produziu 4105 notícias ao longo dos 132 dias de exposição.

4.3.6. Plano de Construção e Urbanização

A realização da Expo'98 contribuiu para a regeneração urbana de uma área de cerca de 340 hectares, ou seja, proporcionou a reabilitação urbanística e ambiental da área a que chamavam “zona de intervenção” (ZI), atualmente Parque das Nações. É importante referir que a exposição funcionou como um motor para todo o projeto, já que a ZI teria sempre de vir a ser reabilitada, no entanto, a mesma ofereceu o motivo perfeito para o planeamento começar a ser feito (Parque Expo'98, 1999).

Em 1993, a conceção da exposição e da urbanização da ZI arrancou. Esta zona (figura 7) era situada numa área abandonada e degradada que era ocupada por instalações insalubres e perigosas. A ZI tinha uma frente ribeirinha de aproximadamente cinco quilómetros e nela localizavam-se instalações de refinarias e depósito de combustíveis, milhares de contentores sem propósito, um matadouro sem condições de funcionamento, um depósito de material de guerra e uma lixeira (Parque Expo'98, 1999).

Figura 7 - Zona de Intervenção



Fonte: Parque Expo'98, 1999, p. 102 e 103.

Figura 8 - Fase de construção



Fonte: Parque Expo'98, 1999, p. 102 e 103.

Deste modo e segundo o relatório oficial da exposição (Parque Expo'98, 1999, p. 61), a zona próxima do recinto foi “dotada de uma nova rede de acessibilidades, permitindo a conjugação dos vários modos de transportes e das grandes infraestruturas viárias e ferroviárias (...), cuja eficácia, em termos de integração, se encontra potenciada pela (...) Gare do Oriente”. Os investimentos beneficiaram a ZI de equipamentos e infraestruturas urbanas, por forma a criar um espaço urbano de qualidade. A requalificação ambiental permitiu, assim, valorizar as singularidades da área da exposição e oferecer aos futuros utilizadores uma melhor qualidade de vida.

Já em 1994, foi aprovado o plano de conteúdos do recinto, os terrenos foram desmobilizados e libertados, os planos de urbanização avançaram, os projetos de arquitetura e engenharia foram lançados e, por fim, as obras do Oceanário arrancaram. Durante o ano de 1995 os trabalhos de planeamento foram finalizados, o projeto foi consolidado e a primeira etapa da estratégia de construção foi iniciada, centrando-se principalmente em dominar o terreno (figura 8). A segunda etapa, que deu início em

meados de 1996, focou-se na construção inicial dos edifícios, bem como as infraestruturas superficiais e os arruamentos definitivos. Por último, a terceira etapa terminou no ano da exposição (figura 9 e figura 10) e teve como objetivo a execução das instalações técnicas e os acabamentos nos edifícios e as pavimentações finais dos passeios, das praças e das restantes áreas pedonais (Parque Expo'98, 1999).

Figura 9 - Plano Urbanístico



Fonte: Parque Expo'98, 1999, p. 82 e 83.

Figura 10 - Plano Urbanístico



Fonte: Parque Expo'98, 1999, p. 98 e 99.

No que toca ao ordenamento paisagístico e urbanístico da zona, preservaram-se as zonas de maior sensibilidade ambiental, criando um enquadramento urbano de elevada qualidade, aproveitando os espaços verdes e a frente ribeirinha. Nas zonas verdes foram plantadas cerca de vinte mil árvores, favoreceram-se os percursos pedonais, criaram-se 650 000 m² de parques de estacionamento e incentivou-se o uso dos transportes públicos. No que diz respeito aos edifícios, para além dos que já foram referenciados nos subcapítulos acima, é de mencionar que foi também construído na ZI o complexo Multiusos da zona Central, atualmente o Centro Comercial Vasco da Gama (Parque Expo'98, 1999).

Os trabalhos de descontaminação dos solos ocupados pelas empresas petrolíferas foram realizados e foi instalada uma ETAR móvel que permitia a limpeza das águas subterrâneas e a reutilização dos produtos petrolíferos captados. Foi ainda selado o aterro sanitário, reconvertendo esta área numa estrutura verde, o Parque do Tejo e do Trancão. A reciclagem dos materiais foi uma das bases do projeto nas fases de demolição e construção, processados sempre com vista à reutilização como outros materiais de

construção. Ademais, evitou-se a importação de terras, recorrendo-se à mistura dos solos e materiais já existentes para preparar terra vegetal (Parque Expo'98, 1999).

Relativamente às acessibilidades, na altura a localização escolhida apresentava severos problemas e os acessos rodoviários tiveram de ser construídos de forma a não se apresentarem como um entrave ao êxito do evento. Destas intervenções destacam-se (1) a construção da ponte Vasco da Gama e acessos; (2) a construção da variante à estrada nacional 10, assegurando ligações à CRIL, à ponte Vasco da Gama, à rede rodoviária da Parque Expo 98, SA e à Avenida D. Henrique; (3) a construção do IC 16, ligando a CREL à CRIL; (4) a reconstrução de outros eixos viários da zona envolvente da Expo. Tudo isto fez com que tivessem reunidas as condições necessárias para que os visitantes pudessem usar o transporte particular para chegar à exposição (Parque Expo'98, 1999).

Por outro lado, o sistema de transportes, que tinha por base a Gare do Oriente, permitiu que os visitantes também pudessem utilizar os transportes rodoviários e ferroviários. No que toca às intervenções neste último tipo de transportes, foi construída uma nova linha de caminho de ferro de Campolide ao Pinhal Novo através da Ponte 25 de Abril e a rede de metropolitano sofreu uma extensão até ao Cais do Sodré e ao Terreiro do Paço (Parque Expo'98, 1999).

5 Metodologia

5.1. Desenho da investigação

As diversas investigações têm por hipóteses a utilização tanto de métodos de investigação quantitativos como qualitativos, sendo vários os autores que defendem cada uma destas perspetivas, conforme cada caso. Por um lado, a investigação qualitativa gera teorias, ou seja, descreve a variação de um fenómeno, situação ou problema e é, então, fundamentada na fenomenologia. Os investigadores assumem, portanto, que múltiplas realidades subjetivas podem coexistir, devem interagir com o fenómeno estudado e tendem a aplicar o modelo indutivo (Marujo, 2013). A abordagem qualitativa está ligada geralmente a informação oral ou escrita em formato de palavras ou texto, reunindo uma grande quantidade de informação acerca dos objetos de estudo da investigação (Veal, 2018).

Por outro lado, a investigação quantitativa testa teorias, isto é, quantifica a extensão da variação de um fenómeno, situação ou problema e é, por isso, fundamentada no paradigma positivista. Os investigadores assumem que existe apenas uma única realidade objetiva, tornam-se independentes das variáveis em estudo e tendem a aplicar o modelo dedutivo (Marujo, 2013). A abordagem quantitativa envolve dados numéricos e serve-se deles para retirar conclusões ou testar hipóteses (Veal, 2018).

Apesar disto, muitos autores defendem a utilização de ambos os métodos, por forma a complementar a investigação e aprofundar o conhecimento e a compreensão acerca dos assuntos que estão a ser estudados (Veal, 2018). Posto isto, e tendo em conta a problemática, esta investigação terá uma abordagem mista de métodos de investigação para a recolha e posterior análise dos dados. Deste modo, através da triangulação metodológica, os métodos irão complementar-se e as futuras limitações de um dos métodos poderão ser ultrapassadas pelas vantagens do outro e vice-versa (Veal, 2018). Também a triangulação dos intervenientes permitirá uma aproximação ao tema sob diferentes pontos de vista que ajudarão a chegar a conclusões mais robustas.

Os métodos utilizados na recolha de dados foram, então, o inquérito por questionário, destinado à Comunidade de Lisboa, e as entrevistas, aplicadas a pessoas que fizeram parte da organização e do *staff* deste megaevento. De seguida, iremos apresentá-los detalhadamente.

5.2. Ferramentas e Métodos de Investigação

5.2.1. Questionários

Uma das ferramentas utilizada para a recolha dos dados foi o inquérito por questionário, que “consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativos de uma população, uma série de perguntas” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p. 188).

As principais vantagens deste método passam pela possibilidade de quantificar um grande número de dados e de, por consequência, podermos obter diversas análises de correlação entre eles e, por fim, a representatividade que oferece. Apesar disto, pode ser notória a superficialidade nas respostas, a individualização dos inquiridos e a fragilidade da credibilidade deste método (Quivy e Campenhoudt, 1998).

O inquérito foi de administração direta, ou seja, foi o próprio inquirido a responder ao inquérito, e destinou-se à Comunidade de Lisboa e aos que, de alguma forma, estiveram ligados à cidade por outros motivos (por exemplo, profissionais) quando a Expo’98 ocorreu. O objetivo deste método foi o de conhecer a população e analisar a sua perceção quanto aos impactos do megaevento.

Determinou-se, assim, que a Comunidade de Lisboa com mais de 37 anos seria a população do estudo em causa. Foi definida esta idade devido ao facto de, em 1998, estes participantes terem, pelo menos, cerca de 15 anos, idade considerada para já terem conhecimento, consciência e perceções acerca do evento bem definidas. Deste universo, utilizou-se uma amostra aleatória para aplicar os questionários.

Através da ferramenta *Sample Size Calculator*¹, disponibilizada pela *Creative Research Systems*, realizou-se o cálculo do tamanho da amostra necessário para garantir a sua representatividade, neste caso, 196 inquiridos. Esta é uma amostra com um nível de confiança de 95% e com uma margem de erro de 7%, para um universo de 2 000 000 de indivíduos. Este valor aproximado teve por base a população residente na região de Lisboa no ano de 2001 – segundo o INE (2002), 2 661 850 pessoas – com mais de 15 anos. Apesar de se tratar de um arredondamento e de os segmentos etários terem sido balizados, a alteração do valor arbitrário do universo não iria ter consequências, isto é, se

¹ <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

variássemos o número do universo entre, por exemplo, 1 milhão e 10 milhões, o valor da amostra manter-se-ia.

Foram inquiridos, no total, 239 indivíduos, no entanto, 26 respostas foram excluídas, restando, assim, 213 inquéritos válidos (quadro 3). Esta exclusão verificou-se pelo facto dos 26 inquiridos desconhecerem totalmente a Expo'98 (1), por terem menos de 37 anos (2), por não pertencerem à Comunidade de Lisboa ou por não terem nenhuma ligação com a cidade (3).

Quadro 3 - Amostra

239 inquiridos	213 inquéritos válidos			
	26 inquéritos inválidos	Respostas excluídas pelo inquirido ...	1) Desconhecer o evento	0
			2) Ter menos de 37 anos	15
			3) Não possuir ligação com Lisboa	11

Fonte: Elaboração própria.

A partir das questões 2 (idade) e 3 (género), conseguimos traçar o perfil sociodemográfico dos respondentes. Como tal, 40% da amostra tem entre 38 e 48 anos, 39% tem entre 49 e 59 anos e 15% tem mais de 60 anos. Neste caso, os 6% que faltam nesta análise pertencem a 15 inquiridos que foram excluídos, por terem menos de 37 anos, como já referido. No que toca ao género, 64% dos inquiridos são do género feminino, enquanto 36% são do género masculino.

O questionário foi preenchido pelos inquiridos *online*, na plataforma *Google Forms*, e foi difundido nas redes sociais *Facebook*, *LinkedIn* e *WhatsApp*. Tal facto permitiu que fosse assegurado o anonimato total, custos nulos e um preenchimento mais rápido (Veal, 2018).

Seguindo as sugestões de Veal (2018) e tendo em conta que o questionário seria aplicado a uma amostra bastante genérica, tentou-se evitar linguagem especializada e de difícil compreensão, simplificar sempre que possível e evitar a incerteza e múltiplas interpretações. Tendo em conta os objetivos da investigação, optou-se por construir questões de resposta fechada, o que, na sua maioria, permitiu que os inquiridos pudessem expressar a sua opinião através da opção ou das opções com as quais se identificavam mais. Segundo o mesmo autor, desta forma, seria assegurada a rapidez e a facilidade na resposta, já que o questionário demoraria em média cerca de sete minutos a responder, bem como na análise dos dados posteriores.

Para a elaboração do questionário, foram tidos em conta outros questionários e foi necessária a implementação de pré-testes para a posterior validação final. Deste modo, primeiramente foi aplicado um pré-teste a cinco indivíduos com as mesmas características do público-alvo do inquérito. Foi contabilizado o tempo de resposta de cada um, as dúvidas e ou opiniões acerca do questionário e das próprias perguntas. Posteriormente, foi realizada uma reformulação com base nestas informações. De seguida, realizou-se novamente outro pré-teste, uma versão quase definitiva, a outros três indivíduos exatamente com os mesmos objetivos e onde foi aplicado o mesmo procedimento. Esta versão foi definida como a versão final que, por fim, foi implementada aos inquiridos.

5.2.1.1. Construção do questionário

Para se proceder à construção do questionário, estabeleceu-se um planeamento prévio que teve por base os princípios de Veal (2018) e de Johnson e Christensen (2014). Posto isto, este foi o processo:

1. Recolha de informações sobre a Expo'98 e os impactos dos megaeventos;
2. Definição do perfil dos indivíduos a inquirir;
3. Elaboração de um conjunto de questões divididas em várias secções “temáticas”;
4. Definição do tipo de resposta e do tipo de escala;
5. Definição do tipo de análise estatística a realizar;
6. Definição das instruções a acrescentar a algumas questões;
7. Definição da ordem das questões e da forma de apresentação;
8. Realização do primeiro pré-teste ao questionário;
9. Reformulação do questionário;
10. Realização do segundo pré-teste ao questionário;
11. Implementação do questionário.

5.2.1.2. Estrutura do questionário

O questionário é composto por catorze questões, divididas em três secções (Dados sociodemográficos; Impactos da Expo'98; Perceções sobre os Impactos da Expo'98) e cinco subsecções (Perceções sobre os Impactos da Expo'98 – Impactos Turísticos; Impactos Económicos; Impactos Sociais e Culturais; Impactos Físicos e Ambientais;

Impactos Políticos) – temáticas que, por sua vez, fazem parte de três dimensões distintas: quem, o quê e porquê (Veal, 2018). De uma forma global, a estrutura do questionário apresenta-se da seguinte forma:

Quadro 4 - Estrutura do questionário

Dimensões	Secções	Questões
Quem? Caraterísticas	Dados sociodemográficos	2 e 3
O quê? Comportamento	Impactos da Expo'98	1, 4 e 5
Porquê? Atitudes e Motivações	Perceções sobre os Impactos da Expo'98	6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 e 14

Fonte: Elaboração própria.

A primeira dimensão – Quem? – foca-se no perfil sociodemográfico dos inquiridos e corresponde às questões 2 e 3. Para os inquiridos que na questão 2 seleccionassem a opção “Até 37 anos” o questionário terminava. Neste caso, ambas as questões são de resposta fechada.

Q2. Idade

- ☐ Até 37 anos.
- ☐ Entre 38 e 48 anos.
- ☐ Entre 49 e 59 anos.
- ☐ Mais de 60 anos.

Q3. Género

- ☐ Feminino.
- ☐ Masculino.
- ☐ Prefiro não responder.

A segunda dimensão – O quê? – diz respeito às atividades, aos acontecimentos e aos locais, ou seja, teve por objetivo entender quais os comportamentos dos inquiridos, correspondendo, assim, às questões 1, 4 e 5. No que toca à primeira questão, os inquiridos que respondessem “Desconheço totalmente o evento” davam por terminado o questionário. Do mesmo modo, para os inquiridos que na questão 5 respondessem “Não, nunca” o questionário terminava. As questões 5.1 e 5.2 apenas se aplicavam caso os inquiridos respondessem na questão 5, respetivamente, “Atualmente sim, mas nem sempre” ou “Atualmente não, mas no passado sim.”. À semelhança da primeira dimensão, todas estas questões são de resposta fechada.

Q1. Conhece o evento Expo'98?

- ☐ Conheço e fui ao evento.
- ☐ Já ouvi falar do evento.
- ☐ Conheço, mas não fui ao evento.
- ☐ Desconheço totalmente o evento.

Q4. Trabalha no setor do Turismo e Eventos?

- ☐ Sim, sempre trabalhei no setor.
- ☐ Não, mas já trabalhei no setor.
- ☐ Nunca trabalhei no setor.

Q5. Reside, trabalha, estuda ou pratica atividades de lazer no distrito de Lisboa?

- ☐ Sim, desde sempre.
- ☐ Atualmente não, mas no passado sim.
- ☐ Atualmente sim, mas nem sempre.
- ☐ Não, nunca.

Q5.1. Desde que ano reside, trabalha, estuda ou pratica atividades de lazer no distrito de Lisboa?

- ☐ Antes de 1996.
- ☐ Entre 1996 e 2000.
- ☐ Após 2000.

Q5.2. Quando é que residiu, trabalhou, estudou ou praticou atividades de lazer no distrito de Lisboa?

- ☐ Antes de 1996.
- ☐ Entre 1996 e 2000.
- ☐ Após 2000.

Por fim, a terceira dimensão – Porquê? – que é relativa às atitudes e motivações dos inquiridos, correspondia às questões 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 e 14. Na questão 6, os inquiridos que respondessem “Não” davam por terminado o seu questionário, enquanto os restantes prosseguiam. Esta é a dimensão que apresenta um número mais variado no que toca ao tipo de resposta pretendida. As questões 6, 7, 8 e 9 são de resposta fechada, no entanto, na questão 6.1, 8 e 9 dá-se a opção de existir uma resposta aberta, por forma a dar a possibilidade aos participantes de indicarem outro tipo de impacto que considerassem relevante. Na questão 6.1 os inquiridos puderam selecionar as opções que pretendiam, sem um número mínimo ou máximo de respostas para assinalarem. A partir da questão 10 e até à questão 14, os participantes teriam de avaliar e classificar diferentes afirmações de acordo com uma escala de *likert* de cinco pontos, que variava entre o “Discordo totalmente” e o “Concordo totalmente”.

Q6. Na sua opinião, a Expo’98 causou impactos na comunidade de Lisboa?

- ☐ Sim.
- ☐ Não.

Q6.1. De que tipo?

- ☐ Impactos Turísticos
- ☐ Impactos Económicos
- ☐ Impactos Sociais e Culturais

- ☐ Impactos Físicos e Ambientais
- ☐ Impactos Políticos
- ☐ Outro: _____

Q7. Complete a seguinte afirmação: “Na minha opinião, na generalidade, foram impactos...”

- ☐ Maioritariamente positivos.
- ☐ Maioritariamente negativos.
- ☐ Não sei responder.

Q8. Na sua opinião, de entre a seguinte listagem, selecione o impacto que lhe parece ter sido o mais significativo:

- ☐ Impactos Turísticos
- ☐ Impactos Económicos
- ☐ Impactos Sociais e Culturais
- ☐ Impactos Físicos e Ambientais
- ☐ Impactos Políticos
- ☐ Outro: _____

Q9. Na sua opinião, de entre a seguinte listagem, selecione o impacto que lhe parece ter sido o menos significativo:

- ☐ Impactos Turísticos
- ☐ Impactos Económicos
- ☐ Impactos Sociais e Culturais
- ☐ Impactos Físicos e Ambientais
- ☐ Impactos Políticos
- ☐ Outro: _____

- Subsecção Impactos Turísticos

Q10. De uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente", avalie e classifique as seguintes afirmações: "O evento contribuiu para..."

1. Melhorar a imagem de Lisboa
2. Aumentar a visibilidade de Lisboa
3. Projetar o destino Lisboa
4. Criar danos na reputação de Lisboa
5. Aumentar a cobertura mediática e publicitária
6. Aumentar a promoção da cultura portuguesa

7. Aumentar excessivamente o número de turistas
8. Aumentar a deterioração da qualidade dos serviços turísticos

- Subsecção Impactos Económicos

Q11. De uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente", avalie e classifique as seguintes afirmações: "O evento contribuiu para..."

1. Criar e aumentar a oferta de emprego
2. Atrair mais investimentos
3. Aumentar a procura por serviços turísticos
4. Aumentar a oferta ao nível da restauração, do alojamento e do transporte
5. Aumentar os preços dos bens e serviços
6. Intensificar e criar oportunidades de negócio
7. Aumentar as dívidas e os impostos
8. Aumentar o consumo
9. Aumentar e melhorar a qualidade de vida
10. Gerar uma má gestão financeira
11. Aumentar a especulação imobiliária

- Subsecção Impactos Sociais e Culturais

Q12. De uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente", avalie e classifique as seguintes afirmações: "O evento contribuiu para..."

1. Criar uma imagem negativa da comunidade
2. Aumentar a interação, a coesão social e a cooperação comunitária
3. Expandir perspetivas culturais
4. Aumentar o orgulho e o espírito comunitário
5. Alterar os hábitos e os valores culturais
6. Recuperar o património histórico
7. Criar insegurança e aumentar a criminalidade
8. Destruir valores patrimoniais

- Subsecção Impactos Físicos e Ambientais

Q13. De uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente", avalie e classifique as seguintes afirmações: "O evento contribuiu para..."

1. Melhorar e criar infraestruturas locais
2. Aumentar a poluição

3. Aumentar a degradação dos ecossistemas
4. Realizar uma transformação e renovação urbana
5. Melhorar e aumentar a mobilidade e a acessibilidade
6. Aumentar a degradação de infraestruturas
7. Aumentar a preservação do património histórico e cultural de Lisboa
8. Aumentar o legado e a herança para as gerações futuras
9. Aumentar o congestionamento do tráfego
10. Aumentar a sobrelotação dos espaços

- Subsecção Impactos Políticos

Q14. De uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente", avalie e classifique as seguintes afirmações: "O evento contribuiu para..."

1. Difundir valores ou objetivos políticos
2. Aumentar o prestígio político internacional
3. Gerar uma má distribuição de fundos
4. Gerar desconfiança política

5.2.2. Entrevistas

O segundo método escolhido para complementar os dados recolhidos através do inquérito por questionário foi a entrevista. Estas “distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interação humana (...) [e] caracterizam-se por um contacto direto entre o investigador e os seus interlocutores” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p. 191-192). É através desta “troca” que o interlocutor transmite as suas perceções acerca de um acontecimento ou situação e as suas interpretações.

As vantagens desta ferramenta centram-se no facto de existir um grau de profundidade relativamente aos dados recolhidos e flexibilidade no que toca à recolha dos testemunhos e das interpretações dos entrevistados. Por outro lado, a mesma flexibilidade pode fazer com que não se consiga trabalhar sem orientações mais precisas, bem como levar a que o entrevistado assuma uma espontaneidade e o investigador uma neutralidade. Mais ainda, relativamente à análise, os dados recolhidos não são apresentados de uma forma que necessite de uma análise específica (Quivy e Campenhoudt, 1998).

Estas serão entrevistas centradas, que têm como objetivo “analisar o impacto de um acontecimento ou de uma experiência precisa sobre aqueles que a eles assistiram ou que

neles participaram” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p. 193). As entrevistas aplicaram-se a pessoas que estiveram relacionadas com o megaevento em causa, ou seja, colaboradores que faziam parte da organização do evento, *staff* do evento e colaboradores de serviços subcontratados para o evento. O objetivo deste método foi reconstruir o evento, em especial os seus impactos, através das experiências e percepções dos entrevistados.

Quanto aos participantes, foram entrevistados quatro indivíduos. Posteriormente, foram-lhes atribuídos números de um a quatro, aleatoriamente, por forma a facilitar a sua identificação durante o processo de análise, mantendo o anonimato. O primeiro entrevistado trabalhava, inicialmente, no departamento de voluntariado e, já perto da abertura do evento, passou a integrar o departamento das operações. O segundo entrevistado pertencia ao departamento de planeamento e gestão urbanística, sendo que no pós-evento continuou em funções. Por sua vez, o terceiro entrevistado era colaborador na agência de publicidade responsável pela campanha internacional de meios da Expo’98 e esteve diretamente implicado no planeamento deste projeto antes, durante e no pós-evento. Por último, o quarto entrevistado fazia parte do departamento de Relações Públicas e Protocolo, tendo um vínculo maior com a área do Protocolo e, por consequência, com as visitas de Estado.

Posto isto, a entrevista foi semiestruturada, ou seja, não era totalmente aberta, no entanto, também não existiam perguntas precisas. A investigadora dispunha de perguntas-guia, deixando que o entrevistado falasse abertamente, servindo estas apenas para colocar as questões e reencaminhar a entrevista para os objetivos centrais da investigação. As entrevistas tiveram uma duração de cerca de 20 a 25 minutos, foram realizadas através da plataforma *Zoom*, devido à situação pandémica atual, e foram gravadas com o consentimento dos entrevistados.

Tal como no questionário, o primeiro guião construído para a entrevista sofreu várias alterações, originando diversas versões discutidas com a equipa de orientação.

5.2.2.1. Construção da entrevista

Para se proceder à construção do guião da entrevista, estabeleceu-se um planeamento prévio que teve por base os princípios de Veal (2018) e de Johnson e Christensen (2014), usados também para a construção do questionário. Posto isto, este foi o processo:

1. Recolha de informações sobre a Expo'98 e os impactos dos megaeventos;
2. Definição do perfil dos indivíduos a entrevistar;
3. Elaboração de um conjunto de questões;
4. Definição do tipo de análise a realizar;
5. Definição da ordem das questões e da forma de apresentação;
6. Realização do primeiro pré-teste ao guião da entrevista;
7. Reformulação do guião da entrevista;
8. Implementação da entrevista.

5.2.2.2. Estrutura do guião da entrevista

O guião da entrevista é composto por dez questões, divididas nas mesmas dimensões que serviram de base ao questionário: quem, o quê e porquê (Veal, 2018).

À semelhança dos questionários, a estrutura do guião da entrevista apresenta-se dividida em várias secções. Desta forma, existe uma questão inicial que corresponde ao perfil sociodemográfico do entrevistado, neste caso, a função que desempenhava aquando da Expo'98 e a área ou o departamento a que pertencia. Estes dados iniciais servem apenas como um auxílio para a futura análise, não sendo nunca divulgado um cargo em específico. Posteriormente, foram feitas nove questões às quais os entrevistados responderam, a partir das suas opiniões e percepções.

1. Considera que a Expo'98 causou impactos em Lisboa? De que forma?
2. Considera que houve algum impacto que se destacou positiva ou negativamente?
3. O impacto foi medido? De que forma?
4. Pensa que houve alguma preocupação com a comunidade? De que forma?
5. Na sua opinião, quais foram os principais contributos e limitações a destacar neste evento?
6. Considera que o evento foi importante para a projeção e promoção do destino Lisboa? De que forma?
7. Na sua opinião, quais os principais legados que o evento deixou?
8. Como ou de que forma avalia a Expo'98?
9. Tem algo mais que gostaria de acrescentar?

Esta foi elaborada como a versão principal do guião da entrevista; posteriormente, este modelo foi adaptado para cada entrevistado em concreto, sempre que necessário, de modo a direccionar de uma melhor forma as questões.

6 Análise e Discussão dos Resultados

6.1. Perfil da Comunidade de Lisboa

Conhecer o perfil da comunidade de Lisboa, especificamente na altura do evento, era um dos objetivos desta investigação. Desta forma, tentámos entender os comportamentos desta comunidade através das questões 1, 4 e 5 do questionário.

Posto isto, a primeira questão (figura 11) era relativa ao evento Expo'98. De entre os 239 inquiridos, a sua larga maioria (85%) conhecia o megaevento e participou no mesmo. Dos restantes, 14% disse conhecer a Expo'98, no entanto, não foi ao evento e apenas 1% já tinha ouvido falar do evento, demonstrando somente um conhecimento superficial acerca da Expo'98. Havia, ainda, uma última opção de resposta, “Desconheço totalmente o evento” e, no caso de esta resposta ser a selecionada, o questionário terminaria para o inquirido. Esta apresentou um resultado nulo, sendo que nenhum inquirido foi excluído por não preencher os requisitos da amostra.

Figura 11 - Questão 1

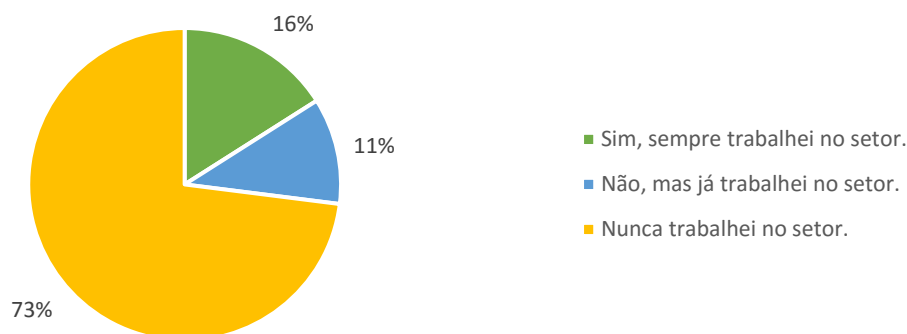


Fonte: Elaboração própria.

Por outro lado, quisemos perceber quais dos inquiridos tinham alguma ligação laboral ao setor do Turismo e Eventos (figura 12). Por consequência da questão três e pelo não preenchimento dos requisitos necessários, foram excluídas 15 respostas e, por isso, na questão quatro apenas tínhamos 224 respostas válidas. Como tal, do total de inquiridos, 73% nunca trabalhou no setor, 11% não trabalha atualmente, mas já trabalhou e, por fim, 16% sempre trabalhou.

Figura 12 - Questão 4

Q4. Trabalha no setor do Turismo e Eventos?



Fonte: Elaboração própria.

Por último, constatou-se, através da pergunta cinco, representada no quadro 5, que a generalidade dos inquiridos (62%) reside, trabalha, estuda ou pratica atividades de lazer no distrito de Lisboa desde sempre. Mais ainda, 20% atualmente tem esta ligação com a cidade de Lisboa, apesar de nem sempre ter tido, sendo que cerca de 50% destes estabeleceram esta ligação antes de 1996, 33% apenas após 2000 e os restantes entre estas datas. Por outro lado, 13% dos inquiridos encontram-se na situação inversa, isto é, atualmente não, mas em alguma parte da sua vida tiveram esta ligação com o distrito. Destes, 38% teve esta ligação antes de 1996, 31% só após 2000 e os restantes 31% entre estas datas. A última opção, destinada aos inquiridos que nunca tiveram nenhuma relação com Lisboa, representa 5% das respostas, portanto, o inquérito terminava para estes respondentes por não preencherem este requisito.

Quadro 5 - Questão 5

Q5. Reside, trabalha, estuda ou pratica atividades de lazer no distrito de Lisboa?				
Sim, desde sempre.	62%			
Atualmente sim, mas nem sempre.	20%	Q5.1. Desde que ano reside, trabalha, estuda ou pratica atividades de lazer no distrito de Lisboa?	Antes de 1996	52%
			Entre 1996 e 2000	15%
			Após 2000	33%
Atualmente não, mas no passado sim.	13%	Q5.2. Quando é que residiu, trabalhou, estudou ou praticou atividades de lazer no distrito de Lisboa?	Antes de 1996	38%
			Entre 1996 e 2000	31%
			Após 2000	31%
Não, nunca.	5%			

Fonte: Elaboração própria.

O atual perfil da comunidade inquirida remete-nos para alguns dados na altura em que o evento se realizou. Estes dados permitem-nos, assim, caracterizar esta comunidade e perceber quais os seus comportamentos, por forma a completar e corroborar os dados já analisados no capítulo quatro, no qual se analisou e descreveu turística e geograficamente Lisboa na altura da realização da Expo'98. Na sua pluralidade, a comunidade conhece a Expo'98 e foram muitas as pessoas que participaram na exposição. Para além disso, há uma apenas uma parte reduzida, cerca de $\frac{1}{4}$ dos inquiridos, que releva um vínculo laboral em alguma parte da sua vivência com a área do Turismo e dos Eventos, o que faz com que estes inquiridos possam ter uma visão mais profunda sobre o evento em estudo. Por fim, a comunidade dispõe de uma ligação clara com Lisboa em algum momento da vida, correspondendo a cerca de 95% do total de inquiridos.

6.2. Perceção da Expo'98 e dos seus Impactos

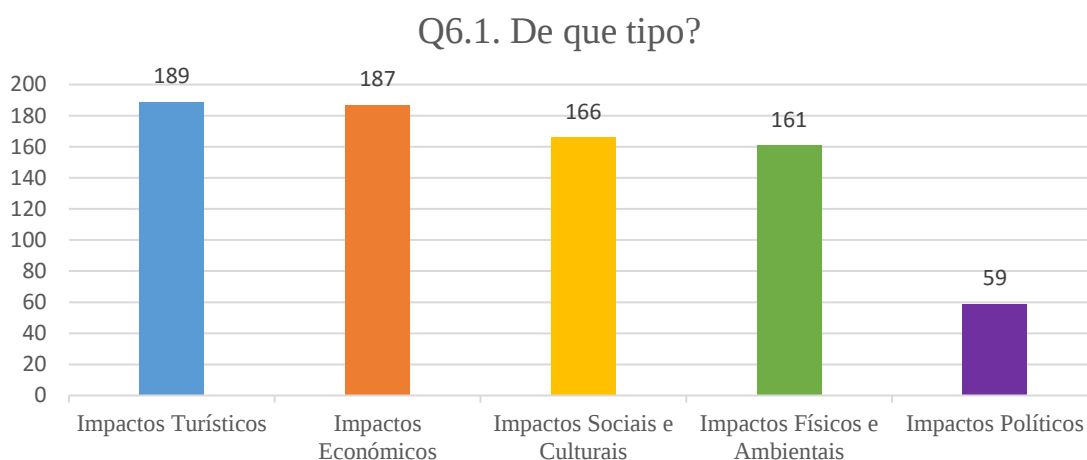
Outro dos objetivos desta investigação prende-se com a exploração das perceções acerca da Expo'98. Por essa razão, procurámos entender e analisar a perceção dos intervenientes no estudo acerca do megaevento e dos seus impactos na comunidade anfitriã inicialmente através das questões 6, 7, 8 e 9 do inquérito.

A pergunta seis era relativa aos impactos da Expo'98. Perguntávamos, então, se, na opinião do inquirido, este evento tinha causado impactos na comunidade de Lisboa. Quase na sua totalidade, 99% dos inquiridos afirmaram que sim, enquanto apenas uma resposta correspondeu a “Não” (1%). Desta forma, o inquérito terminou para este respondente, pois, na sua opinião, o evento não teve quaisquer repercussões na comunidade o que impossibilitava a resposta às restantes questões.

Ainda relacionada com a questão anterior, os inquiridos tinham posteriormente de selecionar na questão 6.1. quais eram os tipos de impactos que, na sua opinião, efetivamente se verificaram (figura 13). Neste caso, os respondentes podiam selecionar diferentes opções, sem um número máximo imposto, ou ainda sugerir outras opções de tipos de impacto. Conseguimos, então, perceber que os inquiridos pensam que os impactos foram maioritariamente turísticos e económicos. Mais ainda, e com um resultado também significativo, encontram-se os impactos sociais e culturais e os impactos físicos e ambientais. Por outro lado, os impactos políticos são aqueles que, na

opinião dos inquiridos, são menos relevantes. Existiram duas sugestões de outros tipos de impactos: impactos urbanísticos e impactos promocionais. Tendo em conta a análise da literatura feita nos capítulos anteriores e por forma a existir uma coerência nos dados, foi decidido agrupar ambas as sugestões a outros grupos de impactos, por se tratar de nomenclaturas diferentes para uma mesma coisa. Posto isto, os “impactos urbanísticos” foram contabilizados como impactos físicos e ambientais e os “impactos promocionais” foram contabilizados como impactos turísticos, acrescentando mais uma resposta a cada uma destas opções.

Figura 13 - Questão 6.1



Fonte: Elaboração própria.

Do mesmo modo, colocámos uma pergunta semelhante aos entrevistados: “Considera que a Expo’98 causou impactos em Lisboa? De que forma?”. Unanimemente, os entrevistados concordam que este evento causou impactos das mais variadas formas em Lisboa e, consequentemente, na sua comunidade. Os impactos mais mencionados pelos entrevistados foram: (1) Transformação e renovação urbana da área da Expo; (2) Criação de infraestruturas; (3) Melhoria e aumento da mobilidade e da acessibilidade no distrito de Lisboa; (4) Criação de postos de trabalho; (5) Aumento do turismo; (6) Aumento da oferta ao nível do alojamento, do comércio, dos transportes, da habitação e dos serviços turísticos; (7) Expansão de perspetivas culturais; (8) Aumento do orgulho comunitário e nacional; (9) Mudança positiva nos hábitos culturais e na mentalidade (forma de estar, de atitude); (10) Projetar e dar visibilidade a Portugal e a Lisboa. Assim, podemos afirmar que, segundo a perceção dos entrevistados, os impactos mais notórios foram os físicos e

ambientais e os económicos, seguidos pelos impactos sociais e culturais e pelos impactos turísticos.

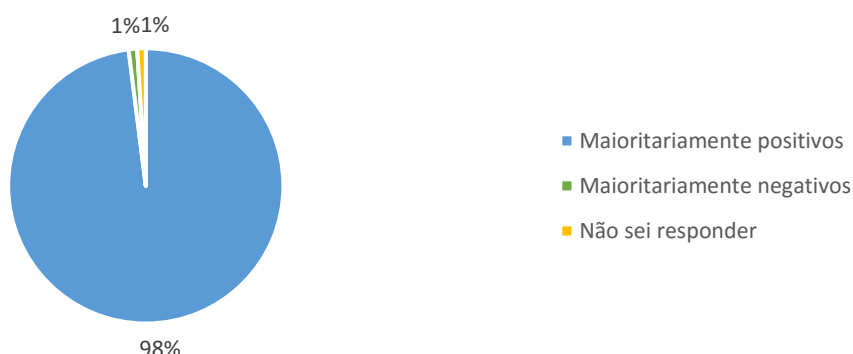
Mais ainda, quando lhes foi perguntado se consideravam que algum impacto se tinha destacado de forma positiva ou negativa (pergunta dois), os entrevistados tiveram opiniões distintas. Para o entrevistado 1 e 2, apesar de existirem muito poucos impactos negativos, estes frisaram: (1) os gastos excessivos que aconteceram e que ficaram a cargo essencialmente do Estado português; (2) a especulação imobiliária que se viveu no pós-Expo e que é uma condição que nos dias de hoje ainda se verifica; (3) a construção mal concebida da Marina; (4) os projetos inacabados ou que ficaram por se concretizar, muitas vezes por falta de organização e de gestão de tempo. Por outro lado, para os entrevistados 3 e 4, os impactos negativos foram bastante reduzidos, sendo que ambos afirmaram que os poucos fatores negativos nunca se sobrepuseram aos benefícios trazidos pelo megaevento.

É importante ressaltar que, nesta questão, os entrevistados acabaram por se focar principalmente em fatores menos positivos, visto que na primeira pergunta da entrevista todos eles tiveram uma tendência naturalmente positiva, mencionando os impactos que, na opinião dos próprios, foram os principais contributos deste acontecimento. Apesar disso, os entrevistados acrescentaram aos fatores positivos anteriormente mencionados o facto de a organização do megaevento ter feito um aproveitamento quase total de todos os edifícios e infraestruturas construídos, tendo tirado partido daquilo que puderam, evitando, desta forma, um eventual “desperdício”.

Por sua vez, com a questão sete do inquérito por questionário procurou-se entender se, na opinião dos inquiridos, os impactos eram maioritariamente positivos ou negativos, dando ainda a hipótese de não saberem responder, assinalando essa opção. Como podemos observar pela figura 14, quase a totalidade dos inquiridos afirmam novamente que os impactos foram, na generalidade, positivos. Quanto aos restantes, 1% considera que foram negativos e 1% alega não saber responder.

Figura 14 - Questão 7

Q7. Complete a seguinte afirmação: "Na minha opinião, na generalidade, foram impactos..."

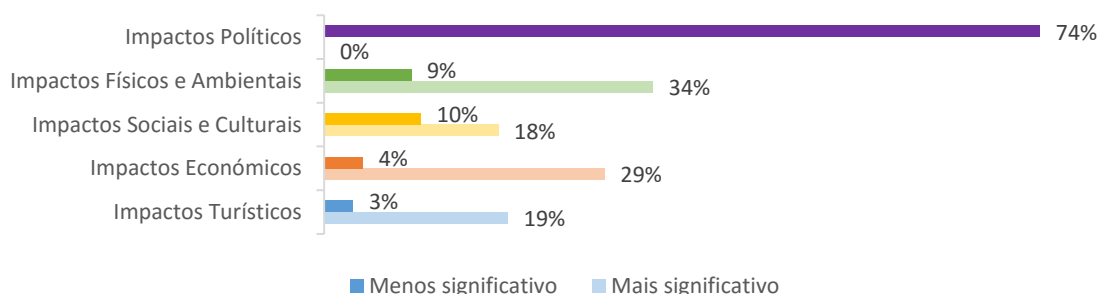


Fonte: Elaboração própria.

Demos, também, a possibilidade aos inquiridos de na questão oito e nove selecionarem qual dos impactos lhe parecia ter sido o mais e o menos significativo (figura 15). Neste caso, percebemos que os impactos políticos são considerados de uma forma clara pouco relevantes, visto serem aqueles que obtiveram uma percentagem alta e de destaque para o impacto menos significativo e uma percentagem nula para o impacto mais significativo. Para além disso, os impactos físicos e ambientais e os económicos são tidos em conta pelos entrevistados como os mais significativos, com 34% e 29%, respetivamente. Relativamente aos impactos menos significativos, todos se estabeleceram com percentagens relativamente baixas, à exceção daquele supracitado.

Figura 15 - Questão 8 e 9

Q8/9. Na sua opinião, de entre a seguinte listagem, selecione o impacto que lhe parece ter sido o ...



Fonte: Elaboração própria.

Durante as entrevistas perguntámos, também, se os entrevistados achavam que o impacto tinha sido medido e de que forma (pergunta três). Os quatro entrevistados responderam

que sim, de facto, o impacto foi medido. Para além de mencionarem dois estudos, um feito pela Universidade Nova de Lisboa e outro pelo Turismo de Portugal, os entrevistados fizeram referência ao relatório oficial da Expo'98, elaborado pela Parque Expo com o objetivo de ser entregue ao BIE. Mais ainda, o entrevistado 1 e entrevistado 4 afirmaram que a própria organização do evento media esse impacto, por exemplo, através de questionários de satisfação e avaliações de qualidade em relação à exposição e a serviços que estavam relacionados com a mesma e através de medições constantes do número de pessoas que se encontravam num determinado momento e num dado local da exposição, como e o porquê. O entrevistado 3, que tinha uma função relacionada com as campanhas de meios da Expo'98, relata que o impacto foi medido, por exemplo, ao nível do reconhecimento da marca Expo'98, da aceitação do Gil (mascote do evento) e do número de comunicações que foram feitas antes, durante e no pós-evento.

Na pergunta quatro das entrevistas, questionava-se se, na opinião dos entrevistados, houve alguma preocupação com a comunidade e, se sim, de que forma. As respostas foram distintas; no entanto, podemos afirmar que, na maioria, os entrevistados pensam que sim, de facto, houve essa preocupação. Os entrevistados 2 e 3 afirmam que esta preocupação começou logo muito antes de a Expo'98 ter aberto as suas portas, ou seja, na sua projeção e construção e na reabilitação do atual Parque das Nações. As pessoas que viviam no espaço onde o megaevento foi realizado foram totalmente realojadas e para outras que viviam nas comunidades locais mais próximas do Parque das Nações foram desenvolvidas muitas campanhas de comunicação, por forma a pedir desculpas pelos trabalhos de construção realizados, pelos transtornos causados ou pelo ruído. A transformação urbana que acabou por acontecer devido ao evento beneficiou em grande parte as comunidades, visto que era uma área degradada em condições verdadeiramente débeis, onde não existia dignidade ou vida humana. O entrevistado 3 acrescenta que foi com a realização destas intervenções urbanas de grande dimensão para este evento que acabou por passar a existir o respeito e a preocupação com as pessoas por parte de organismos e de entidades públicas que, até então, era quase nula. Já o entrevistado 4, apesar de achar que não houve uma preocupação muito clara com a comunidade, partilha desta mesma opinião. Por fim, o entrevistado 1 pensa que esta preocupação com a comunidade muitas vezes não foi de uma forma óbvia ou direta, ou seja, acabou por ser

uma consequência daquilo que a organização precisasse que acontecesse para a realização do evento, no entanto, esta foi a grande beneficiária com toda a operação.

Foi na pergunta cinco das entrevistas que os entrevistados foram questionados acerca das limitações e dos contributos que a Expo'98 originou. Na realidade, os entrevistados não acrescentaram muitas informações para além daquilo que já tinha sido falado nas questões anteriores. Apesar disso, todos concordaram que o evento não teve grandes limitações, frisando os impactos positivos que mencionaram na primeira pergunta, e o entrevistado 3 acrescenta que a equipa diretiva e de organização do evento estava muito empenhada e muito consciente daquilo que estava a acontecer. Ademais, três dos entrevistados referiram que os *budgets* foram realmente a maior limitação com a qual se debateram. Em termos de contributos, o entrevistado 4 mencionou a atração de talento para trabalhar na exposição, os salários competitivos, a criação de comércio, o investimento nos transportes e nas redes urbanas e a aposta na cultura e no lazer.

Na última pergunta das entrevistas, os entrevistados tiveram a oportunidade de avaliar o evento Expo'98. Globalmente, as respostas foram todas bastante positivas. Descrito como um evento espetacular, extraordinário, maravilhoso, inacreditável e importantíssimo para Portugal, a Expo'98 foi “o evento”. Teve por base um plano muito bem delineado que acabou por se concretizar, excedendo todas as expectativas, quebrando barreiras e criando a oportunidade de ver “o mundo inteiro em Lisboa”. A Expo'98 foi, para estes entrevistados, um evento marcante na história do país e que, enquanto partes integrantes da organização do mesmo, lhes trouxe um enorme sentimento de orgulho e de realização pessoal inimaginável.

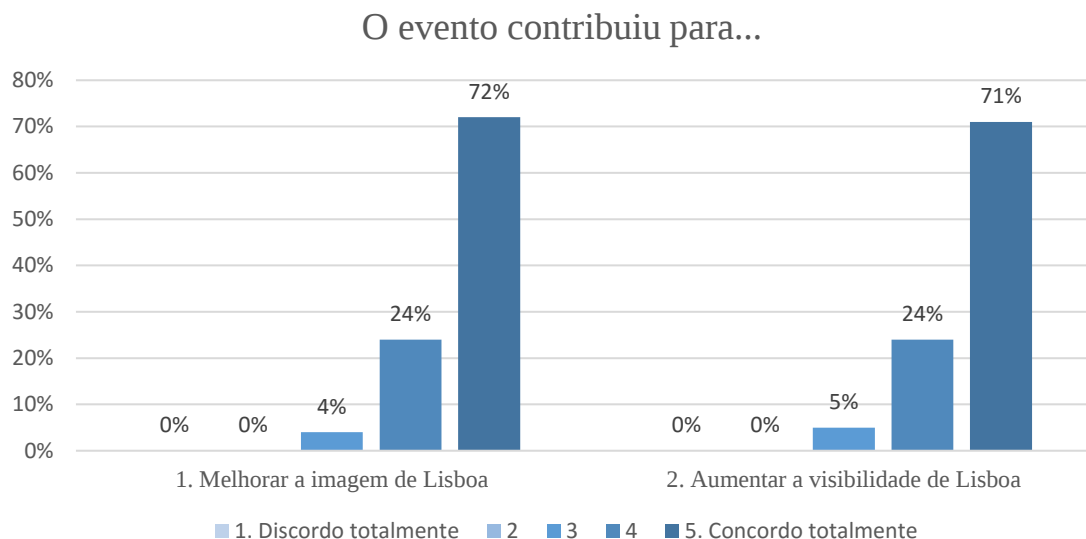
6.2.1. Impactos Turísticos

As perceções dos inquiridos relativas aos impactos turísticos foram as primeiras a ser tidas em conta, de maneira a tentar-se compreender quais destes seriam limitações ou contributos do megaevento em estudo. Nesta parte do inquérito, pretendia-se que os inquiridos avaliassem uma série de afirmações segundo uma escala de 1 a 5, em que 1 correspondia a "Discordo totalmente" e 5 correspondia a "Concordo totalmente".

As duas primeiras afirmações estão representadas de uma maneira bastante semelhante na figura 16. Podemos perceber pelos resultados que mais de 70% dos entrevistados

“concordam totalmente” com o facto de a Expo’98 ter contribuído para melhorar a imagem de Lisboa e, ao mesmo tempo, para aumentar a visibilidade de Lisboa.

Figura 16 - Questão 10, afirmação 1 e 2

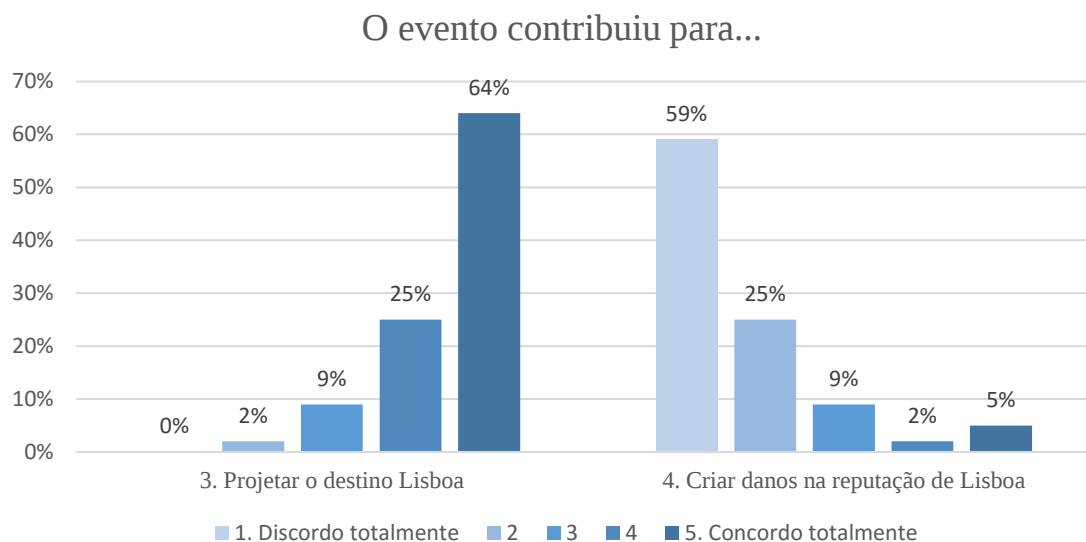


Fonte: Elaboração própria.

Relativamente às afirmações três e quatro, estas revelaram resultados opostos que podem ser observados na figura 17. Mais de metade dos inquiridos assume que o evento contribuiu para projetar o destino Lisboa. Pelo contrário, cerca de 60% dos inquiridos discorda do facto de o evento ter beneficiado a criação de danos na reputação de Lisboa, ou seja, estes acham que o impacto na reputação da cidade foi realmente positivo.

Por forma a tentar compreender melhor a importância da realização da Expo’98 para a projeção e promoção de Lisboa, questionámos, também, durante as entrevistas qual era a opinião dos entrevistados no que toca a este assunto (pergunta seis). Segundo os entrevistados, este impacto foi mais evidente na altura, visto que até então Portugal era apenas conhecido entre os turistas maioritariamente pelo Algarve. O evento contribuiu para abrir portas a Lisboa e a Portugal, para a criação de uma nova perspetiva de uma cidade e de um país mais moderno e, também, para “colocar Lisboa no mapa e colocar o mundo na cabeça dos Lisboetas”.

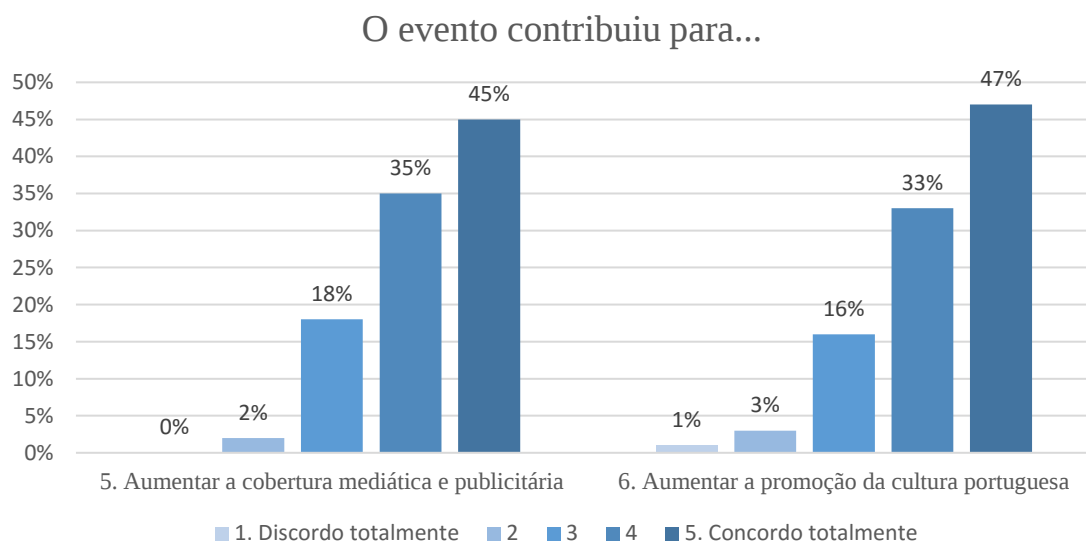
Figura 17 - Questão 10, afirmação 3 e 4



Fonte: Elaboração própria.

Na figura 18 estão descritos os resultados das opiniões dos inquiridos face às afirmações cinco e seis. Tanto para uma questão, como para a outra, 80% dos respondentes declaram que concordam parcialmente ou totalmente com o facto de a Expo'98 ter contribuído não só para aumentar a cobertura mediática e publicitária, mas também para aumentar a promoção da cultura portuguesa.

Figura 18 - Questão 10, afirmação 5 e 6

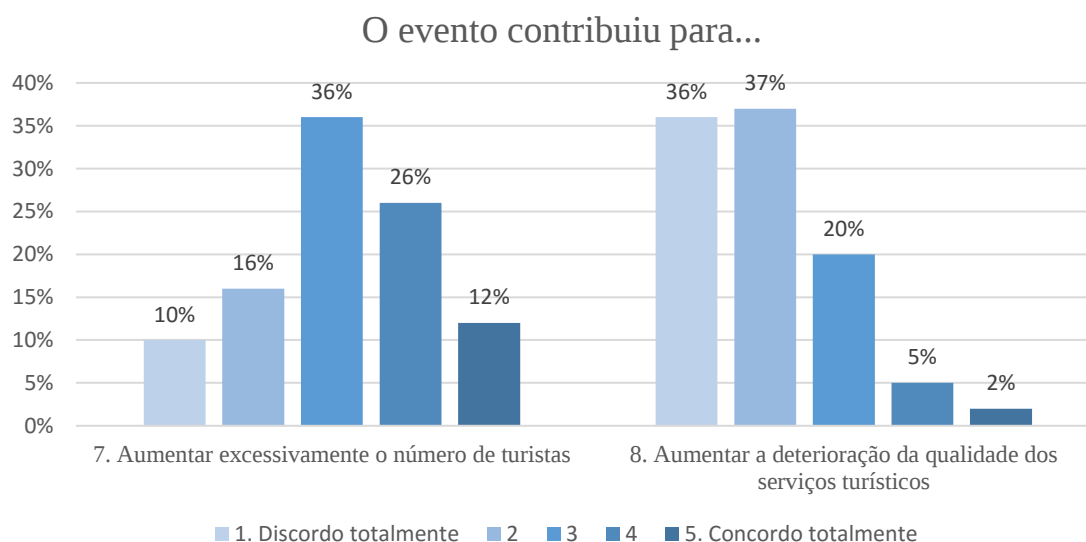


Fonte: Elaboração própria.

A maior parte dos respondentes evidenciaram, como podemos comprovar na figura 19, que não têm uma opinião muito definida quanto à afirmação sete. Não obstante, as respostas revelam uma tendência, visto que 38% dos inquiridos assumem concordar com

o consequente aumento excessivo do número de turistas face ao evento, comparando com 26% que afirmam discordar do mesmo. Pelo contrário, 73% dos inquiridos dizem discordar totalmente ou parcialmente do facto de a Expo'98 ter contribuído para o aumento da deterioração da qualidade dos serviços turísticos, o que significa que a qualidade dos mesmo se manteve ou aumentou.

Figura 19 - Questão 10, afirmação 7 e 8



Fonte: Elaboração própria.

Em suma, apresentamos no quadro 6 os contributos e as limitações da Expo'98, de acordo com a avaliação das afirmações por parte dos inquiridos, quanto a este tipo de impactos (apreciação a partir da moda verificada para cada pergunta).

Quadro 6 - Impactos Turísticos da Expo'98

O evento contribuiu para...	Classificação Final	
1. Melhorar a imagem de Lisboa	5	Contributo total
2. Aumentar a visibilidade de Lisboa	5	Contributo total
3. Projetar o destino Lisboa	5	Contributo total
4. Criar danos na reputação de Lisboa	1	Não contributo
5. Aumentar a cobertura mediática e publicitária	5	Contributo total
6. Aumentar a promoção da cultura portuguesa	5	Contributo total
7. Aumentar excessivamente o número de turistas	3	-
8. Aumentar a deterioração da qualidade dos serviços turísticos	2	Não contributo

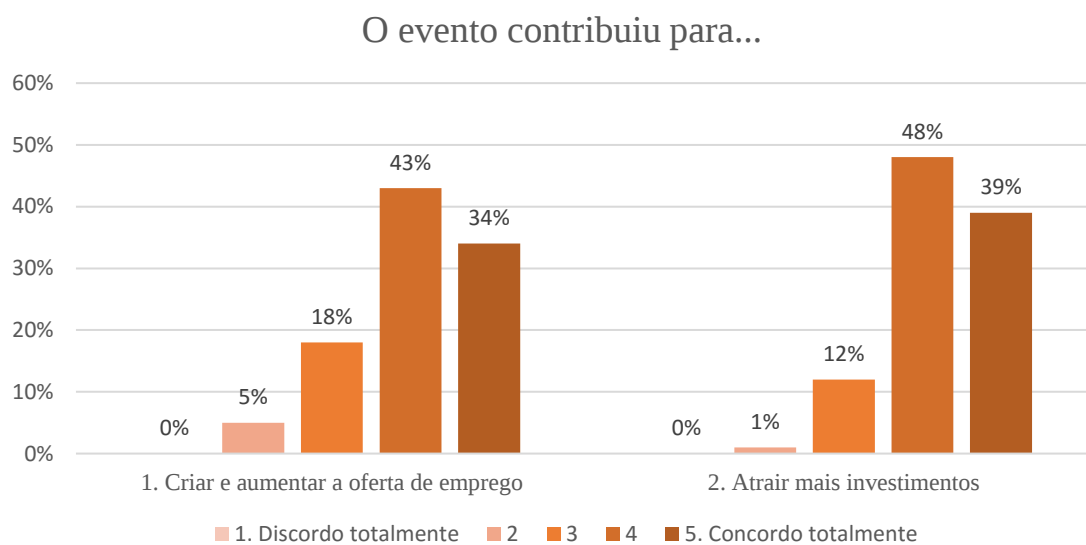
Fonte: Elaboração própria.

6.2.2. Impactos Económicos

Seguidamente, os inquiridos puderam evidenciar as suas perceções relativas aos impactos económicos. Da mesma forma, procurámos saber quais dos impactos poderão ter sido mais positivos ou mais negativos através da avaliação de várias expressões, por parte dos inquiridos, segundo uma escala de 1 a 5, em que 1 correspondia a “Discordo totalmente” e 5 correspondia a “Concordo totalmente”.

Na figura 20 podemos constatar que os resultados das duas primeiras afirmações são idênticos: 77% dos inquiridos acredita que a criação e a oferta de emprego foram um dos contributos da Expo’98, sendo que a maior parte destes (43%) disse concordar parcialmente com a afirmação e 34% afirmou concordar totalmente. Quanto à atração de mais investimentos, os respondentes demonstram, também, concordar com este benefício, visto que 48% concorda parcialmente com a afirmação e 39% concorda totalmente.

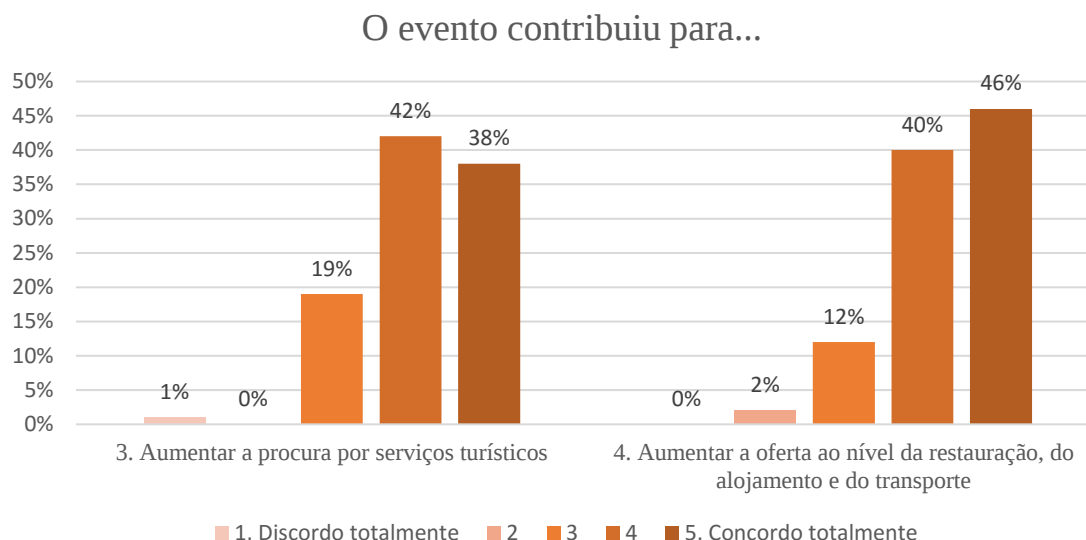
Figura 20 - Questão 11, afirmação 1 e 2



Fonte: Elaboração própria.

No que toca à afirmação três (figura 21), entendemos que as respostas mais frequentes foram “concordo parcialmente” (42%) e “concordo totalmente” (38%) com o facto de a procura por serviços turísticos ser encarada como um contributo do evento em causa. Relativamente ao aumento da oferta ao nível da restauração, do alojamento e dos transportes, 46% e 40% dos respondentes, respetivamente, alegam concordar totalmente e concordar parcialmente com esta afirmação.

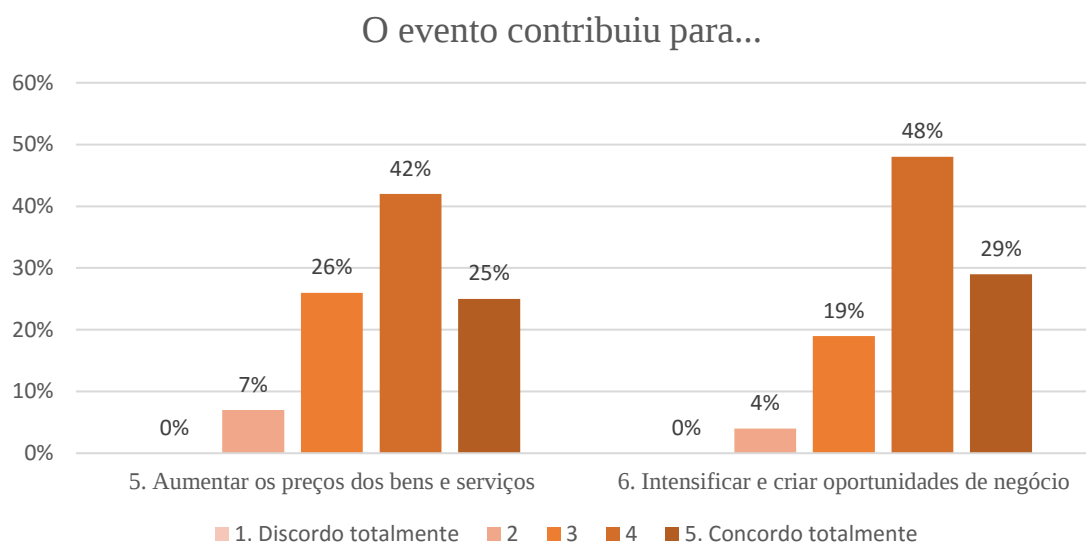
Figura 21 - Questão 11, afirmação 3 e 4



Fonte: Elaboração própria.

Por sua vez, considerando a figura 22 e no que diz respeito à afirmação cinco, a maioria dos inquiridos (42%) concordam parcialmente com o facto de a Expo'98 ter contribuído para o aumento dos preços dos bens e serviços. Ademais, cerca de 50% dos respondentes acabou por se dividir entre as opções de resposta “não concordo nem discordo” e “concordo totalmente”. Quanto à afirmação seis, 48% dos inquiridos afirmou concordar parcialmente com o facto de a Expo'98 ter contribuído para intensificar e criar oportunidades de negócio e 29% diz concordar totalmente com o mesmo.

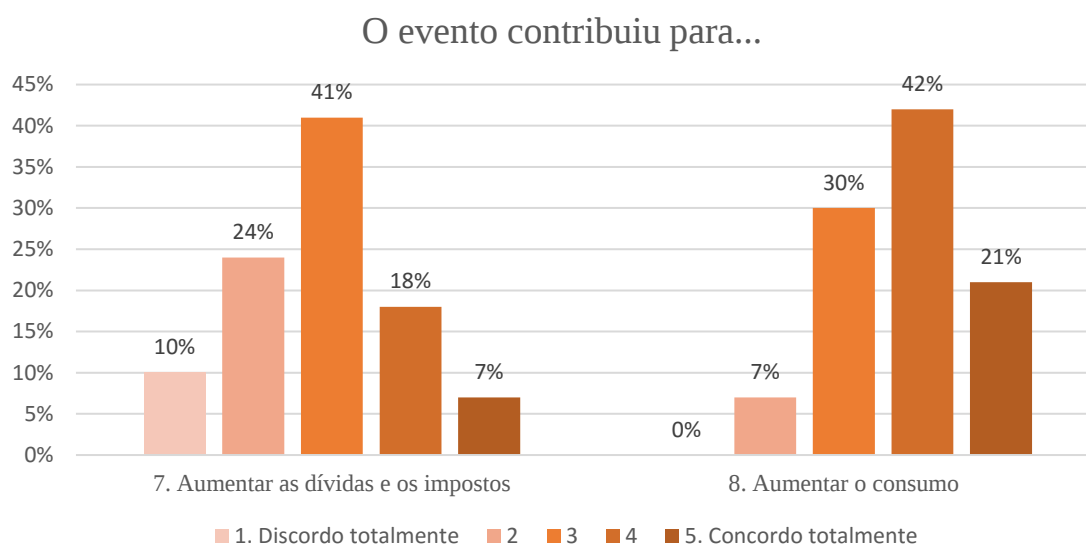
Figura 22 - Questão 11, afirmação 5 e 6



Fonte: Elaboração própria.

Os dados correspondentes às afirmações sete e oito estão representados na figura 23. Apesar de a resposta mais frequente, face à afirmação sete, ter sido “Não concordo nem discordo” (41%), os resultados revelam uma orientação negativa, dado que 34% dos inquiridos diz discordar totalmente ou discordar parcialmente do facto de o evento ter contribuído para o aumento das dívidas e dos impostos. Tendo em vista o aumento do consumo, 42% dos inquiridos considera concordar parcialmente com este contributo por parte da Expo’98. Já o segundo valor mais frequente (30%) corresponde à opção “Não concordo nem discordo”.

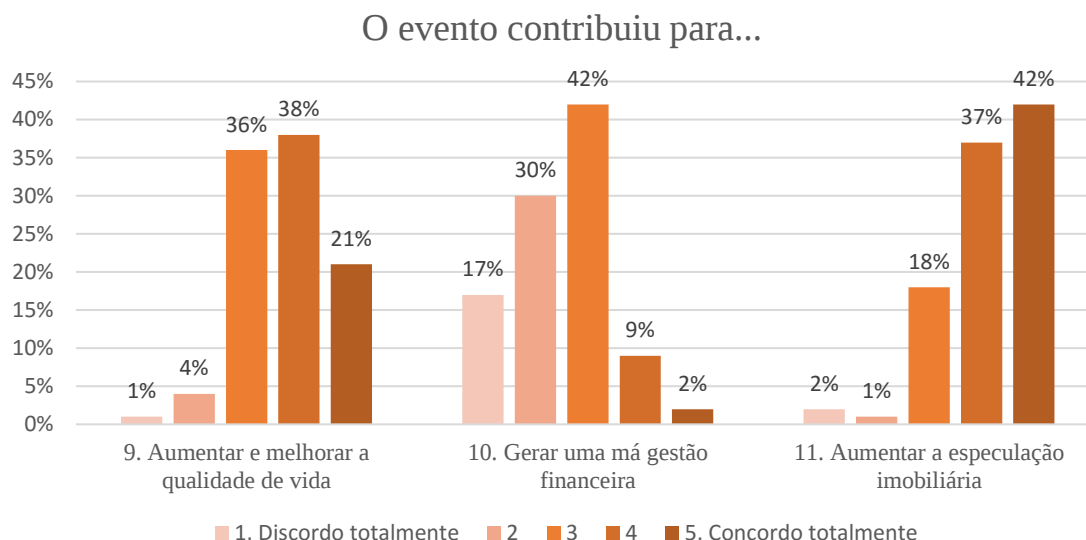
Figura 23 - Questão 11, afirmação 7 e 8



Fonte: Elaboração própria.

Por fim, na figura 24 podemos analisar as últimas afirmações desta categoria apresentadas no inquérito por questionário. Na generalidade, a afirmação nove e onze apresentam uma tendência positiva, ao contrário da afirmação dez. No que concerne à afirmação nove, 38% dos inquiridos revela concordar parcialmente com a afirmação (aumentar e melhorar a qualidade de vida) e 36% não concorda nem discorda da mesma. Quanto à má gestão financeira, 42% dos respondentes afirma não concordar nem discordar desta limitação, no entanto, percebemos que 30% e 17% dos mesmos, respetivamente, dizem discordar parcialmente e discordar totalmente da afirmação. A maioria dos inquiridos (42%) concorda totalmente que a especulação imobiliária aumentou devido à Expo’98, sendo que 37% declara apenas “concordar parcialmente” com esta afirmação.

Figura 24 - Questão 11, afirmação 9, 10 e 11



Fonte: Elaboração própria.

Como forma de resumo, apresentamos no quadro 7 os contributos e as limitações da Expo'98, de acordo com a avaliação das afirmações por parte dos inquiridos quanto a este tipo de impactos (apreciação a partir da moda verificada para cada pergunta).

Quadro 7 - Impactos Económicos da Expo'98

O evento contribuiu para...	Classificação Final	
1. Criar e aumentar a oferta de emprego	4	Contributo parcial
2. Atrair mais investimentos	4	Contributo parcial
3. Aumentar a procura por serviços turísticos	4	Contributo parcial
4. Aumentar a oferta ao nível da restauração, do alojamento e do transporte	5	Contributo total
5. Aumentar os preços dos bens e serviços	4	Limitação parcial
6. Intensificar e criar oportunidades de negócio	4	Contributo parcial
7. Aumentar as dívidas e os impostos	3	-
8. Aumentar o consumo	4	Contributo parcial
9. Aumentar e melhorar a qualidade de vida	4	Contributo parcial
10. Gerar uma má gestão financeira	3	-
11. Aumentar a especulação imobiliária	5	Limitação total

Fonte: Elaboração própria.

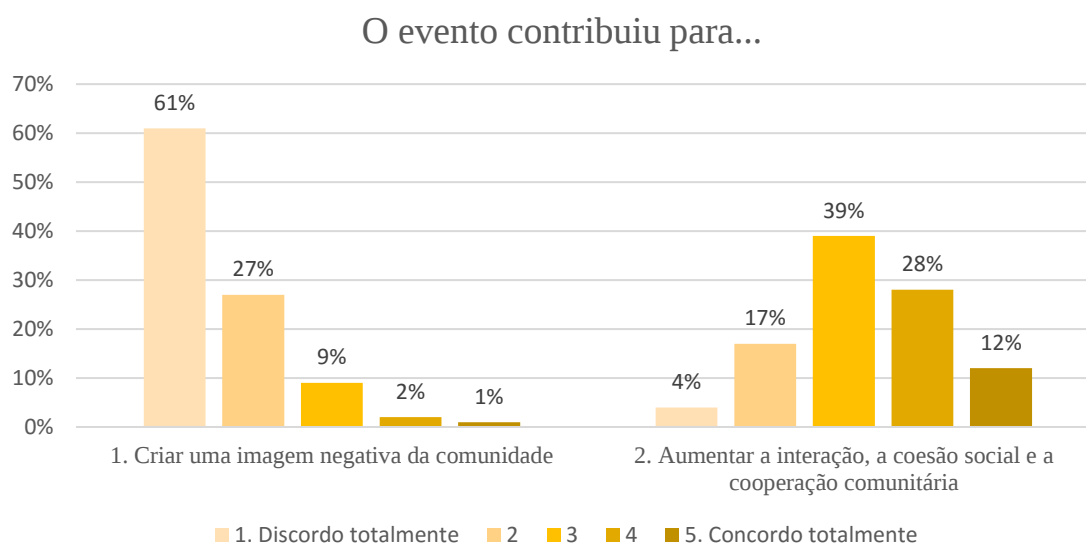
6.2.3. Impactos Sociais e Culturais

Por outro lado, era importante, também, conhecer os impactos socioculturais da Expo'98 e quais as perceções dos inquiridos sobre os mesmos. Mais uma vez, os inquiridos

avaliaram algumas frases segundo uma escala de 1 a 5, em que 1 correspondia a "Discordo totalmente" e 5 correspondia a "Concordo totalmente".

No que toca à primeira expressão apresentada, mais de 60% dos inquiridos assumem que o evento não criou uma imagem negativa da comunidade portuguesa. Por sua vez, a afirmação dois dividiu as opiniões. A maior parte dos respondentes diz não concordar nem discordar do facto de o aumento da interação, da coesão social e da cooperação comunitária ter sido um dos contributos da Expo'98. Apesar disto, conseguimos entender, através da observação da figura 25, que existe um sentido mais positivo nesta questão, dado que 40% concorda totalmente ou parcialmente com a afirmação.

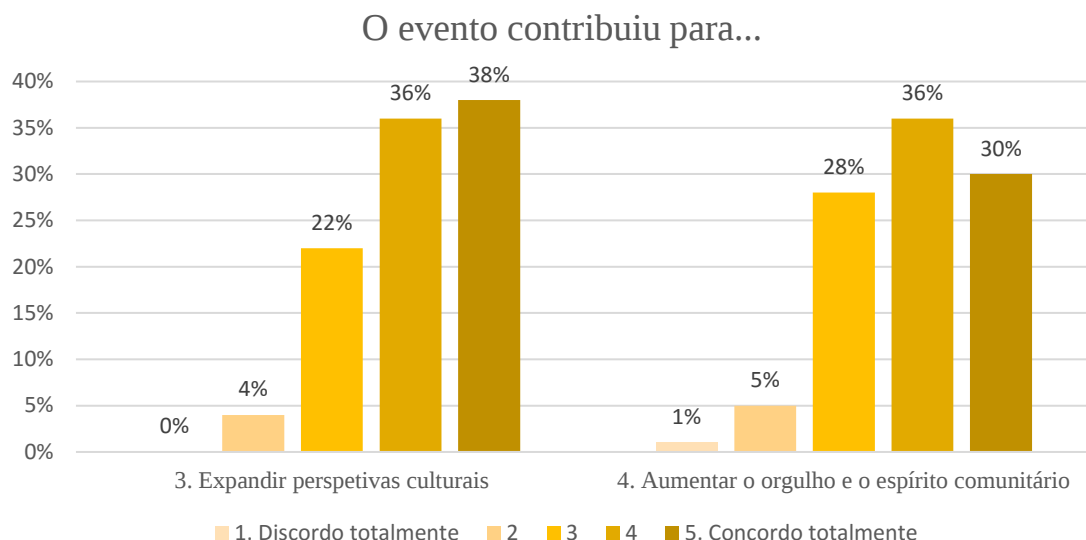
Figura 25 - Questão 12, afirmação 1 e 2



Fonte: Elaboração própria.

Na figura 26 podemos notar que os resultados da afirmação três e quatro são idênticos. Aproximadamente $\frac{3}{4}$ dos respondentes afirma concordar totalmente ou parcialmente com a contribuição do evento para a expansão de perspetivas culturais. Do mesmo modo, mais de 65% dos participantes no estudo dizem, também, concordar totalmente ou parcialmente com o facto de a Expo'98 ter contribuído para aumentar o orgulho e o espírito comunitário.

Figura 26 - Questão 12, afirmação 3 e 4



Fonte: Elaboração própria.

Para 38% dos inquiridos, segundo a figura 27, a afirmação cinco é dúbia, isto é, os inquiridos não concordam nem discordam da contribuição do evento face à alteração dos hábitos e dos valores culturais. Todavia, 36% dos respondentes avaliam a mesma afirmação com o valor quatro, o que significa que concordam parcialmente. Os resultados da questão seis refletem que a amostra concorda parcialmente com a frase “O evento contribuiu para recuperar o património histórico”, porém, 27% da mesma evidência não concordar nem discordar com a mesma.

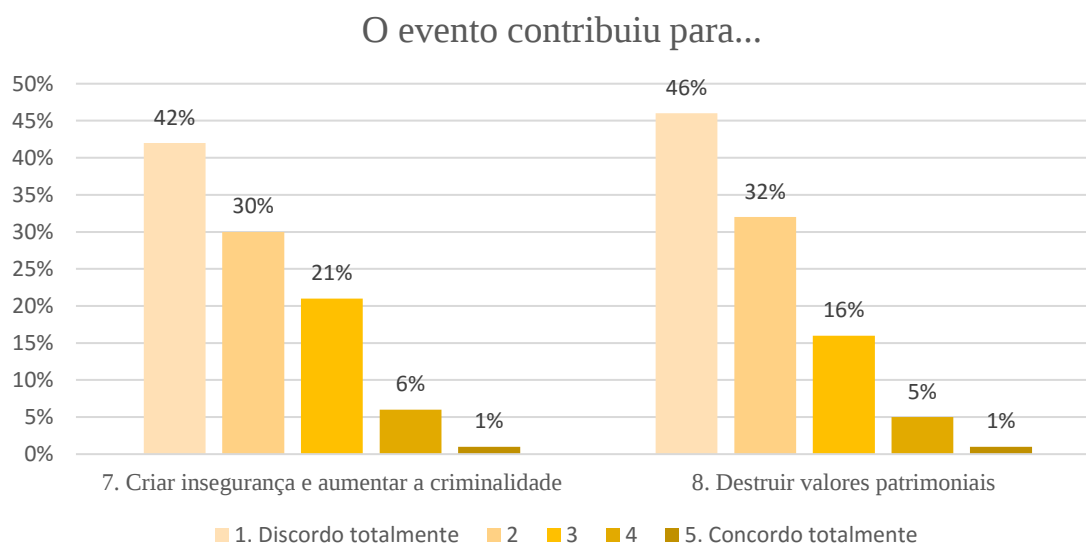
Figura 27 - Questão 12, afirmação 5 e 6



Fonte: Elaboração própria.

Por último, as expressões sete e oito apresentam dados equivalentes, na figura 28. De uma forma clara, 72% e 78% dos inquiridos, respetivamente, dizem que a Expo'98 não criou insegurança nem aumentou a criminalidade e, também, não destruiu valores patrimoniais, discordando totalmente ou parcialmente deste facto.

Figura 28 - Questão 12, afirmação 7 e 8



Fonte: Elaboração própria.

Sintetizando, apresentamos no quadro 8 os contributos e as limitações da Expo'98, de acordo com a avaliação das afirmações por parte dos inquiridos, quanto a este tipo de impactos (apreciação a partir da moda verificada para cada pergunta).

Quadro 8 - Impactos Sociais e Culturais da Expo'98

O evento contribuiu para...	Classificação Final	
1. Criar uma imagem negativa da comunidade	1	Não contributo
2. Aumentar a interação, a coesão social e a cooperação comunitária	3	-
3. Expandir perspetivas culturais	5	Contributo total
4. Aumentar o orgulho e o espírito comunitário	4	Contributo parcial
5. Alterar os hábitos e os valores culturais	3	-
6. Recuperar o património histórico	4	Contributo parcial
7. Criar insegurança e aumentar a criminalidade	1	Não contributo
8. Destruir valores patrimoniais	1	Não contributo

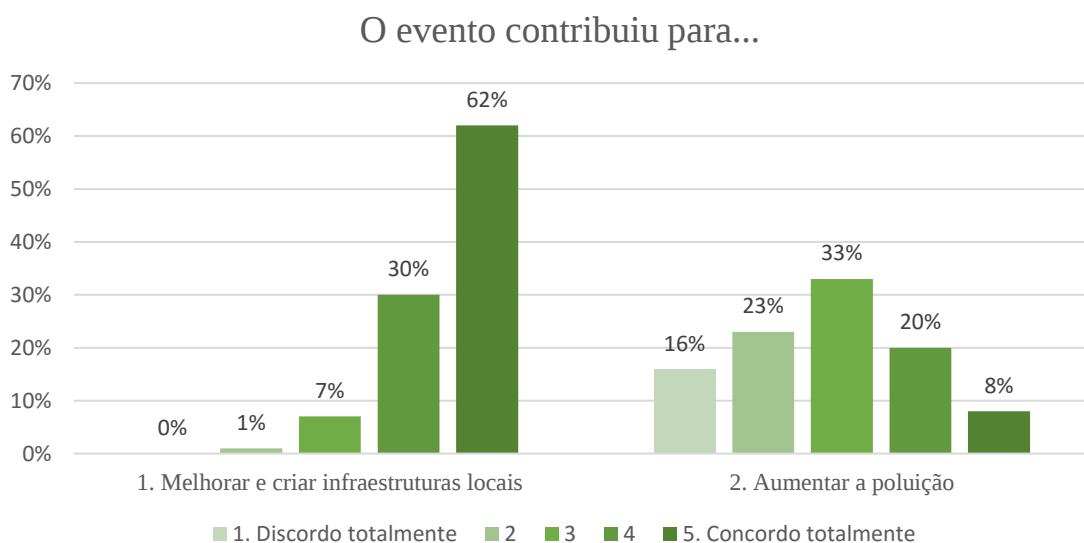
Fonte: Elaboração própria.

6.2.4. Impactos Físicos e Ambientais

Mais ainda, procurou-se analisar os impactos físicos e ambientais através das percepções dos inquiridos. À semelhança dos impactos anteriores, esta análise foi realizada de acordo com a avaliação dos inquiridos a várias constatações, segundo uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente".

As duas primeiras afirmações estão espelhadas na figura 29. Sem grandes dúvidas, 62% dos inquiridos afirmar concordar totalmente com a primeira afirmação e 30% diz concordar parcialmente com este contributo. No âmbito da temática da poluição, as opiniões dividem-se face ao contributo do evento para o aumento da mesma: 33% considera não concordar nem discordar da afirmação, 23% diz discordar parcialmente, 20% afirma concordar parcialmente, 16% alega discordar totalmente e apenas 8% assume concordar totalmente.

Figura 29 - Questão 13, afirmação 1 e 2



Fonte: Elaboração própria.

No que toca à afirmação três, 30% dos respondentes manifestam não concordar nem discordar com o aumento da degradação dos ecossistemas enquanto consequência da Expo'98. Não obstante, segundo a figura 30, 20% e 29% dos inquiridos dizem discordar totalmente e discordar parcialmente, respetivamente. Quanto à transformação e renovação urbana, 65% dos respondentes concorda totalmente que esta foi uma

consequência positiva do evento. Mais ainda, nenhum dos inquiridos atribuiu uma cotação negativa na avaliação desta frase.

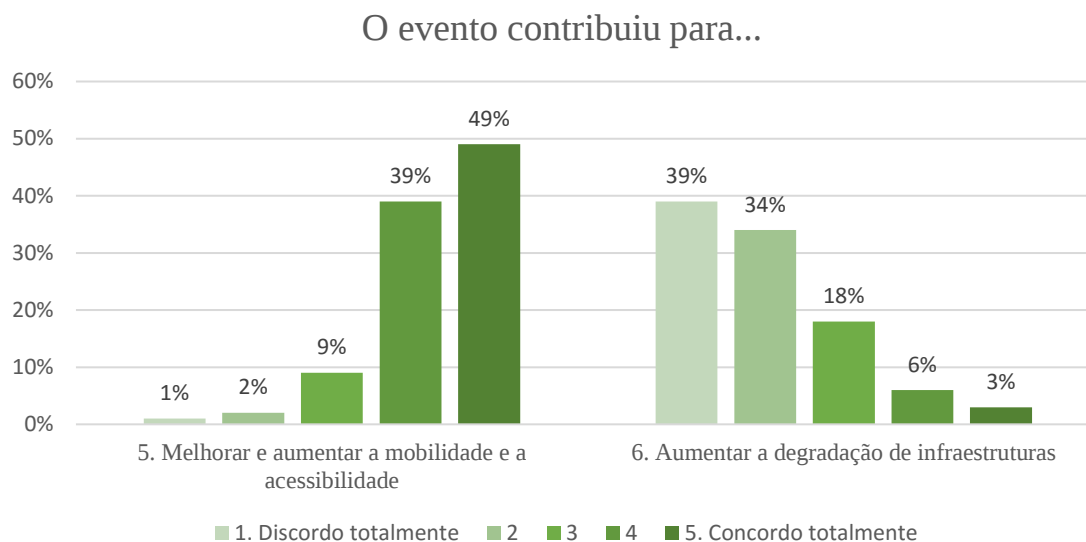
Figura 30 - Questão 13, afirmação 3 e 4



Fonte: Elaboração própria.

Relativamente à mobilidade e à acessibilidade, a maioria dos inquiridos pensa que a melhoria destes fatores foi um dos contributos do evento. Como podemos observar pela figura 31, 49% da amostra concorda totalmente com a afirmação e 39% concorda parcialmente com a mesma. No que concerne à degradação de infraestruturas, 39% e 34% dos inquiridos, respetivamente, discordam totalmente e discordam parcialmente que este tenha sido uma das limitações da Expo'98.

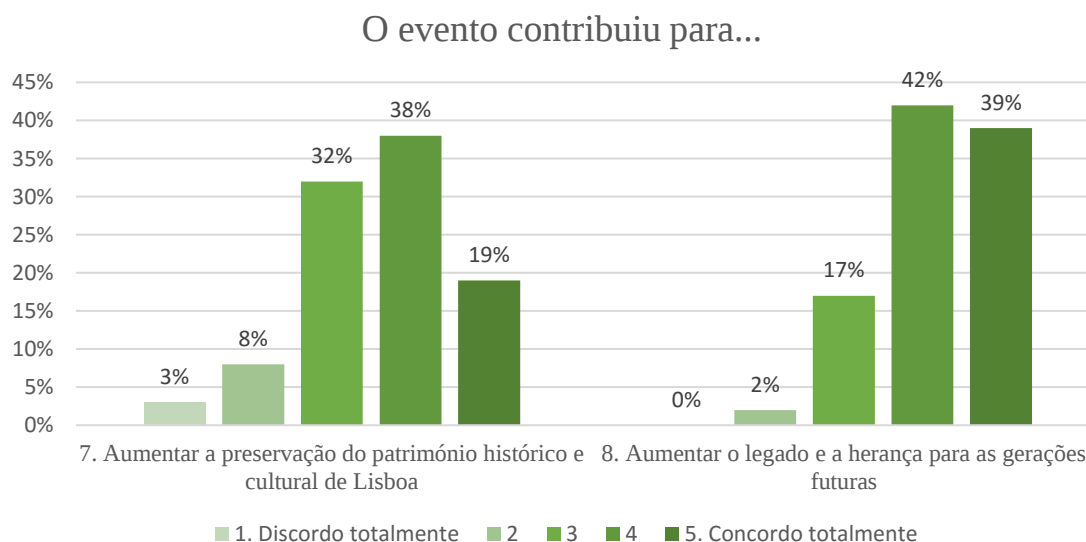
Figura 31 - Questão 13, afirmação 5 e 6



Fonte: Elaboração própria.

Na afirmação sete (figura 32), 38% dos respondentes mostra concordar parcialmente com o facto do evento ter contribuído para aumentar a preservação do património histórico e cultural de Lisboa e 32% não concorda nem discorda deste facto. No que se refere à afirmação oito, de uma forma clara, 42% dos inquiridos revela que concorda parcialmente com a mesma e 39% afirma concordar totalmente, encarando o legado e a herança para as gerações futuras como um dos contributos da Expo'98.

Figura 32 - Questão 13, afirmação 7 e 8

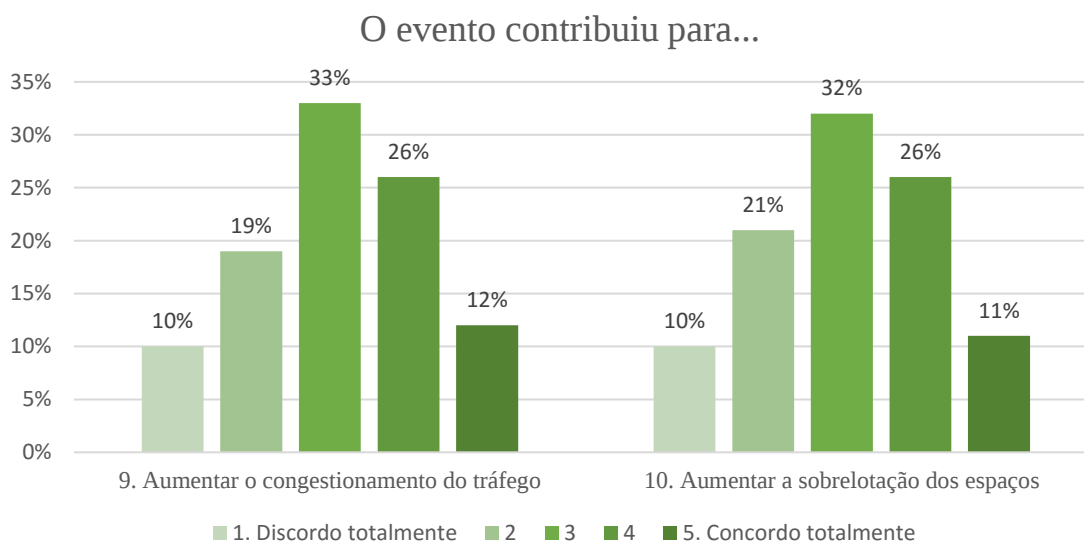


Fonte: Elaboração própria.

Identificar a percepção dos intervenientes no estudo sobre os legados da Expo'98 era outro objetivo a concretizar com a presente investigação. Deste modo, tentámos, também, entender este facto através da pergunta sete das entrevistas: “Na sua opinião, quais são os principais legados que o evento deixou?”. Foram indicados pelos entrevistados os seguintes legados: (1) Liberdade e criação; (2) Mudança e abertura de mentalidades; (3) Efeitos da transformação e reabilitação urbana; (4) Expo'98 e Lisboa como um caso de sucesso dentro deste tipo de eventos; (5) Sentimento de orgulho nacional e comunitário; (6) Projetar Portugal para o mundo; (7) Apostar em setores como a cultura, o comércio, a habitação, a hotelaria, entre outros.

Na última figura desta categoria (figura 33) estão representadas as afirmações nove e dez, com resultados bastante idênticos e, por consequência, a leitura do mesmo é praticamente igual. A maior parte dos respondentes diz não concordar nem discordar do aumento do congestionamento do tráfego e do aumento da sobrelotação dos espaços face ao acontecimento em estudo. No entanto, percebemos, também, que os dados assumem uma tendência negativa, visto que mais de 35% dos inquiridos, em ambas as afirmações, afirma concordar totalmente ou concordar parcialmente com os factos apresentados no inquérito.

Figura 33 - Questão 13, afirmação 9 e 10



Fonte: Elaboração própria.

Simplificando, apresentamos no quadro 9 os contributos e as limitações da Expo'98, de acordo com a avaliação das afirmações por parte dos inquiridos, quanto a este tipo de impactos (apreciação a partir da moda verificada para cada pergunta).

Quadro 9 - Impactos Físicos e Ambientais da Expo'98

O evento contribuiu para...	Classificação Final	
1. Melhorar e criar infraestruturas locais	5	Contributo total
2. Aumentar a poluição	3	-
3. Aumentar a degradação dos ecossistemas	3	-
4. Realizar uma transformação e renovação urbana	5	Contributo total
5. Melhorar e aumentar a mobilidade e acessibilidade	5	Contributo total
6. Aumentar a degradação de infraestruturas	1	Não contributo
7. Aumentar a preservação do património histórico e cultural de Lisboa	4	Contributo parcial
8. Aumentar o legado e a herança para as gerações futuras	4	Contributo parcial
9. Aumentar o congestionamento do tráfego	3	-
10. Aumentar a sobrelotação dos espaços	3	-

Fonte: Elaboração própria.

6.2.5. Impactos Políticos

Por último, tentámos entender as perceções dos inquiridos no que toca aos impactos políticos e ao que podia ou não ter sido um contributo ou uma limitação da Expo'98. À semelhança dos outros tipos de impactos, o objetivo era avaliar diversas afirmações, segundo uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a "Discordo totalmente" e 5 corresponde a "Concordo totalmente".

Quanto à primeira afirmação (figura 34), os respondentes revelam opiniões bastante divididas, sendo que quase metade dos mesmos diz não concordar nem discordar do facto de um dos contributos do evento ter sido a difusão de valores ou objetivos políticos. Já a afirmação dois apresenta uma tendência positiva, isto é, 58% dos inquiridos assume concordar totalmente ou parcialmente com o facto de o evento ter contribuído para o aumento do prestígio político internacional, no entanto, 31% declara não concordar nem discordar da afirmação apresentada.

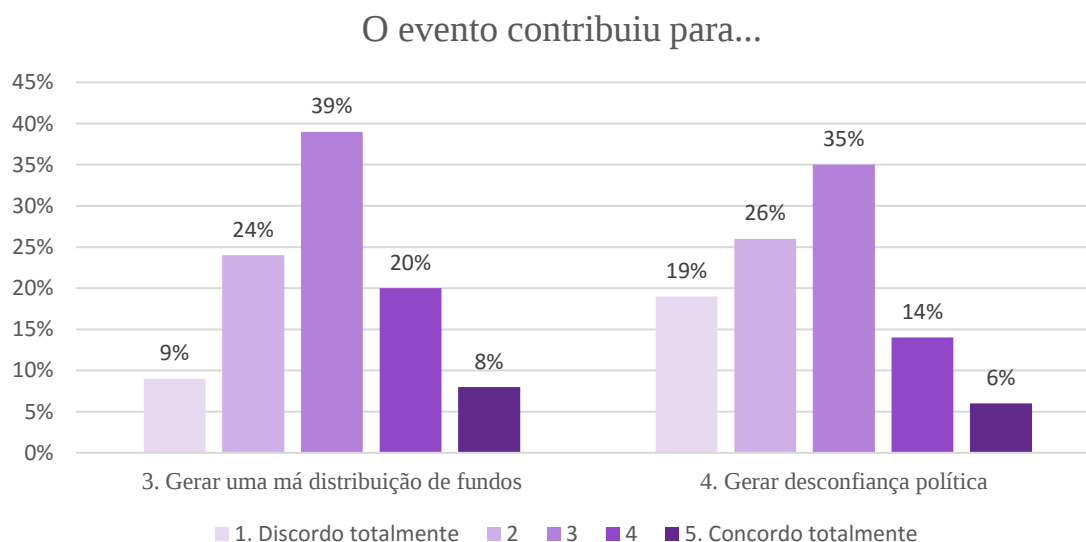
Figura 34 - Questão 14, afirmação 1 e 2



Fonte: Elaboração própria.

Por sua vez, a afirmação três e quatro demonstram resultados similares na figura 35. De um modo geral, os inquiridos afirmam não concordar nem discordar com o facto de o evento ter contribuído para gerar uma má distribuição de fundos e para gerar desconfiança política. Contudo, ambas as questões manifestam uma predisposição mais positiva, visto que 33% e 45% da amostra, respetivamente, optaram por discordar totalmente ou parcialmente da frase três e quatro.

Figura 35 - Questão 14, afirmação 3 e 4



Fonte: Elaboração própria.

Recapitulando, apresentamos no quadro 10 os contributos e as limitações da Expo'98, de acordo com a avaliação das afirmações por parte dos inquiridos, quanto a este tipo de impactos (apreciação a partir da moda verificada para cada pergunta).

Quadro 10 - Impactos Políticos da Expo'98

O evento contribuiu para...	Classificação Final	
1. Difundir valores ou objetivos políticos	3	-
2. Aumentar o prestígio político internacional	4	Contributo parcial
3. Gerar uma má distribuição de fundos	3	-
4. Gerar desconfiança política	3	-

Fonte: Elaboração própria.

7 Considerações Finais

7.1. Conclusões

Como já referido, os megaeventos acabam por gerar impactos, transformando a comunidade e o local que os recebem (Sebastião e Lemos, 2016). Através desta investigação procurou-se, por um lado, perceber os megaeventos e quais os impactos que estes podem gerar e, por outro, entender a percepção que a comunidade de Lisboa tem dos impactos da Expo'98 - o estudo de caso. Tais aspetos irão proporcionar diferentes reflexões sobre a forma como se relacionam e como são percecionados.

Tendo em conta a questão de partida levantada no início, *Qual a percepção da comunidade de Lisboa em relação aos impactos da Expo'98?*, várias questões específicas foram exploradas de forma a tentar responder de uma maneira clara ao problema em estudo, orientando a investigação em causa. De seguida, são discutidos os vários resultados.

Em relação ao perfil da comunidade de Lisboa, esta conhece a Expo'98 e, na sua maioria, participaram no evento. Sensivelmente 25% da amostra analisada exerce funções ligadas ao Turismo e aos Eventos e 95% possui uma ligação com a cidade de Lisboa, podendo esta ser por motivos de residência, profissionais, académicos ou de lazer.

No que toca à percepção da comunidade acerca da Expo'98, podemos perceber, não só pelos resultados expressos nos inquéritos, mas também pelo testemunho dos entrevistados, que, globalmente, foi um evento muito positivo e que possuiu uma enorme importância, peso e dimensão, tanto para a própria comunidade anfitriã, como para Portugal. É quase unânime que foi um evento que causou impactos maioritariamente positivos na cidade de Lisboa, sendo os impactos turísticos os mais notórios e, por outro lado, os impactos políticos os menos significativos.

Para além disso, os respondentes encaram que, efetivamente, foram deixados legados para as gerações futuras, sendo que os mais mencionados foram os efeitos da transformação e da reabilitação urbana do Parque das Nações, a mudança e abertura de mentalidades, o sentimento de orgulho nacional, a projeção do nome de Lisboa e de Portugal e a aposta em setores e áreas menos desenvolvidas. Como já referido, a herança dos megaeventos torna-se um elemento de avaliação no que toca ao seu desempenho, afetando o modo como a organização e os investidores pensam o próprio evento.

Posto isto, os atributos e benefícios associados à Expo'98, para além dos já mencionados, estão espelhados no quadro 11:

Quadro 11 - Atributos e benefícios da Expo'98

Atributos e Benefícios	
• Aumentar a cobertura mediática e publicitária; • Aumentar a promoção da cultura portuguesa; • Criar e aumentar a oferta de emprego; • Atrair mais investimentos; • Aumentar a procura por serviços turísticos; • Aumentar a oferta ao nível da restauração, do alojamento e do transporte; • Intensificar e criar oportunidades de negócio; • Aumentar o consumo; • Expandir perspetivas culturais;	• Aumentar e melhorar a qualidade de vida; • Aumentar o orgulho e o espírito comunitário; • Recuperar o património histórico • Melhorar e criar infraestruturas locais; • Realizar uma transformação e renovação urbana; • Melhorar e aumentar a mobilidade e acessibilidade; • Aumentar a preservação do património histórico e cultural de Lisboa; • Aumentar o prestígio político internacional.

Fonte: Elaboração própria.

Já as desvantagens e limitações atribuídas ao evento, em comparação com os contributos, foram em muito menor número: especulação imobiliária; aumento dos preços dos bens e serviços; projetos inacabados; restrições financeiras. Apesar deste facto, existiram fatores que foram avaliados com uma cotação intermédia (valor 3 – não concordo nem discordo) nos inquéritos, na qual se observava uma tendência negativa: excesso de turistas; congestionamento do tráfego; sobrelotação dos espaços.

Por fim, quanto à influência que a Expo'98 teve na imagem do destino Lisboa, concluímos que esta foi, de facto, importante. Os respondentes afirmam que o evento melhorou a imagem de Lisboa e aumentou a sua visibilidade. Mais ainda, o destino foi projetado e não houve danos evidentes na reputação da cidade. A Expo'98 contribuiu, assim, para abrir portas a Portugal e para colocar a sua capital no mapa. De facto, os eventos tornam-se numa peça essencial para influenciar a imagem e as perceções que os turistas podem vir a ter do destino anfitrião.

Fazendo um balanço geral de toda a investigação, percebemos que os megaeventos colocam as atenções no destino anfitrião e podem ser importantes numa estratégia de diferenciação, expressando a singularidade do mesmo e das comunidades locais. Para além disso, é importante que, enquanto gestores de eventos, sejam desenvolvidas estratégias por forma a maximizar os benefícios e minimizar os riscos, tendo sempre em conta os legados que podem ser deixados para o futuro.

Assim sendo, os objetivos propostos no início desta investigação foram atingidos através deste estudo, no qual se realizou uma metodologia mista de fontes de recolha de informação e uma análise e discussão dos dados que foram obtidos através das mesmas.

7.2. Limitações da Investigação

Apesar da reconhecida importância e pertinência do estudo, existiram limitações no que toca à investigação realizada.

Primeiramente, pelo facto de os resultados apresentados no presente trabalho serem especificamente de um único estudo de caso, os mesmos não podem ser generalizados. Cada megaevento é um caso único e este serve meramente como um exemplo ilustrativo daquilo que podem vir a ser os impactos nas comunidades anfitriãs.

Outra limitação prende-se com o facto de, atualmente, existirem poucos dados, especialmente demográficos, geográficos e turísticos, relativos à época de 1995-2000. Para além disso, os que existem são de difícil acesso, estando disponíveis muitas das vezes apenas em formato físico e para consulta local em arquivos municipais, bibliotecas, entre outros. Por consequência, a análise relativa a estes assuntos não ficou totalmente completa e não apresenta uma variedade de fontes como era desejável, em parte pelas limitações que a pandemia trouxe no decorrer da investigação.

Admite-se, também, que o discurso relativo aos impactos dos megaeventos possa ser, na sua grande maioria, um discurso tendencialmente positivo. Tal é verificado pelos benefícios promissores que já foram discutidos anteriormente ao longo da investigação e, por essa razão, o inquérito por questionário, em certa parte, revê-se de igual forma neste mesmo discurso. Não obstante, tentou-se sempre equilibrar a polaridade dos impactos, assumindo a máxima imparcialidade relativa aos factos.

Mais ainda, o facto de terem sido apenas entrevistados indivíduos que trabalharam ou que prestaram serviços no evento em estudo levou a que houvesse pouca diversidade, podendo esta ser encarada como uma limitação.

7.3. Linhas de Investigação Futura

O presente trabalho pode, ainda, contribuir para investigações futuras, de diversas formas. Por conseguinte, são propostas algumas linhas orientadoras.

Em primeiro lugar, seria importante a realização de mais entrevistas a outros *players* ou *stakeholders*, por exemplo, especialistas em eventos e/ou turismo, população residente na altura do evento e participantes do evento. Desta forma, seria assegurada a diversidade a partir de um maior número de entrevistas a grupos mais distintos. Para além disso, haveria um maior entendimento relativo às diferentes perspetivas e perceções que outros envolvidos poderiam ter.

De igual forma, seria importante realizar mais estudos acerca dos impactos a longo prazo de outros megaeventos e efetuar, se possível, uma comparação entre eles. Assim, as conclusões retiradas iriam contribuir, por um lado, para que pudesse existir uma generalização fidedigna dos dados e, por outro, para o aumento da existência de estudos que não sejam imediatos sobre este tipo de eventos.

Seria também relevante estudar estes impactos através de uma análise de *clipping* nacional e internacional, não só durante o evento, mas também antes e após o mesmo, em canais de televisão, rádios, jornais, revistas, entre outros que sejam relevantes, promovendo uma reflexão mais aprofundada sobre a temática dos impactos.

Por último, sugere-se, também, o estudo, a análise e a elaboração de estratégias concretas para analisar impactos em futuros megaeventos, por forma a minimizar os impactos negativos e maximizar os impactos positivos; para um maior envolvimento da comunidade local neste tipo de eventos; e, por fim, para a captação de megaeventos, especificamente em Portugal.

Independentemente das limitações enunciadas no subcapítulo anterior e tendo em vista as perspetivas futuras de investigação, é de salientar que os resultados e as conclusões apresentadas permitiram aumentar o conhecimento acerca dos impactos dos megaeventos, contribuindo para a investigação na área do Turismo e dos Eventos em Portugal.

Referências Bibliográficas

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. e McDonnell, I. (2011). *Festival & Special event management* (5ª ed.). Milton: Wiley.

APCER – Associação Portuguesa de Certificação (s.d.). Disponível em: <https://apcergroup.com/pt/certificacao/pesquisa-de-normas/170/iso-20121> [obtido a 08/09/2021].

BIE – Bureau International des Expositions (s.d.a). *A short history of Expos*. Disponível em: <https://www.bie-paris.org/site/en/past-expos-a-short-history-of-expos> [obtido a 05/09/2021].

BIE – Bureau International des Expositions (s.d.b). *How is an Expo organised?* Disponível em: <https://www.bie-paris.org/site/en/how-to-organize-an-expo> [obtido a 05/09/2021].

BIE – Bureau International des Expositions (s.d.c). *What is an Expo?* Disponível em: <https://www.bie-paris.org/site/en/what-is-an-expo> [obtido a 05/09/2021].

Bowdin, G.; Allen, J.; O'Toole, W.; Harris, R. e McDonnell, I. (2006), *Events Management* (2ª ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Burns, J. e Mules, T. (1986). A framework for the analysis of major special events. In: J. Burns, J. Hatch e T. Mules (ed.). *The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event*. Adelaide: Center for South Australian Economic Studies.

Carpenter, G. (2008). Special Events. In: G. Carpenter e D. Blandy (ed.). *Arts and Cultural programming: A Leisure Perspective*. Estados Unidos da América: Human Kinetics, pp. 143-158.

Carvalho, G. (2017). Turismo Cultural. In: F. Silva e J. Umbelino (coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel, pp. 349-361.

Chard, C. e Dolf, M. (2013). Safeguarding the natural environment in event management. In: C. Mallen e L. Adams (ed.). *Event Management in sport, recreations and tourism: Theoretical and practical dimensions*. Nova Iorque: Routledge, pp. 166-180.

Clark, G. (2008). *Local Development Benefits from Staging Major Events*. São Francisco: Organization of Economic Co-operation and Development.

Cunha, L. (2007). *Introdução ao Turismo* (3ª ed.). Lisboa/São Paulo: Editorial Verbo.

Delamere, T. (2008). Festivals. In: G. Carpenter e D. Blandy (ed.). *Arts and Cultural programming: A Leisure Perspective*. Estados Unidos da América: Human Kinetics, pp. 129-142.

Derrett, R. (2004). Festivals, events and the destination. In: I. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, S. Drummond e U. McMahon-Beattie (ed.). *Festival and Events Management: An International Arts and Culture perspective*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann, pp. 32-50.

Event Impacts (s.d.). *Case Studies*. Disponível em: <https://www.eventimpacts.com/research> [obtido a 06/08/2021].

Frawley, S. (2013). Sport participation legacy and the hosting of mega-sport events. In: G. Richards, M. de Brito e L. Wilks (ed.). *Exploring the Social Impacts of Events*. Nova Iorque: Routledge, pp. 97-110.

Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism* (2ª ed.). Nova Iorque: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2007). *Events Studies – Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), pp. 403-428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.

Getz, D. e Page, S. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, pp. 593-631.

Gonçalves, S. (2020). *A Dimensão do Género na Gestão de Eventos Profissionais* (tese de doutoramento). Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa.

Gonçalves, S. e Umbelino, J. (2017). Os eventos e a animação turística. In: F. Silva e J. Umbelino (coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel, pp. 363-375.

Hall, C. (1989). The definition and analysis of hallmark tourist events. *GeoJournal*, 19(3), pp. 263-268.

INE - Instituto Nacional de Estatística (1998). *Estatísticas do turismo 1997*. Lisboa: INE.

INE – Instituto Nacional de Estatística (2002). *Censos 2001: resultados definitivos*. Lisboa: INE.

INE - Instituto Nacional de Estatística (2020). *Estatísticas do turismo 2019*. Lisboa: INE.

Infopédia (s.d.). *Lisboa*. Disponível em: [https://www.infopedia.pt/\\$lisboa](https://www.infopedia.pt/$lisboa) [obtido a 05/09/2021].

Jago, L. e Shaw, R. (1998). Special events: A conceptual and differential framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5 (1/2), pp. 21-32.

Johnson, R. B. e Christensen, L. (2014). *Educational Research – Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches* (5ª ed.). Estados Unidos da América: Sage.

Lassila, S., Lindroth, K. e Rantanen, T. (2013). Events as a contributor to social capital. In: G. Richards, M. de Brito e L. Wilks (ed.). *Exploring the Social Impacts of Events*. Nova Iorque: Routledge, pp. 31-42.

Lettner, M. (2014). Marketing and destination branding. In: J. Beech, S. Kaiser e R. Kaspar (ed.). *The Business of Events Management*. Reino Unido: Pearson, pp. 94-112.

Mallen, C. (2013). Event Bidding. In: C. Mallen e L. Adams (ed.). *Event Management in sport, recreations and tourism: Theoretical and practical dimensions*. Nova Iorque: Routledge, pp. 198-211.

Martins, N. 2016. Da Representação do Mundo: as Exposições Internacionais e a Expo'98. *Cadernos do Arquivo Municipal*, 5, pp. 357-382.

Marujo, N. (2013). A pesquisa em Turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, junho de 2013. Disponível em:

- https://www.researchgate.net/publication/239938535_A_Pesquisa_em_Turismo_-_Reflexoes_sobre_as_Abordagens_Qualitativa_em_Quantitativa [obtido a 23/10/2020].
- Masterman, G. (2004). *Strategic Sports Event Management: An international approach*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Matias, M. (2007). *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas* (4ª ed.). São Paulo: Editora Manole.
- McKercher, B. e du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism – The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Nova Iorque: Routledge.
- Mendes, J. (1998). As exposições como “festas da civilização”: Portugal nas Exposições Internacionais (Sécs. XIX-XX). *Gestão e Desenvolvimento*, 7, pp. 249-273.
- Müller, M. (2017). How mega-events capture their hosts: event seizure and the World Cup 2018 in Russia. *Urban Geography*, 38(8), pp. 1113-1132. DOI: 10.1080/02723638.2015.1109951.
- Müller, M. (2015a). The Mega-Event Syndrome. *Journal of the American Planning Association*, 81(1), pp. 6-17. DOI: 10.1080/01944363.2015.1038292.
- Müller, M. (2015b). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), pp. 627-642. DOI: 10.1080/02614367.2014.993333.
- Muñoz, M., Pinto, C., Efigénio, S., Vicente, J. (2011). *Caracterização Sócio-Urbánística*. In: Avaliação de Riscos Naturais e Tecnológicos na Cidade de Lisboa: Lx_Risk. Disponível em: http://lxrisk.cm-lisboa.pt/caract_socio_urb.html [obtido a 05/09/2021].
- Niestadt, M. (2020). *COVID-19 and the tourism sector*. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/649368/EPRS_ATA\(2020\)649368_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/649368/EPRS_ATA(2020)649368_EN.pdf) [obtido a 10/06/2020].
- Parque Expo'98 (1998). *Guia Oficial da Exposição Mundial de Lisboa de 1998*. Lisboa: Parque EXPO'98, S.A.
- Parque Expo'98 (1995). *Plano Director – Master Plan*. Lisboa: Parque EXPO'98, S.A.
- Parque Expo'98 (1999). *Relatório Exposição Mundial de Lisboa de 1998*. Lisboa: Parque EXPO'98, S.A.

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

Pereira, P.; Martins J. e Baptista, L. (2017). A Oferta Turística e os seus Territórios: Autenticidade, Patrimonialização e Experiência. In: F. Silva e J. Umbelino (coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel, pp. 93-104.

Pinto, B. (2018). 1998, celebrating oceans in Lisbon Expo'98: World exhibitions and science communication. *Public Understanding of Science*, 00(0), pp. 1-5. DOI: 10.1177/0963662517743375.

Preuss, H. (2015). A Framework Legacy for identifying the Legacies of a Mega Sport Event. *Leisure Studies*, pp. 1-22. DOI: 10.1080/02614367.2014.994552.

Preuss, H. (2006). *Lasting Effects of Major Sporting Events*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/229012841_Lasting_Effects_of_Major_Sporting_Events [obtido a 08/03/2021].

Quivy, R., e Van Campenhoudt, L. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais* (2ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Ranasinghe, R., Damunupola, A., Wijesundara, S., Karunarathna, C., Nawarathna, D., Gamage, S., Ranaweera, A. e Idroo, A. (2020). *Tourism After Corona: Impacts of Covid 19 Pandemic and Way Forward for Tourism, Hotel and Mice Industry in Sri Lanka*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/340754502_TOURISM_AFTER_CORONA_IMPACTS_OF_COVID_19_PANDEMIC_AND_WAY_FORWARD_FOR_TOURISM_HOTEL_AND_MICE_INDUSTRY_IN_SRI_LANKA [obtido a 09/05/2020].

Reverté, F. e Pérez, S. (2017). Cultural and Social Impacts of events held in Tourism Destinations – A managers' perception point of view. *Cuadernos de Turismo*, 40, pp. 681-683.

Ritchie, B. (1984). Assessing the impact of Hallmark events: conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 22(1), pp. 2-11.

Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Nova Iorque: Routledge.

- Schütte, N. (2014). Economic impact evaluation of events. In: J. Beech, S. Kaiser e R. Kaspar (ed.). *The Business of Events Management*. Reino Unido: Pearson, pp. 281-292.
- Sebastião, S. e Lemos, A. (2016). A voz da Comunidade na Preparação de Megaevento: Rio 2016. *Cuadernos.Info*, (39), pp. 209-224. DOI: 10.7764/cdi.39.679.
- Silva, C. (1997). *The contribution of Expo '98 to the short and long term development of Portugal* (tese de mestrado). Department of Management Studies, University of Surrey.
- Silva, J. (2017). O Planeamento de Produtos Turísticos. In: F. Silva e J. Umbelino (coord.). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel, pp. 197-219.
- Turismo de Portugal (2017). *Estratégia Turismo 2027*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- UNWTO - United Nations World Tourism Organization (s.d.). *Glossary of tourism terms*. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [obtido a 08/02/2021].
- UNWTO - United Nations World Tourism Organization (2020). *COVID-19 - a global insight on travel and tourism impacts*. Disponível em: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/21_4_Tourism_COVID19_Data_Coalition.pptx.pdf [obtido a 09/05/2020].
- Veal, A. J. (2018). *Research Methods for Leisure and Tourism* (5ª ed.). Reino Unido: Pearson.
- Vieira, J. (2015). *Eventos e Turismo – Planeamento e Organização – Da teoria à prática*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Watt, D. (2004). *Gestão de Eventos em Lazer e Turismo*. São Paulo: Bookman.
- Wilks, L. (2013). Introduction. In: G. Richards, M. de Brito e L. Wilks (ed.). *Exploring the Social Impacts of Events*. Nova Iorque: Routledge, pp. 1-12.
- Zanella, L. (2003). *Manual de Organização de Eventos: Planeamento e Operacionalização*. São Paulo: Editora Atlas.

Anexos

Anexo 1 - Lista dos Patrocinadores da Expo'98²

- Patrocinadores Oficiais:

- Coca-cola
- Unicer
- Portugal Telecom
- Caixa Geral de Depósitos
- BP Portuguesa S.A.

- Marcas Oficiais:

- Rover
- Microsoft
- Alcatel
- Sony
- Swatch
- CTT Correios de Portugal

- Empresas Associadas:

- Shell Portuguesa
- TAP Air Portugal
- Diário de Notícias
- Grupo Thyssen Industrie
- Efacec

- Fornecedores Oficiais:

- Companhia de Seguros Império
- Siemens

- Empresas Colaboradoras:

- Xerox Portugal
- Consórcio Cabos Electro 98
- Sanitana
- Tecniquitel
- Compaq
- Iglo Olá
- Papéis Inapa
- Sumolis, S.A.
- Petrogal, S.A.
- Delta Cafés
- Steelcase Strafor
- Elis – Soc. Portuguesa de Aluguer e Serviços de Têxteis, LDA.
- Ariston
- Matutano
- Bacardi – Martini Portugal
- Sogrape Vinhos de Portugal, S.A.
- Cutty Sark
- Kodak

² (Parque Expo'98 , 1998, p. 300; Parque Expo'98, 1999, p. 164 e 166)

Apêndices

Apêndice 1 - Guião de Entrevista

Primeiramente, agradeço desde já a sua colaboração e disponibilidade para realizar esta entrevista. Tal como já tinha explicado anteriormente, esta entrevista está inserida no âmbito de um trabalho final para a obtenção do grau de Mestre em Turismo com especialização em Gestão Estratégica de Eventos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

Esta investigação tem como objetivo recolher dados acerca da Exposição Internacional de Lisboa em 1998, sendo parte de um estudo de caso realizado de forma a entender a perceção da comunidade sobre os impactos do evento em questão.

Gostaria, por último, de pedir autorização para que a seguinte entrevista seja gravada, se não importar, sendo que toda a informação será unicamente utilizada para fins académicos, garantindo a segurança e a proteção relativamente a todos os dados.

Entrevistado/a:

Função que desempenhava aquando do evento:

Área ou departamento:

Função que desempenha atualmente:

Tendo em conta os seus conhecimentos, as suas opiniões e a sua perceção sobre a Expo'98, agradeço que responda às seguintes questões:

1. Considera que a Expo'98 causou impactos em Lisboa? De que forma?
2. Considera que houve algum impacto que se destacou positiva ou negativamente?
3. O impacto foi medido? De que forma?
4. Pensa que houve alguma preocupação com a comunidade? De que forma?
5. Na sua opinião, quais foram os principais contributos e limitações a destacar neste evento?
6. Considera que o evento foi importante para a projecção e promoção do destino Lisboa? De que forma?
7. Na sua opinião, quais os principais legados que o evento deixou?
8. Como ou de que forma avalia a Expo'98?
9. Tem algo mais que gostaria de acrescentar?

Apêndice 2 - Análise das entrevistas por pergunta

Pergunta 1: Considera que a Expo'98 causou impactos em Lisboa? De que forma?

Entrevistado 1
Para o entrevistado 1 a Expo'98 causou impactos de quase todas as formas. O entrevistado menciona diversos fatores: (1) Nível geográfico: recuperação e transformação da zona da expo; (2) Mudança de mentalidades: festejar as nossas conquistas, o ser português, a honra e o orgulho; (3) Modernismo: o convívio e a receção com outras culturas; (4) Portugal no mundo: estava a ser construído algo que era basilar e um pilar para o resto do século, era o começar de algo novo, algo grandioso que tinha repercussões enormes.
Entrevistado 2
De acordo com o entrevistado 2, existiram vários impactos a ter em conta: (1) Reabilitação de uma zona da cidade de Lisboa; (2) Criação de habitação para 25 mil residentes; (3) Criação de 18 a 20 mil postos de trabalho; (4) Construção de edifícios pensados “no dia seguinte”, como a FIL; (5) Criação de atrativos, como o Oceanário, o Altice Arena, o Pavilhão da Ciência, entre outros; (6) Construção da Gare do Oriente e do metro; (7) Desenvolvimento de infraestruturas rodoviárias, como a Ponte Vasco da Gama, a CRIL, a CREL, entre outras; (8) Construção das ETAR de Lisboa; (9) Aumento da procura por hotéis e posterior construção dos mesmos.
Entrevistado 3
O entrevistado 3 afirma que sim, a Expo'98 criou imensos impactos em Lisboa e também a nível nacional. Os impactos referidos foram: (1) Readaptação da cidade; (2) Melhoria da oferta de turismo; (3) Aumento do orgulho nacional; (4) Mudança de forma de estar e de atitude.
Entrevistado 4
Segundo o entrevistado 4, a Expo'98 causou impactos em Lisboa, de entre eles: (1) Reabilitação e criação de uma zona nova da cidade; (2) Criação da Expo enquanto atração turística; (3) Aumento do turismo; (4) Crescimento do setor da hotelaria; (5) Aumento da circulação de pessoas; (6) Criação de uma “vida” diferente na cidade.

Pergunta 2: Considera que houve algum impacto que se destacou positiva ou negativamente?

Entrevistado 1
Para o entrevistado 1, existiram dois impactos negativos a ressaltar neste evento. O primeiro ponto negativo a apontar neste evento foram os gastos para o estado. Este afirma que existiam “orçamentos extraordinariamente grandes”, que “havia dinheiro para tudo” e como o povo português não estava habituado a isso acabaram por acontecer alguns excessos. Segundamente, a especulação imobiliária que aconteceu no pós-expo. Por outro lado, positivamente e para além dos fatores mencionados na pergunta um, o entrevistado menciona o facto de se ter aproveitado muito bem a Expo'98 e ter sido tirado partido de algo muito positivo, não havendo desperdícios, ao contrário da Expo'92 em Sevilha.
Entrevistado 2
Segundo o entrevistado 2, a única parte que correu verdadeiramente mal foi a construção da Marina que, por razões arquitetónicas e técnicas, não foi bem concebida. Este entrevistado faz uma comparação interessante com a Expo'98: “Se tu convidares uns amigos para ir jantar a tua

casa e pensares fazer uma sobremesa especial (...) e mais um prato de bacalhau cheio de legumes e mais umas entradas espetaculares. Entretanto, tiveste um acidente de automóvel e foi uma chatice. Atrasaste tudo! A certa altura, chegam os teus amigos e tu fazes uns ovos mexidos fantásticos, tiras uma sopa de gaspacho do frigorífico e compras uma sobremesa na pastelaria da esquina e tens na mesma um jantar com os teus amigos espetacular. Ora (risos)... Isto para dizer que houve coisas que ficaram por fazer. Agora o que se fez foi muitíssimo!”. Destes projetos que ficaram por fazer, inacabados ou que efetivamente não se concretizaram o entrevistado menciona: (1) Campo de Golfe; (2) Alguns hotéis; (3) Shopping Vasco da Gama (que, apesar do sucesso, apenas se concluiu no pós-expo); (4) Praça Sony.

Entrevistado 3

Para o entrevistado 3, todos os eventos têm partes boas e partes más e este não foi exceção, no entanto os pontos negativos não se sobrepõem aos benefícios. De um lado menos positivo, o entrevistado aponta a pouca organização, as coisas que foram terminadas nas vésperas do evento, as construções que no pós-expo tiveram de ser refeitas e os budgets que foram excedidos. Do lado mais positivo, o entrevistado voltou a frisar os pontos que mencionou na questão um.

Entrevistado 4

De acordo com o entrevistado 4, houve momentos menos positivos, no entanto, fazendo uma avaliação global foi tudo maioritariamente positivo. Para além disso, voltou a frisar os impactos positivos que mencionou na primeira questão e acrescentou que há impactos que ainda hoje são sentidos de forma clara, como por exemplo o investimento e a construção de habitação.

Pergunta 3: O impacto foi medido? De que forma?

Entrevistado 1

O entrevistado 1 afirma que sim, o impacto foi medido a diversos níveis. Desde logo, menciona o facto de ter sido medido financeiramente. Para além disso e em específico no departamento a que pertenceu, mediam diariamente através, por exemplo, da quantidade de pessoas que estavam num determinado local em determinado momento, como e porquê. Mais ainda, faziam questionários e avaliações de qualidade e satisfação em relação à exposição e a alguns serviços relacionados. Menciona, por fim, o relatório oficial que a Parque Expo'98 teve de desenvolver e entregar ao BIE. Nesse relatório constavam muitas métricas essenciais para medir este 'impacto'.

Entrevistado 2

O entrevistado 2 frisou que o impacto foi medido através de uma quantificação económica feita pela Universidade Nova de Lisboa, no qual se verificou, por exemplo, os gastos com a urbanização, a recuperação de dinheiro através das cargas fiscais, o lucro e o prejuízo da exposição enquanto operação, entre outros.

Entrevistado 3

De acordo com o entrevistado 3, o impacto foi medido. Especificamente no departamento deste entrevistado falamos em medições ao nível, por exemplo, do reconhecimento da marca Expo'98, da aceitação do Gil e do número de comunicações que foram feitas.

Entrevistado 4

Segundo o entrevistado 4, o impacto na altura foi medido pelas pessoas da exposição, isto é, era sabido o número de pessoas que estavam na exposição a determinada hora e local, dando o exemplo de, por essa razão, algumas entradas serem controladas e limitadas, especialmente nos dias em que havia eventos dentro da exposição. Para além disso, menciona também que o impacto turístico foi medido pelo Turismo de Portugal.

Pergunta 4: Pensa que houve alguma preocupação com a comunidade? De que forma?

Entrevistado 1
O entrevistado 1 acredita que sim, houve realmente uma preocupação posterior, mesmo que não de uma forma óbvia ou direta. Tendo ou não em conta a comunidade, aos olhos do entrevistado, esta beneficiou muito com o evento. O pós-expo foi mencionado como uma consequência desta preocupação. Apesar de ter existido uma grande especulação imobiliária, houve um crescimento exponencial em termos de habitação, empresas, escritórios, comércio e transportes.
Entrevistado 2
Para o entrevistado 2 existiu uma preocupação clara. As pessoas (comunidade cigana essencialmente) que viviam em condições débeis no espaço onde a expo foi construída foram totalmente realojadas. Deu-se, também, o início do tratamento do lixo naquela parte da cidade, o que antes não existia. A reabilitação de toda aquela zona, onde existiam contentores, uma indústria petrolífera, um aterro sanitário, entre outras coisas, acabou por trazer benefícios futuros claros para a comunidade.
Entrevistado 3
Segundo o entrevistado 3, houve uma preocupação. Este menciona as campanhas que foram realizadas por forma a pedir desculpas pelas obras, pelos transtornos causados ou pelo ruído, no sentido em que “estavam a trabalhar para tornar isto melhor”. O entrevistado acrescenta que foi nesta altura que a preocupação com as pessoas, o respeito, enquanto povo, organismos e entidades públicas teve início, visto a obra ter tido realmente uma grande dimensão.
Entrevistado 4
De acordo com o entrevistado 4, na sua opinião e não tendo lembranças muito claras, não houve propriamente uma especial atenção com a comunidade. Acrescenta que atualmente estamos muito mais sensibilizados para este tipo de situações e que talvez essa preocupação tenha origem nessa altura.

Pergunta 5: Na sua opinião, quais foram os principais contributos e limitações a destacar neste evento?

Entrevistado 1
Para este entrevistado, o evento não teve limitações, para além daquelas criadas com os budgets. Voltou a referir que o plano efetivamente foi bem delineado e que todas as construções tinham um propósito posterior. Disse ainda que o evento serviu exatamente para que não houvesse limitações, mas sim para existir uma manifestação de liberdade e de criatividade em Lisboa.
Entrevistado 2

Segundo o entrevistado 2, os impactos mencionados na primeira questão foram os contributos mais acentuados. Em termos de limitações, este voltou a destacar a conceção da marina, o projeto do campo de golfe que não se chegou a concretizar e acrescentou os gastos excessivos que acabaram por acontecer.
Entrevistado 3
Para o entrevistado 3, não existiram grandes limitações porque a equipa diretiva da Expo estava muito empenhada e muito consciente da importância daquilo que estava a acontecer. O entrevistado menciona que apenas tem consciência de que existiram limitações financeiras.
Entrevistado 4
De acordo com o entrevistado 4, a atração de talento para trabalhar na exposição e os salários extremamente competitivos foram dois dos contributos, para além daqueles já mencionados. Mais ainda, fala da criação de imenso comércio, de um investimento muito grande nos transportes (metro e Gare do Oriente) e nas redes urbanas e de uma aposta na cultura e lazer, dando como exemplos a criação de vários museus, do casino e do shopping Vasco da Gama.

Pergunta 6: Considera que o evento foi importante para a projeção e promoção do destino Lisboa? De que forma?

Entrevistado 1
Segundo o entrevistado 1, para além da Expo'98 ter aberto portas a Lisboa e a Portugal, abriu, também, “portas nas cabeças das pessoas”. Para o mesmo, mais importante do que colocar Lisboa no mapa, foi colocar o mundo na cabeça dos lisboetas.
Entrevistado 2
O entrevistado 2 afirma que sim, especialmente na altura, no entanto, atualmente, aquilo que se verifica é que muitas das pessoas que vêm a Lisboa acabam por não visitar a Expo, porque existem outras opções. No entanto, este faz ressalva ao turismo das feiras que foi criado com a construção da FIL.
Entrevistado 3
De acordo com o entrevistado 3, sim e procurou-se capitalizar logo isso através da comunicação. O próprio tema dos Oceanos revelava muito acerca de Portugal e de Lisboa, no entanto o entrevistado pensa que tal não foi aproveitado a 100%. A Expo'98 foi “fundamental e contribuiu para essa projeção de Lisboa, enquanto cidade”. Mais ainda, abriu os horizontes relativamente ao turismo porque para qualquer turista, até à data, “Portugal era só o Algarve”.
Entrevistado 4
Para o entrevistado 4, o evento não só contribuiu para a projeção e promoção de Lisboa, como para o “olhar para Lisboa como uma nova Lisboa”, ou seja, a exposição veio trazer, na opinião deste entrevistado, uma nova perspetiva de um Portugal mais moderno.

Pergunta 7: Na sua opinião, quais são os principais legados que o evento deixou?

Entrevistado 1
O entrevistado 1 menciona os seguintes legados: (1) Liberdade e criação: os portugueses são dos melhores a organizar eventos, ou seja, passou-se a acreditar que éramos realmente capazes

de fazer algo tão bom; (2) Mudança e abertura de mentalidades: não acreditávamos em nós mesmos e vivíamos muito na base de que tudo o que era estrangeiro é que era realmente bom.
Entrevistado 2
De acordo com este entrevistado, o legado mais claro, para além de todas as infraestruturas e edifícios que foram construídos na altura e que ainda hoje existem, foi o exemplo que ficou para outros eventos deste tipo e para outras cidades expo que viram Lisboa como um caso de sucesso.
Entrevistado 3
Para este entrevistado o legado dos oceanos e de olhar para o ambiente do ponto de vista da ecologia, da alimentação, da energia, entre outros, não se concretizou efetivamente, mas tinha esse objetivo. Para as pessoas, na opinião do entrevistado 3, ficou o sentimento de orgulho numa geração que esteve envolvida numa ação visível para o mundo exterior e de receber com dignidade algo que tem uma projeção mundial. Acrescenta, ainda, que este evento abriu Portugal ao mundo.
Entrevistado 4
Segundo o entrevistado 4, o primeiro legado foi a nova zona de Lisboa: uma zona de habitação, de lazer, de grandes empresas e que é bastante valorizada. Para além disso, menciona a cultura (museus, casino), o comércio (shopping, mercado local), o lazer (zona de jardins, perto do rio, ao ar livre), a habitação, o emprego, a hotelaria (criação de mais hotéis e serviços adjacentes).

Pergunta 8: Como ou de que forma avalia a Expo'98?

Entrevistado 1
De forma global, o entrevistado descreve o evento como espetacular, extraordinário, maravilhoso e inacreditável. A Expo'98 serviu para quebrar barreiras e o entrevistado acredita que, se hoje fosse organizado por estas “novas gerações”, seria muito melhor. Foi a oportunidade de ver o mundo inteiro em Lisboa.
Entrevistado 2
Para o entrevistado 2, a razão de ser da operação Expo foi mais do que fazer apenas uma Expo. Foi todo um plano muito bem delineado que se criou e que efetivamente se concretizou, de uma maneira ou de outra. A Expo acabou por exceder as expectativas e ser muito mais do aquilo que se previa e tal verificou-se, por exemplo, através do número de países participantes.
Entrevistado 3
Segundo o entrevistado 3, a Expo'98 “foi o evento”, não só para o próprio, mas como para Portugal enquanto país e não houve certamente outro acontecimento que trouxesse tanto orgulho.
Entrevistado 4
O entrevistado 4 encara a Expo'98 como um evento importantíssimo para Portugal. Sublinhou, também, o sentimento de orgulho que pairava pelas pessoas na altura do evento.