



UNIVERSIDADE  
DE LISBOA



Instituto de Geografia  
e Ordenamento do Território  
UNIVERSIDADE DE LISBOA



Universidade de Lisboa

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

**Carnaval de Torres Vedras: Relação entre a variável localização e a  
atitude dos residentes face ao evento**

**Cristiana Sofia Serra Jorge**

Dissertação de Mestrado orientada  
pela Prof.<sup>a</sup> Doutora Susana Gonçalves e pelo Prof. Doutor Francisco Silva

Mestrado em Turismo e Comunicação

Estoril, julho 2023

Universidade de Lisboa

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

**Carnaval de Torres Vedras: Relação entre a variável localização e a  
atitude dos residentes face ao evento**

**Cristiana Sofia Serra Jorge**

Dissertação de Mestrado orientada  
pela Prof.<sup>a</sup> Doutora Susana Gonçalves e pelo Prof. Doutor Francisco Silva

Mestrado em Turismo e Comunicação

Estoril, julho 2023

# Agradecimentos

Termino este capítulo acadêmico e de vida com um enorme sentimento de orgulho, superação e gratidão.

Mãe e Pai, quero começar por agradecer e enaltecer todas as vezes que não desistiram e que acreditaram em mim, mesmo quando eu própria não sabia se ia conseguir. Obrigada por me lembrarem do meu valor e das minhas capacidades, por me ouvirem e transmitirem as palavras certas nos momentos mais difíceis e de desânimo deste processo. Obrigada pelo vosso amor e apoio incondicionais.

À minha irmã, Diana, por me incentivar, a todos os níveis, a ser sempre mais e melhor. Muito do que sou hoje, também se deve a ti.

Avó, obrigada por seres a companhia nas manhãs de trabalho mais solitárias e por seres uma inspiração e um grande exemplo de superação e resiliência.

À minha restante família por todo o apoio, paciência e incentivo que demonstraram ao longo desta caminhada.

Carolina e Raquel, amigas de uma vida, obrigada por todo o apoio incondicional e por, sem saberem, serem uma “lufada de ar fresco” durante o processo de elaboração desta dissertação. Que bom é ter-vos na minha vida.

À minha orientadora, Professora Susana Gonçalves, quero agradecer por todas as palavras de compreensão e apoio nos momentos mais difíceis deste processo, pela grande ajuda e colaboração para esta dissertação, bem como por acreditar no meu trabalho e nas minhas capacidades. Agradeço, ainda, toda a colaboração do Professor Francisco Silva neste projeto de investigação, em especial na construção do questionário e tratamento dos dados recolhidos.

Por fim, mas não menos importante, gostaria de agradecer a todos os inquiridos e entrevistados que disponibilizaram o seu tempo para tornarem, também, a realização desta dissertação possível.

A todos vós quero demonstrar a minha eterna gratidão!

*“Only those who dare to fail greatly can ever achieve greatly.”*

– Robert F. Kennedy

# Resumo

O Carnaval de Torres Vedras, imagem de marca da cidade, consiste num evento com mais de 100 anos de história e tradição e decorre durante seis dias. O famoso “Carnaval mais português de Portugal” apresenta um forte impacto na sociedade e economia locais já que, em 2020, registou um recorde no seu número de visitantes, meio milhão de foliões, gerando cerca de 10 milhões de euros. No entanto, é de realçar a desvalorização da questão social e a lacuna sobre esta dimensão registada nos estudos sobre o evento.

A presente dissertação de mestrado possui, assim, como principal objetivo estudar se existe relação direta entre as variáveis “localização” e “atitude dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras”, ou seja, pretende-se investigar se a maior proximidade geográfica ao evento condiciona o envolvimento e avaliação global do mesmo, por parte da população residente. Este estudo pretende ainda caracterizar o Carnaval de Torres Vedras, identificar as estratégias de planeamento e organização do evento, ainda como compreender, na perspetiva do residente, quais as questões a melhorar nesta festividade e na organização da mesma.

De forma a atingir os objetivos definidos procedeu-se à distribuição de inquéritos por questionário pela população residente de Torres Vedras, aplicados numa amostra de 402 indivíduos, bem como pela realização de entrevistas semiestruturadas a representantes das entidades organizadoras e promotoras do Carnaval – Câmara Municipal de Torres Vedras e Promotorres. Por outro lado, procedeu-se à recolha e análise de dados estatísticos oficiais recorrendo-se a plataformas de bases de dados, elaboração de uma revisão da literatura sobre a temática de investigação e pesquisa documental.

Respondendo à questão de partida, objetivos e hipóteses definidos para o presente estudo, conclui-se que, de uma forma geral, mesmo sentindo os impactos negativos do evento (turísticos e económicos, ambientais e sociais) a população do concelho de Torres Vedras possui uma atitude positiva face ao Carnaval de Torres Vedras, representado através de uma alta taxa de recomendação para a participação no mesmo. Neste sentido, foi possível de concluir que o fator “localização” não impacta a “atitude” do residente face ao evento.

**Palavras-chave:** Carnaval de Torres Vedras, Eventos, Impactos Sociais, Turismo

# *Abstract*

The Carnival of Torres Vedras, brand image of the city, consists of an event with more than 100 years of history and tradition and it lasts six days. The famous "most Portuguese Carnival in Portugal" has a strong impact on the local society and economy since, in 2020, it registered a record number of visitors, half a million people, generating about 10 million euros. However, it is worth highlighting the devaluation of the social issue and the gap registered in the studies about the event.

Therefore, the main objective of this master's dissertation is to study whether there is a direct relationship between the two variables "location" and "residents' involvement in the Torres Vedras Carnival", in other words, to investigate whether the geographical proximity to the event affects the involvement and overall assessment of the event by the population. This study also aims to characterise the Torres Vedras Carnival, to identify the strategies for planning and organising the event, as well as to understand, from the resident's perspective, which issues need to be improved in this festivity.

To achieve the defined goals, the technique of direct observation was used through the distribution of questionnaires to the resident population of Torres Vedras, applied to a sample of 402 individuals, as well as through semi-structured interviews with representatives of the two organisers and promoters of the Carnival - Torres Vedras Municipal Council and Promotorres. On the other hand, the collection and analysis of official statistical data was carried out using database platforms.

Responding to the starting question, objectives and hypotheses defined for the present study, it is concluded that, in general, even suffering from the negative impacts of the event (tourist and economic, environmental and social) the population of Torres Vedras has a positive attitude towards the Carnival of Torres Vedras, represented by a high recommendation rate for participation in it. In this sense, it was possible to conclude that the "location" factor does not impact the resident's "attitude" towards the event.

**Keywords:** Carnival of Torres Vedras, Events, Social Impacts, Tourism

# Índice

Agradecimentos .....	III
Resumo .....	V
<i>Abstract</i> .....	VI
Índice de Figuras .....	IX
Índice de Quadros.....	X
Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos .....	XI
1. Introdução.....	1
2. Enquadramento Teórico .....	4
2.1 Eventos.....	4
2.1.1 Conceito de Eventos .....	4
2.1.2 Tipologias de eventos .....	5
2.1.3 Turismo de Eventos .....	11
2.1.4 Impactos dos eventos .....	12
2.1.4.1 Impactos turísticos e económicos dos eventos .....	12
2.1.4.2 Impactos ambientais dos eventos .....	14
2.1.4.3 Impactos sociais dos eventos .....	16
2.2 Atitude da população residente perante os eventos locais .....	18
2.3 Relação entre a localização do evento e a atitude da comunidade face ao mesmo .....	21
2.4 Organização de eventos .....	22
2.5 Carnaval de Torres Vedras .....	23
2.5.1 Carnaval de Torres Vedras – Evolução histórica .....	23
2.5.2 Caracterização do Carnaval de Torres Vedras .....	26
2.5.3 Carnaval de Torres Vedras e o compromisso com a sustentabilidade .....	29
2.5.4 “Carnaval Mais Português de Portugal” reconhecido como marca promotora da cidade de Torres Vedras .....	30

3. Metodologia .....	32
3.1 Enquadramento .....	32
3.2 Inquérito por questionário .....	33
3.3 Entrevistas .....	35
4. Apresentação e discussão dos resultados.....	37
4.1 Apresentação dos resultados do inquérito por questionário .....	37
4.1.1 Enquadramento .....	37
4.1.2 Caracterização dos inquiridos – Dados sociodemográficos.....	37
4.1.3 Relação entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento” .....	42
4.1.4 Sugestões de melhoria a nível do planeamento e realização do Carnaval de Torres Vedras .....	51
4.2 Apresentação dos resultados das entrevistas.....	53
4.2.1 Promotorres – Rui Penetra .....	54
4.2.2 Câmara Municipal de Torres Vedras – Pedro Fortunato.....	56
4.3 Discussão e análise de resultados.....	57
5. Conclusões .....	62
5.1 Conclusões do estudo .....	62
5.2 Limitações da investigação .....	63
5.3 Linhas para futuras investigações.....	64
Referências Bibliográficas .....	66
Anexos.....	79
Apêndices .....	82

# Índice de Figuras

Figura 1 - Desenho da investigação .....	33
Figura 2 – Q16   Faixa etária dos respondentes .....	38
Figura 3 – Q17   Nível de escolaridade dos inquiridos .....	39
Figura 4 – Q18   Estado civil dos respondentes.....	40
Figura 5 – Q19   Situação profissional dos inquiridos .....	40
Figura 6 – Q1   Freguesia de residência dos respondentes.....	41
Figura 7 – Q4   Participação dos inquiridos no Carnaval de Torres Vedras.....	43
Figura 8 – Q5   Atividades e/ou funções em que os respondentes se envolvem ou participam no Carnaval de Torres Vedras.....	44
Figura 9 – Q7   Principais motivações para participar no Carnaval de Torres Vedras.....	45
Figura 10 – Q8   Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras: .....	48
Figura 11 – Q9   Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos económicos e turísticos do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras: .....	49
Figura 12 – Q10   Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos ambientais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras: .....	51
Figura 13 – Q12   Quais os aspetos que considera que deviam ser alvos de melhoria por parte dos órgãos promotores do evento durante o processo de planeamento do Carnaval de Torres Vedras (pode assinalar, no máximo, três opções)? .....	53
Figura 14 - Divisão administrativa do concelho de Torres Vedras (freguesias) .....	80
Figura 15 - Densidade populacional do concelho de Torres Vedras.....	81

# Índice de Quadros

Quadro 1 - Tipos de Eventos Planeados .....	6
Quadro 2 - Tipos de eventos de acordo com a dimensão .....	8
Quadro 3 - Principais impactos turísticos e económicos positivos e negativos dos eventos .....	13
Quadro 4 - Principais impactos ambientais positivos e negativos dos eventos .....	16
Quadro 5 - Principais impactos sociais positivos e negativos dos eventos.....	17
Quadro 6 - Hipóteses, objetivos, dimensões de análise e estudos de suporte .....	34
Quadro 7 – Q2   O seu local de residência insere-se dentro do recinto do Carnaval?.....	41
Quadro 8 – Q6   Em média, em quantos dias participa no evento? .....	44
Quadro 9 – Q13   Recomendaria a participação no Carnaval de Torres Vedras? .....	46
Quadro 10 – Q8   Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:.....	47
Quadro 11 – Q9   Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos económicos e turísticos do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras: .....	49
Quadro 12 – Q10   Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos ambientais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras: .....	50
Quadro 13 – Q11   Considera que a organização e realização do Carnaval de Torres Vedras deviam ser alvos de melhorias?.....	52
Quadro 14 - Nível de concordância da afirmação 8.5 de acordo com a localização.....	83
Quadro 15 - Nível de concordância da afirmação 8.7 de acordo com a localização.....	84
Quadro 16 - Nível de concordância da afirmação 9.6 de acordo com a localização.....	85
Quadro 17 - Nível de concordância da afirmação 10.5 de acordo com a localização.....	86

# Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

**CAC** – Centro de Artes e Criatividade

**CTV** – Carnaval de Torres Vedras

**ODS** – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**RF** – Resposta Fechada

**RM** – Resposta Mista

**SET** – *Social Exchange Theory*

**UNESCO** – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

# 1. Introdução

Num mundo cada vez mais globalizado, a população tem manifestado cada vez mais interesse, satisfação e motivação para conhecer outras realidades culturais e participar em eventos turísticos ou culturais dessas regiões, gerando fluxos de pessoas no território.

A definição do conceito de turismo, devido à complexidade deste setor, ainda não é consensual entre os vários investigadores. No entanto, a Organização Mundial de Turismo (OMT) afirma que este conceito se refere às atividades realizadas pelas pessoas enquanto viajam para fora do seu local normal de residência para atividades de lazer durante, no máximo, um ano (United Nations World Tourism Organization, 2010). Goeldner e Ritchie (2003) afirmam ainda que este setor compreende as atividades, serviços e indústrias que proporcionam ao cliente uma experiência turística, tendo como exemplos, o setor dos transportes, restauração ou a alojamento disponíveis para pessoas ou grupos que se encontrem a viajar longe do seu local de residência. Neste sentido, é possível afirmar-se que o turismo consiste nas atividades realizadas pelos turistas quando visitam um destino.

Por outro lado, os eventos são, cada vez mais, uma temática alvo de estudo por parte dos investigadores tendo em conta os seus impactos, positivos e negativos, em termos económicos, ambientais, sociais e culturais. Gonçalves e Umbelino (2017, p. 367) acreditam que este fenómeno se regista devido ao “(...) crescente interesse por estas temáticas a nível internacional e pela introdução de unidades curriculares nos cursos de turismo que lhes são dedicadas” e Backman (2018) afirma que também está associado ao constante crescimento do número de tipos de eventos.

O turismo de eventos, um dos múltiplos tipos de turismo, é cada vez mais um fator de desenvolvimento dos destinos turísticos, pois, por exemplo, causa atratividade, aumenta o fluxo turístico tanto nas épocas baixa como alta, e gera receitas que impactam na comunidade local de forma direta, indireta e induzida. Tendo em conta os seus impactos económicos positivos, o turismo de eventos tem cada vez mais vindo a ser alvo de aposta por parte dos destinos turísticos e dos órgãos responsáveis pela sua gestão (Getz e Page, 2016).

Torres Vedras, cidade localizada no distrito de Lisboa, é um concelho dividido por treze freguesias e que possui um grande potencial em termos turísticos, muito por conta da sua diversidade e riqueza cultural, histórica, natural e gastronómica. Neste sentido, a região foi

ganhando mais visibilidade tendo em 2019, ano pré-pandemia associada à doença COVID-19, atingido o seu pico em proveitos totais dos alojamentos turísticos (PORDATA, 2022).

O Carnaval de Torres Vedras, imagem de marca da cidade, é um exemplo de como os eventos podem contribuir para o desenvolvimento turístico. Este consiste num evento que atrai centenas de milhares de foliões ao longo dos seus seis dias de duração sendo que em 2020, última edição em que o carnaval foi celebrado no seu todo antes do agravamento da situação pandémica em Portugal associada à COVID-19, foram registados cerca de meio milhão de visitantes (Promotorres EM, 2020). Esta festividade é conhecida principalmente pela preservação das suas tradições com carácter histórico e cultural e pela sua singularidade. Em março de 2022, esta festividade foi reconhecida como Património Cultural Imaterial Nacional após a candidatura apresentada em 2016 (Diário de Notícias, 2022).

Pelo reconhecimento formal do Carnaval de Torres Vedras, e pela perceção dos residentes sobre os visitantes e o evento em si, este estudo revela-se pertinente, pois permite analisar a perceção da população sobre o evento e, conseqüentemente, propor medidas estratégicas de desenvolvimento que integrem a perspetiva da comunidade local. Por outro lado, este trabalho de investigação considera-se relevante de forma a colaborar para o atingimento das metas relacionadas com as questões sociais definidas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em destaque o objetivo 11 “Cidades e Comunidades Sustentáveis” (United Nations, 2023), bem como de maneira a ir ao encontro do Artigo 5 do Código Mundial de Ética do Turismo – “O turismo, a atividade benéfica para os países e comunidades de acolhimento” (United Nations World Tourism Organization, 2023).

Assim sendo, a presente dissertação possui como principal objetivo perceber de que forma a variável localização afeta a atitude e envolvimento dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras, em termos de perceção geral, bem como dos impactos reconhecidos por estes. Como objetivos específicos, pretende-se, ainda:

- (a) caracterizar o Carnaval de Torres Vedras;
- (b) identificar as estratégias de planeamento e organização do evento;
- (c) perceber se existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”; e, por fim,
- (d) compreender, na perspetiva do residente, se há as questões a melhorar no evento e na organização do mesmo.

Além disso, este estudo tem, ainda, como objetivo colmatar lacunas identificadas na revisão da literatura. A primeira lacuna está relacionada com a ausência de estudos relativos à

atitude dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras, a qual está relacionada com o pouco ênfase dado aos impactos sociais percebidos pela comunidade residente de Torres Vedras, sendo que até aqui a literatura focou-se maioritariamente nos impactos económicos deste evento (Dias, Martins e Ramos, 2016; Abreu, Sarmento e Oliveira, 2015).

De forma a atingir os objetivos anteriormente mencionados proceder-se-á à realização de uma revisão da literatura e de pesquisa documental onde será recolhida informação já existente sobre as temáticas em estudo, bem como à recolha de dados através de inquéritos por questionário à população residente do concelho de Torres Vedras e da realização de entrevistas a representantes das duas entidades organizadoras e promotoras do evento – Câmara Municipal de Torres Vedras (CMTV) e Promotorres. Após recolhidos os dados, proceder-se-á à sua análise estabelecendo, sempre que possível, relações entre os resultados obtidos por a partir de diferentes métodos científicos.

Para a presente dissertação de mestrado, foram também definidas quatro diferentes hipóteses:

- i) existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”;
- ii) existe uma relação positiva entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”;
- iii) existe uma relação negativa entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”; e
- iv) segundo a perspetiva da comunidade local, existem aspetos a melhorar na organização do Carnaval de Torres Vedras.

A dissertação inicia-se com um enquadramento teórico, onde se procedeu à pesquisa de estudos já existentes sobre as temáticas pertinentes à dissertação, sendo estas: eventos (destaque para a apresentação dos seus impactos, tanto positivos como negativos); atitude da população residente perante eventos locais; relação entre os fatores localização do evento e atitude da comunidade face ao mesmo; organização de eventos; e Carnaval de Torres Vedras (realçando a caracterização e a evolução histórica do evento). Após a levantamento de alguma investigação foram apresentadas e justificadas as metodologias a utilizar de forma a atingir os objetivos definidos. Segue-se a apresentação e análise dos dados recolhidos, tendo os mesmos sido cruzados de forma a validar (ou não) as hipóteses definidas para a presente investigação, bem como comparando e confrontando com a bibliografia já recolhida. Por último, são apresentadas as conclusões finais, bem como são identificadas as limitações do estudo e incluídas possíveis linhas futuras de investigação.

## 2. Enquadramento Teórico

### 2.1 Eventos

#### 2.1.1 Conceito de Eventos

A definição do setor dos eventos não é unânime entre os vários autores que têm vindo a explorar esta temática, pois sendo esta uma atividade económica dinâmica pode sofrer alterações no decorrer do seu processo evolutivo, tornando-se, assim, mais complexa a sua definição (Marujo, 2015b).

A Insights (2022) define os eventos como sendo uma ocasião organizada com diferentes tarefas e objetivos ainda que relacionados. Um evento é frequentemente composto por várias funções diferentes ainda que relacionadas, que implicam, segundo Britto e Fontes (2002), um processo de pesquisa de mercado, criação de objetivos, definição das estratégias e elaboração de um projeto de evento, independentemente da sua natureza.

Os eventos constituem um acontecimento excepcional e pontual, que foge à rotina (Abrantes, 2013), planeado com data e hora definidas e efémero (Pedro et al., 2012; Richards e Palmer, 2010; Getz, 2008; Bladen et al., 2012), realizado num local específico e com um público-alvo definido (Richards e Palmer, 2010; Isidoro et al., 2013), sendo organizado e pensado de forma a ter a capacidade de congregar no mesmo espaço um grande número de pessoas (Carneiro e Fontes, 1997; Norton e Ivanovic, 2008), ainda que possam também existir participantes virtuais (Richards e Palmer, 2010). Além disso, existem outros fatores como os produtos, património ou serviços (Carneiro e Fontes, 1997), o programa e a organização que, alinhados aos anteriores, tornam cada evento num momento único, mesmo quando este tem diferentes edições, sendo esse considerado o seu principal fator atrativo (Getz, 2008), isto é, para se usufruir desta experiência, é necessário estar presente na mesma, caso contrário, esta é uma oportunidade perdida.

A criação de um evento deve, assim, congrega componentes de relevância para o seu público-alvo, tendo como objetivo garantir a maior adesão e interesse do mesmo (Carneiro e Fontes, 1997), causando impacto e podendo ficar marcado e reconhecido como um evento de sucesso, tanto para as pessoas e comunidade, como para patrocinadores (Pedro et al., 2012).

De acordo com Richards, Brito e Wilks (2013) os eventos são operados em diferentes escalas, desde os mais pequenos para, por exemplo, cerca de 100 pessoas, até aos

megaeventos organizados por profissionais especializados e que atraem milhões de visitantes. Os eventos podem ainda apresentar diferentes temas e formatos, como são alguns exemplos: festivais de música, competições desportivas, festas religiosas, exposições comerciais (Richards, Brito e Wilks, 2013; Getz, 2005), palestras ou exposições artísticas. Por outro lado, todos estes eventos possuem uma característica comum, implicam a presença e interação de e entre pessoas.

Os serviços caracterizam-se por serem intangíveis, variáveis, inseparáveis e perecíveis (Zeithaml, Parasuraman e Berry, 1985) e tendo em conta que os eventos consistem na prestação de um serviço é, assim, possível afirmar-se que estes possuem também estas mesmas características, só podendo ser distinguidos pela sua “(...) natureza, dimensão, âmbito, alcance e impacto” (Abrantes, 2013, p.275). Assim sendo, é necessário ter em consideração as características previamente mencionadas de forma a garantir a qualidade do serviço prestado e a satisfação final do cliente.

## 2.1.2 Tipologias de eventos

Após ter sido apresentado o conceito de evento, é de relevante interesse explorar os tipos de eventos, cujas categorias não são consensuais entre vários autores.

Os eventos e a sua gestão consistem em áreas de investigação em emergência nos estudos académicos. De forma a facilitar a exploração desta temática, e tendo em conta que a área dos eventos é bastante abrangente, esta tem vindo a ser subdivida ao longo dos anos em diferentes categorias ou tipologias, sendo disso exemplos: as temáticas, dimensões e impactos, periodicidade, localização ou grupo. Todas estas categorias permitem às empresas organizadoras irem, durante o seu processo de planeamento, ao encontro das necessidades, interesses e tendências dos mercados onde se inserem.

### 2.1.2.1. Tipologia de eventos segundo os conteúdos e objetivos

Os eventos possuem diferentes conteúdos, finalidades e objetivos: Neste sentido, Getz (2005), tal como se pode observar no quadro 1, identifica e distingue os principais tipos de eventos planeados segundo esta perspetiva:

Quadro 1 - Tipos de Eventos Planeados (Adaptado de: Getz, 2005)

TIPOS DE EVENTOS	
Culturais e Celebrações	Este tipo de evento possui como principal objetivo celebrar e manter a diferença entre as várias culturas. Exemplos: Festivais; Carnavais; Comemorações; Eventos religiosos.
Políticos e de Estado	Este tipo de evento, apesar de ser um dos que atrai menos público, possui um grande impacto pois, sabendo que envolve indivíduos de grande relevância e conhecidos pelo público em geral, recebem uma grande atenção por parte dos <i>media</i> e das pessoas, no geral. Exemplos: Cimeiras; Ocasões reais; Eventos políticos; Visitas VIP.
Artes e Entretenimento	Eventos deste tipo normalmente possuem como finalidade obter algum tipo de lucro, sendo este adquirido através de celebrações, exibições e atuações de um ou mais artistas. Exemplos: Concertos; Cerimónias de prémios.
Negócios e Comércio	Os eventos de negócios e comércio são realizados no decurso da gestão de negócios de carácter privado ou de associações, quer como oportunidades de comércio/troca. Exemplos: Reuniões, Convenções; Feiras comerciais e para o consumidor; Feiras, Mercados.
Educacionais e Científicos	Estes eventos possuem uma finalidade educativa, isto é, pretendem transmitir conhecimento aos seus visitantes. Exemplos: Conferências; Seminários; Clínicos; <i>Workshops</i> .
Competições Desportivas	As competições ou eventos desportivos, muito mediáticos devido principalmente à cobertura recebida por parte da imprensa, possuem um objetivo bem definido: eleger um vencedor de uma prova de carácter desportivo. Assim sendo, a motivação dos turistas que viajam com o propósito de assistir a estes eventos está associada ao seu carácter único, isto é, não se repetem e nunca serão iguais. Exemplos: Amadores/Profissionais; Espetadores/Participantes.
Recreacionais	O objetivo principal da organização de eventos recreacionais é o divertimento, ou seja, raramente envolve qualquer tipo de competição e a vitória não é o fator mais relevante. Exemplos: Desporto ou jogos por diversão.
Eventos Privados	Este tipo de evento é conhecido por ocorrer em círculos fechados, como são exemplos, família, amigos ou grupos sociais. No entanto, os eventos privados requerem o planeamento e gestão por parte de profissionais, bem como envolvem outros tipos de serviços como alojamento, transporte ou restauração. Exemplos: Casamentos; Festas; Eventos sociais.

Os autores Getz e Page (2016a) destacam, ainda, os quatro principais tipos de eventos planeados dentro da área do turismo, sendo estes: os eventos de negócios, como são exemplos, convenções ou festas privadas; os festivais e cultura, de realçar os carnavais ou rituais religiosos; o entretenimento, como são exemplos os concertos ou cerimónias de prémios; e, por fim, o desporto, a título de exemplo, ligas profissionais.

#### 2.1.2.2. Tipologia de eventos de acordo com a dimensão e impacto

Tal como foi mencionado anteriormente, os eventos também podem ser distinguidos pela sua dimensão e impacto. Os autores Bowdin et al. (2012) subdividem os eventos em quatro diferentes categorias: eventos locais ou da comunidade, grandes eventos, eventos marcantes (*hallmark events*) e, por último, os megaeventos (consultar Quadro 2), sendo que, segundo Marujo (2015), estas são as principais e mais comuns categorias que surgem na literatura sobre a temática de investigação.

Quadro 2 - Tipos de eventos de acordo com a dimensão (Adaptado de: Bowdin et al., 2012; Ritchie, 1984; Getz, 2005; Hall, 1997; Quinn, 2013; Hall, 1989)

<b>TIPOS DE EVENTOS</b>	
<p><b>Locais ou da Comunidade</b> (Exemplo: Festas da Aldeia)</p>	<p>Estes eventos são direcionados para públicos mais reduzidos e, por isso, acontecem em recintos mais pequenos, sendo que possuem como principais objetivos a interação social e a diversão. Estes contribuem ainda para aumentar o sentido de orgulho e pertença na comunidade, bem como para estreitar as relações interpessoais.</p>
<p><b>Grandes Eventos</b> (Exemplo: <i>The Open Championship</i>)</p>	<p>Este tipo de eventos é planeado para atingir um grande volume de visitantes e de, conseqüentemente, trazer diferentes benefícios económicos, muito por conta da sua divulgação nos meios de comunicação social. Esta divulgação contribui para a atração de visitantes tanto nacionais como internacionais.</p>
<p><b>Eventos Marcantes (<i>Hallmark Events</i>)</b> (Exemplo: Carnaval do Rio de Janeiro)</p>	<p>Estes eventos são conhecidos pelo seu carácter único, pois ocorrem durante um tempo limitado. Estes estão bastante associados com a tradição e identidade do destino em que se inserem, sendo que estes fatores contribuem bastante para o reconhecimento e atratividade do mesmo, o que, por vezes, pode conduzir à ligação direta entre o destino e o evento pelo qual é conhecido. A organização de um evento desta dimensão contribui para a angariação de vários recursos para o destino.</p>
<p><b>Megaeventos</b> (Exemplo: Campeonato do Mundo de Futebol)</p>	<p>Os megaeventos consistem em celebrações de grande dimensão (nacional e internacional) que recebem bastante visibilidade por parte dos meios de comunicação social e, por isso, atraem bastantes visitantes; implicam investimento público; requerem bastantes recursos; bem como afetam toda a economia do destino, muito por conta do turismo que atraem.</p> <p>A escolha do destino para receber um evento desta dimensão está, por vezes, sujeita à submissão de uma candidatura.</p> <p>De forma a ser considerado um megaevento é necessário ter em conta algumas variáveis, sendo estas: número de visitas (acima de um milhão de visitantes), custo de capital (cerca de 750 milhões de euros) e, por último, a visibilidade, isto é, deve ser percecionado pelo público como um evento <i>must-see</i>.</p>

### 2.1.2.3 Tipologia de eventos segundo a periodicidade

Gonçalves e Umbelino (2017), adaptado de Beech, Kaiser e Kaspar (2014), Getz (2005), Isidoro et al. (2013) e Vieira (2015), distinguem e destacam as diferentes categorias de eventos tendo por base a periodicidade com que estes se realizam. Segundo os autores mencionados existem três tipos de eventos:

- Únicos ou de oportunidade, ou seja, eventos que se realizam apenas uma vez, como é exemplo, Jubileu de Platina da Rainha D. Isabel II;
- Esporádicos, isto é, têm várias edições, com um período entre edições variáveis e que acontecem em ocasiões especiais, por exemplo, a consagração do Papa;
- Regulares ou periódicos, que se caracterizam por serem eventos que decorrem de forma consistente entre as suas várias edições, tais como os Jogos Olímpicos que possuem um intervalo de quatro anos entre as edições, *Web Summit* que se realiza todos os anos ou o festival de música *Rock In Rio* Lisboa que acontece de dois em dois anos.

### 2.1.2.4 Tipologia de eventos segundo a localização

Os eventos também podem ser analisados em termos do seu espaço, isto é, da localização que adotam.

Os eventos móveis consistem em eventos que nunca ou raramente repetem a localização onde decorrem, como é exemplo, o Campeonato do Mundo de Futebol (*FIFA World Cup*) ou a Exposição Mundial (EXPO). Por outro lado, existem também os eventos fixos, isto é, a sua localização é sempre a mesma durante as suas várias edições, destacando-se, por exemplo, o festival de música *NOS Alive*, realizando-se no Passeio Marítimo de Algés, ou a Festa da Flor na ilha da Madeira (Gonçalves e Umbelino, 2017; adaptado de: Beech, Kaiser e Kaspar, 2014; Getz, 2005; Isidoro et al., 2013; e Vieira, 2015; Marujo, 2014).

Numa outra perspetiva, é de destacar a diferença dos eventos em termos do local ou espaço onde ocorrem, impactando, assim, na forma como os envolvidos participam nos mesmos. Segundo Gonçalves e Umbelino (2017), adaptado de: Beech, Kaiser e Kaspar (2014); Getz (2005); Isidoro et al. (2013); e Vieira (2015), destacam-se três diferentes formas:

- Presenciais, isto é, eventos que podem ser consumidos em direto e no próprio espaço onde ocorrem, como é exemplo o festival de música *MEO Sudoeste* ou a feira da cerveja de Munique, conhecida como, *Oktoberfest*;
- Virtuais, que acontecem à distância, como são exemplos os concertos virtuais transmitidos em plataformas de *streaming*;
- Híbridos, os quais são planeados para acontecer tanto presencialmente como de forma virtual, como são exemplos as conferências *TEDGlobal*, mais conhecidas como *TEDTalks*.

#### 2.1.2.5. Tipologia de eventos segundo o grupo

Uma das formas de diferenciar os tipos de eventos é pelo grupo a que se destinam. Neste sentido, é possível destacar duas categorias de eventos: abertos, os quais não possuem restrições em termos das pessoas que querem e podem participar nos mesmos, tendo como exemplos, *Coachella Valley Music and Arts Festival* ou o Carnaval de Torres Vedras; e, por outro lado, os fechados, isto é, eventos em que o acesso é restrito a um grupo determinado por parte do organizador, como por exemplo, casamentos ou eventos corporativos (Gonçalves e Umbelino, 2017; adaptado de: Beech, Kaiser e Kaspar, 2014; Getz, 2005; Isidoro et al., 2013; e Vieira, 2015).

Numa última análise, e tendo por base a recolha bibliográfica sobre o tema, pode-se afirmar que o Carnaval de Torres Vedras consiste num evento:

- Cultural e de celebração, pois dá primazia tanto aos traços histórico-culturais associados ao mesmo como à própria identidade da cidade onde se insere;
- Marcante (*Hallmark Event*) devido à sua dimensão e ao facto de ser notável a ligação direta entre o destino e o evento. Este fator traduz-se na atração de centenas de milhares de pessoas à cidade durante o decorrer do evento;
- Regular ou esporádico já que acontece anualmente desde 1923 (Matos, 1998), ano da sua primeira edição, apesar deste evento não possuir uma data fixa;
- Fixo no que concerne à sua localização, ou seja, acontece sempre no mesmo local;

- Presencial, pois, para ser consumido, é necessário a presença física dos envolvidos;
- Aberto, já que não existem restrições em relação ao público que pretende nele participar.

### 2.1.3 Turismo de Eventos

O turismo consiste num setor que promete a venda de experiências, memórias e emoções. Neste sentido, os eventos podem ser uma das soluções para responder às expetativas criadas pelos turistas, bem como para garantir a satisfação dos mesmos.

A criação e o estudo do conceito de Turismo de Eventos surge na década de 1980 (Pimentel, Vieira e Biz, 2017; Raj, Walters e Rashid, 2013; Quinn, 2013; Getz, 2007) com o propósito de unir os setores do turismo e dos eventos (Getz, 2005).

O turismo de eventos, tipo de turismo de relevante interesse para o setor (Barros De Oliveira e Salazar, 2011), “(...) é a resposta ao crescimento da necessidade da ampliação dos setores de hotelaria, “*catering*” e transportes (...)” (Carneiro e Fontes, 1997, p.73). Este caracteriza-se por ser um segmento do mercado que se desloca a um destino com o intuito de assistir e/ou participar em determinado evento (Getz, 2007). Este termo é também utilizado para descrever as estratégias de *marketing* dos destinos turísticos que usam os eventos como fonte para o desenvolvimento económico local (Getz, 2005). O autor realça ainda a importância de recolher e reconhecer as características dos turistas que, numa perspetiva da gestão de eventos, são potenciais consumidores. A recolha desta informação pode constituir um fator diferenciador e, por isso, único, conduzindo à atração de um maior número de potenciais consumidores aos eventos.

O turismo de eventos possui como principais propósitos e objetivos a criação ou reforço de uma imagem positiva dos destinos turísticos, a atração de turistas internacionais e nacionais (Marujo, 2015; Getz e Page, 2016), a redução do fenómeno sazonalidade, a animação de cidades ou hotéis e, entre outros, o desenvolvimento de diferentes formas dos destinos (Getz e Page, 2016).

“O turismo de eventos acrescenta valor à oferta turística de uma região” (Marujo, 2015a, p.10), que leva a ser cada vez mais a ser alvo de aposta por parte dos gestores de destinos turísticos, assim sendo, atualmente, este tipo de turismo consiste numa tendência promissora de

mercado (Marujo, 2015b). No entanto, é de realçar que nem todos os eventos são criados e planeados com o objetivo de atrair o setor turístico, mas sim de forma a irem ao encontro dos interesses dos seus organizadores (Getz, 2008).

Em suma, é possível concluir-se que, quando bem geridos e planeados, os eventos podem consistir num método de desenvolvimento e posicionamento de regiões, cidades e/ou países como destinos de excelência.

#### 2.1.4 Impactos dos eventos

Os eventos, quando bem geridos, causam atratividade e curiosidade nas pessoas, como também atribuem reputação ao local e promovem uma imagem positiva do destino (Pedro et al., 2012), criando uma vantagem competitiva para o mesmo (Barros De Oliveira e Salazar, 2011) e podendo, assim, consistir num fator-chave no momento de decisão, isto é, na reserva e compra da viagem (Abrantes, 2013; Getz, 2008; Oliveira e Januário, 2007).

De forma a monitorizar e melhorar os eventos é essencial que os seus órgãos promotores e organizadores realizem constantes pesquisas relativamente aos seus impactos.

Neste sentido, foram analisados alguns dos principais impactos dos eventos, positivos e negativos, a nível social, económico e turístico, bem como ambiental, também conhecido como “*Triple Bottom Line*” (TBL) (Fairley et al., 2011; Hede, 2007) mencionados e abordados pelos investigadores da temática em questão.

##### 2.1.4.1 Impactos turísticos e económicos dos eventos

Os impactos positivos dos eventos na economia local e nacional são incontestáveis (Isidoro et al., 2013). Assim sendo, os destinos e as instituições como câmaras municipais, juntas de freguesias ou entidades privadas usam os eventos como estratégia para o desenvolvimento económico local. No entanto, tal como se pode observar no quadro 3, os eventos podem, também, impactar de forma negativa nos destinos e na comunidade local onde se inserem.

Quadro 3 - Principais impactos turísticos e económicos positivos e negativos dos eventos (Adaptado de: Getz, 2005 Raj e Musgrave, 2009; Carneiro e Fontes, 1997; Li, Hsu e Lawton, 2015)

<b>IMPACTOS TURÍSTICOS E ECONÓMICOS DOS EVENTOS</b>	
<b>IMPACTOS POSITIVOS</b>	<b>IMPACTOS NEGATIVOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Criação de imagens positivas dos destinos;</li> <li>● Melhoria da qualidade de vida da população local;</li> <li>● Atração de residentes e investidores para os destinos;</li> <li>● Atração de turistas de qualidade;</li> <li>● Aumento na procura;</li> <li>● Incremento dos gastos e da duração da estadia;</li> <li>● Criação de imagens para atrações, <i>resorts</i> e/ou destinos;</li> <li>● Combate às imagens negativas;</li> <li>● Estímulo da construção e/ou melhoria das infraestruturas;</li> <li>● Colaboração para a renovação urbanística, conduzindo a um aumento do valor das propriedades;</li> <li>● Estímulo para negócios/trocas;</li> <li>● Apoio a outras atrações;</li> <li>● Estímulo para as primeiras e repetidas visitas a instalações, <i>resorts</i> e atrações;</li> <li>● Maior estabilidade nos postos de trabalho no setor turístico associado ao aumento e incentivo ao consumo;</li> <li>● Atenuação do fenómeno da sazonalidade, isto é, reduz as grandes oscilações em termos da procura turística;</li> <li>● Responsável para criação de emprego a curto-prazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Custo para a economia local e/ou nacional associado ao eventual insucesso do evento;</li> <li>● Inflação no preço dos produtos e serviços;</li> <li>● Incremento no custo de vida da população local;</li> <li>● Distribuição desigual da riqueza proveniente dos eventos;</li> <li>● Pressão na infraestrutura e nos recursos da localidade por um curto período, o que pode ter um efeito duradouro na comunidade anfitriã;</li> <li>● Aumento do emprego temporário;</li> <li>● Custos de oportunidade;</li> <li>● Aumento da resistência da população residente face ao turismo;</li> <li>● Perda de autenticidade associada, por exemplo, à transformação dos eventos de forma que estes sejam mais facilmente consumidos por parte dos turistas.</li> </ul>

Tal como é possível observar no quadro anterior os eventos podem impactar o turismo e a economia de diferentes formas, tendo efeitos diretos (exemplo: custo associado à presença no evento, ou seja, a aquisição do bilhete), indiretos (exemplo: aumento das receitas nos setores do alojamento e da restauração no destino onde se insere o evento) e induzidos (por exemplo: aumento das receitas de fornecedores locais de produtos alimentares ou de bebidas). Na

sequência do estudo dos impactos económicos dos eventos, Getz (2005) realça ainda a importância da avaliação dos impactos positivos dos eventos por parte da comunidade local, do próprio destino e dos promotores e gestores de eventos.

Os eventos causam bastante atratividade, podendo, em alguns casos, ser e consistir no principal elemento atrativo que leva o turista e/ou visitante ao destino turístico (Getz, 2008; Bagiran e Kurgun, 2016; Gonçalves e Umbelino, 2017). Neste sentido, a organização de um evento torna-se numa área qualificada e exigente (Getz, 2008; Isidoro et al., 2013). Uma boa gestão do evento e da imagem que o mesmo pretende transmitir pode consistir num fator de grande relevância para a maior procura e curiosidade em relação ao destino turístico, imprescindível para o desenvolvimento socioeconómico do local (Isidoro et al., 2013).

A organização de eventos é uma estratégia que vem cada vez mais a ser utilizada como forma de reposicionamento (Marujo, 2015) e desenvolvimento dos destinos (Jago e Shaw, 1998), bem como um mecanismo para reduzir o fenómeno da sazonalidade turística, pois irá atrair turistas e combater a lacuna registada na procura turística durante a chamada época baixa (Oliveira e Januário, 2007; Getz, 2008; Marujo, 2014; Marujo, 2015a) e, segundo Carneiro e Fontes (1997, p. 71), garantir "(...) o melhor aproveitamento do produto turístico" durante todo o ano. Um exemplo prático deste fenómeno é a *WebSummit* que se realiza em Lisboa no início do mês de novembro e, em cada uma das suas edições, tem a capacidade de atrair centenas de milhares de pessoas para a capital portuguesa.

A par destes impactos, outros autores defendem ainda que uma eficaz organização de evento serve também como um instrumento de "*marketing territorial*" através da promoção de espaços atrativos para se habitar, trabalhar e/ou investir (Getz, 2008), e como impulsionador da renovação urbana e do desenvolvimento de infraestruturas (Oliveira e Januário, 2007; Abrantes, 2013; Marujo, 2014), permitindo melhorar a qualidade de vida da comunidade local (Oliveira e Januário, 2007).

#### 2.1.4.2 Impactos ambientais dos eventos

A temática da sustentabilidade nas suas várias ramificações é cada vez mais uma questão de grande relevância para a sociedade, pois é imperioso mudar os hábitos do presente para assegurar um futuro melhor para as próximas gerações.

No que diz respeito à sustentabilidade ambiental, o turismo é um dos principais contribuidores para a degradação do meio ambiente, principalmente devido ao constante recurso a transportes movidos a combustíveis fósseis. Assim sendo, Avci Kurt et al. (2016) defendem que se o setor do turismo trabalhar de forma equilibrada e controlada dentro das normas de sustentabilidade ambiental incrementar-se-á a qualidade do destino alçada à proteção do meio ambiente.

Também os eventos, pelos atos humanos, têm impactos e consequências negativas no meio ambiente (Dickson e Arcodia, 2010) que vão desde a fase de montagem das infraestruturas necessárias até ao lixo acumulado já após a realização do evento (Gonçalves, Barata e Alves, 2019). Neste sentido, Isidoro et al. (2013) destacam os eventos sustentáveis como um tipo de evento, por terem na base princípios da sustentabilidade ambiental.

Atualmente, são cada vez mais tidos em conta os impactos e consequências ambientais dos atos humanos no meio ambiente, não sendo os eventos uma exceção, para tal, segundo Raj e Musgrave (2009) é essencial que, durante o seu processo de planeamento, sejam aplicadas medidas conscientes em termos da sustentabilidade ambiental do mesmo.

Jones (2018) afirma que os eventos podem contribuir para a mudança do paradigma geral da sociedade, isto é, produtor de lixo e consumista, sendo e apresentando um exemplo de boas práticas para a redução dos seus impactos ambientais. Segundo a mesma autora, os eventos podem consistir numa excelente oportunidade para mudar a forma de pensar dos seus visitantes e para consciencializar os mesmos para as questões da sustentabilidade ambiental.

Tal como é possível verificar no quadro 4, os eventos possuem mais impactos ambientais negativos que positivos, posto isto, é fulcral uma avaliação por parte dos órgãos promotores e organizadores dos eventos de forma a reduzir a sua pegada ecológica.

Quadro 4 - Principais impactos ambientais positivos e negativos dos eventos (Adaptado de: Raj e Musgrave, 2009; Bowdin et al., 2012)

<b>IMPACTOS AMBIENTAIS DOS EVENTOS</b>	
<b>IMPACTOS POSITIVOS</b>	<b>IMPACTOS NEGATIVOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aumento da consciencialização dos envolvidos para as questões de sustentabilidade ambiental;</li> <li>● Criação de novas estratégias e modelos de forma a diminuir a pegada ecológica e a adotar hábitos mais conscientes;</li> <li>● Desenvolvimento e aproveitamento de terrenos baldios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Danos ambientais, como são exemplos, a poluição do solo, sonora e visual ou a diminuição da qualidade do ar;</li> <li>● Destruição do património local;</li> <li>● Aumento do tráfego;</li> <li>● Degradação do meio ambiente do destino onde se insere o evento;</li> <li>● Aumento do desperdício (exemplos: energético e/ou hídrico).</li> </ul>

Em suma, tendo em conta o facto de as questões de sustentabilidade ambiental serem cada vez mais um fator decisivo no processo de decisão dos turistas, é importante, então, reduzir os impactos negativos dos eventos e realçar os positivos de forma a diminuir a pegada ecológica do setor turístico e dos eventos.

#### 2.1.4.3 Impactos sociais dos eventos

Tendo em conta a complexidade dos eventos em termos de planeamento e a sua própria realização, estes impactam de forma direta e indireta na comunidade local onde se localizam, sendo que, segundo Fredline, Jago e Deery (2002) estes podem chegar a ter efeitos profundos na mesma.

Os impactos sociais consistem nas consequências, positivas ou negativas, que algo, neste caso os eventos, possuem na população residente e na comunidade onde estes se realizam (Santana, 1997). Neste sentido, tal como se pode observar no quadro 5, procedeu-se à pesquisa bibliográfica dos principais impactos sociais dos eventos destacados pelos investigadores desta temática.

Quadro 5 - Principais impactos sociais positivos e negativos dos eventos (Adaptado de: Bagiran e Kurgun, 2016; Richards, Brito e Wilks, 2013; Bowdin et al., 2012; Backman, 2018; Dwyer et al., 2000)

<b>IMPACTOS SOCIAIS DOS EVENTOS</b>	
<b>IMPACTOS POSITIVOS</b>	<b>IMPACTOS NEGATIVOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desenvolvimento de redes sociais;</li> <li>● Aumento e fortalecimento do orgulho da comunidade;</li> <li>● Sentimento de inclusão;</li> <li>● Integração social;</li> <li>● Aumento do entendimento mútuo associado, por exemplo, do intercâmbio cultural;</li> <li>● Desenvolvimento, preservação e revitalização de tradições;</li> <li>● Reforço e desenvolvimento da identidade cultural e social da comunidade;</li> <li>● Construção de coesão e confiança em termos sociais;</li> <li>● Melhoria da qualidade de vida das comunidades locais;</li> <li>● Maior participação e envolvimento da comunidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sentimento de exclusão da população residente;</li> <li>● Perda de amenidade resultado da poluição sonora e do solo, bem como da presença de multidões;</li> <li>● Mudanças nos hábitos sociais e de lazer, como também nos valores e costumes da comunidade;</li> <li>● Aumento da criminalidade e vandalismo;</li> <li>● Danos às propriedades;</li> <li>● Divisão da comunidade resultado da desigual distribuição dos benefícios provenientes do evento;</li> <li>● Maior exposição a choques culturais entre a população residente e os visitantes;</li> <li>● Criação de uma imagem comunitária negativa;</li> <li>● Realocação da população;</li> <li>● Perda de tradições e costumes locais;</li> <li>● Aumento dos níveis de <i>stress</i> da comunidade local;</li> <li>● Utilização do orçamento público no evento em detrimento de investimento noutros setores sociais (por exemplo: educação e/ou saúde);</li> <li>● Alienação e manipulação da comunidade local.</li> </ul>

Após elaborarem a análise de alguns eventos no Reino Unido os autores Bowdin et al. (2012) afirmam ainda que alguns festivais possuem a capacidade de aumentar o sentimento de identidade e de distinção nos locais onde se inserem, pois estes consistem em tributos e homenagens aos mesmos. Os festivais são, assim, uma boa oportunidade para exprimir a criatividade no contexto cultural (Bowdin et al., 2012) e uma forma da comunidade manifestar e partilhar a sua cultura (Bagiran e Kurgun, 2016).

Numa última análise, em termos dos impactos sociais dos eventos é possível afirmar-se que os investigadores sobre o tema destacam mais aspetos negativos do que positivos. Tendo por base a afirmação anterior, é necessário que os eventos invistam no setor de forma a reduzir os seus impactos negativos na comunidade local.

## 2.2 Atitude da população residente perante os eventos locais

A definição do conceito de atitude vem sendo a ser estudada por parte de vários investigadores de diferentes áreas apresentando, conseqüentemente, perspectivas distintas sobre o tema. Segundo Loudon e Bitta (1993) a atitude consiste na forma como uma pessoa reage em relação a algo (positiva ou negativamente, ou a favor ou contra), ou seja, a atitude está diretamente relacionada com a percepção e sentimentos dos indivíduos perante objetos e/ou serviços, diferindo de pessoa para pessoa (Ma e Rotherham, 2016). Neste sentido, é possível afirmar-se que as atitudes possuem três componentes: (a) percepção ou conhecimento, também referida como “cognição”, (b) sentimentos ou emoções e, por último, (c) vontade ou tendências comportamentais, igualmente mencionada como “intenções” (Banytė, Jokšaitė e Virvilaitė, 2007; Schiffman e Kanuk, 2004; Rice, 1997; Solomon, Bamossy e Askegaard, 2002).

Posto isto, no presente estudo, é importante compreender as percepções e atitudes da comunidade local relativamente a um evento (Bob e Swart, 2009), uma vez que são os residentes quem mais diretamente são afetados, positiva e negativamente por este (Sautter e Leisen, 1999; Nunkoo e Ramkissoon, 2011; Eusébio e Carneiro, 2012; Fredline e Faulkner, 1998), quem mais facilita a sua realização e, sobretudo, quem permite que o evento crie impacto duradouro na sociedade (Gursoy e Kendall, 2006; Nunkoo e Gursoy, 2012). É, assim, de grande relevância a avaliação dos impactos sociais, económicos e ambientais dos eventos na população residente (Ritchie, Shipway e Cleeve, 2009), não só porque estes impactos são mais concentrados no espaço e no tempo, causando efeitos mais perturbadores nos residentes (Fredline e Faulkner, 1998), mas também porque consistem num dos principais fatores de apoio ou oposição da comunidade local à realização dos mesmos eventos.

Por outro lado, identificar as atitudes dos residentes em relação a determinado evento permite à organização compreender melhor as preocupações do público nas diferentes fases de planeamento e organização (Zhou e Ap, 2009) e, conseqüentemente, adaptar e melhorar o evento de forma a ir também ao encontro das expectativas da comunidade local.

Para além disso, essa atitude interfere no grau de envolvimento e apoio da população local que, segundo Martensen et al. (2007), podem ser decisivos na resposta ao evento. Este grau de envolvimento, que consiste na relevância que uma pessoa dá a um objeto, atendendo às suas necessidades, valores e interesses (Zaichkowsky, 1986), impacta no sucesso de um plano de desenvolvimento sustentável (Gursoy e Rutherford, 2004; Lee, 2013). Por isso, este conhecimento das atitudes dos residentes facilita também o trabalho a desenvolver para uma maior sustentabilidade económica, social e ambiental do evento.

Segundo Waitt (2003) existe uma maior probabilidade de a população local ter uma perceção mais positiva do evento se for envolvida no planeamento e se confiar nos organizadores do mesmo. De acordo com Boo, Wang e Yu (2011) os residentes que possuam níveis mais altos de envolvimento nos eventos e de identidade comunitária, são mais propensos de esperar benefícios, bem como de apoiarem esses mesmos eventos.

Diferentes investigadores que estudam as atitudes dos habitantes e o apoio destes a eventos locais fazem referência à teoria da troca social, também conhecida como *Social Exchange Theory* (SET) (Ap, 1992; Gursoy et al., 2017; Gursoy e Kendall, 2006; Nunkoo e Gursoy, 2012; Zhou e Ap, 2009). A teoria da troca social consiste na análise subjetiva de custo-benefício (Kang et al., 2008) em que o indivíduo ou grupo participam dependendo da avaliação que façam dos benefícios e custos de tal troca (Andereck et al., 2005; Ap, 1992; Nunkoo e Gursoy, 2012; Nunkoo e Ramkissoon, 2011; Ramseook-Munhurrun e Naidoo, 2011). Estas relações de troca não são estáticas no tempo, isto é, vão sofrendo alterações (Waitt, 2003). Esta teoria tem sido estudada para avaliar a relação entre os impactos, por exemplo, do setor do turismo percecionados pelos residentes e o apoio que prestam ao desenvolvimento deste (Lee, 2013; Nunkoo e So, 2016; Rodrigues et al., 2014; Šegota, Mihalič e Kuščer, 2017). Estes estudos têm indicado que, quando os residentes sentem que algo gera mais benefícios que custos para o seu bem-estar e qualidade de vida, tendem a ter uma atitude favorável (Eusébio e Carneiro, 2012; Waitt, 2003; Lee, 2013; Andereck et al., 2005; Ritchie, Shipway e Cleeve, 2009), e tal fica mais evidente quando os próprios residentes trabalham, dependem e/ou estão envolvidos no setor turístico (Fredline, 2004).

Alguns estudos evidenciaram que os impactos que são percecionados – considerados tão ou mais importantes que os próprios impactos (McGehee e Andereck, 2004) –, como são exemplos os benefícios socioculturais e económicos (Ramseook-Munhurrun e Naidoo, 2011), têm uma relação positiva com o apoio dado pelos residentes (Gursoy et al., 2011). Pelo

contrário, quando percebem impactos negativos, estes afetam negativamente o apoio da população residente (Zhou e Ap, 2009). Mais concretamente, fatores como benefícios pessoais, a distância do evento, o envolvimento em temas comunitários e outras variáveis sociodemográficas influenciam os níveis de apoio ao evento (Jurowski e Gursoy, 2004). Nesta sequência, Zhou e Ap (2009), afirmam que os residentes que esperam receber benefícios pessoais são mais propensos a apoiar um evento, em comparação com os que acreditam receber pouco ou nenhum ganho com o mesmo.

Para além dos impactos percebidos pelos residentes, outros autores referem mais fatores antecedentes à atitude do residente face aos eventos. Entre esses antecedentes, encontra-se a importância da ligação ao local de residência (Gursoy e Rutherford, 2004; Eusébio, Vieira e Lima, 2018; Lee, 2013; Ramkissoon, Smith e Weiler, 2013). A ligação ao local de residência, enquanto resultado de uma avaliação intrínseca e espontânea de um lugar (Chen, Dwyer e Firth, 2018), influencia a ideia sobre os impactos percebidos pelos residentes e o apoio ao desenvolvimento do turismo (Eusébio, Vieira e Lima, 2018; Lee, 2013; Ramkissoon, Smith e Weiler, 2013). Esta ligação ao local de residência consiste na relação afetiva ou simbólica que o indivíduo estabelece com um determinado ambiente ou local físico, construindo e preservando a sua identidade (Lee, 2013; Ramkissoon, Smith e Weiler, 2013).

Também a imagem do local, que tem sido mais estudada na ótica da indústria do turismo, pode ser vista como precedente da atitude face ao evento. Stylidis, Shani e Belhassen (2017) que estudaram as relações entre a imagem dos residentes sobre o local e os impactos económicos, socioculturais e ambientais percebidos por estes, na medida em que a imagem detida por estes residentes pode impulsionar ou retrair o seu nível de apoio a qualquer projeto de desenvolvimento local, tal como defendem Nunkoo e Ramkissoon (2011).

Ainda existem outros fatores antecedentes à atitude dos residentes face aos eventos. Entre eles, a visibilidade nos *media* e questões políticas (Ritchie, Shipway e Cleeve, 2009), o grau de compromisso com a própria comunidade (Gursoy et al., 2017; Li e Wan, 2017), as atitudes ambientais dos locais e preocupações da comunidade (Gursoy e Kendall, 2006), a confiança no governo (Gursoy et al., 2017) e a influência antecipada do evento na qualidade de vida (Andereck e Nyaupane, 2011).

Em suma, é essencial que no processo de planeamento e desenvolvimento dos eventos sejam tidos em conta os interesses e percepções da população local pois, tal como vem a ser

provado por parte dos investigadores desta temática, o apoio dos residentes pode afetar o sucesso do evento.

## 2.3 Relação entre a localização do evento e a atitude da comunidade face ao mesmo

As atitudes dos residentes estão relacionadas com as suas perceções e sentimentos, ou seja, estas diferem de pessoa para pessoa. Existem fatores intrínsecos que ajudam a explicar os diversos tipos de atitudes da comunidade face aos eventos, entre estes, a sua proximidade geográfica com os mesmos (Fredline, 2004; Ritchie e Inkari, 2006; Ritchie e Aitken, 1984; Fredline e Faulkner, 1998). O nível de envolvimento dos residentes na indústria do turismo afeta a sua perceção, apoio e atitude face ao mesmo, sendo a proximidade geográfica do local de residência dos mesmos ao centro turístico uma das variáveis de análise (Andereck et al., 2005; Sheldon e Var, 1984; Jurowski e Gursoy, 2004).

Os resultados dos estudos realizados sobre a relação entre os fatores “proximidade geográfica dos centros turísticos” e “atitude face ao turismo” não são consensuais. Por um lado, autores como Mansfeld (1992) e Belisle e Hoy (1980) afirmam que os residentes que moram mais longe dos centros turísticos possuem uma atitude mais negativa face aos impactos do setor do turismo; por outro lado, Madrigal (1993), Pizam (1978) e Fredline e Faulkner (1998) concluem que as pessoas que residem mais perto das zonas turísticas não percecionam de forma positiva estes impactos, como por exemplo em relação ao ruído e congestionamento gerado no destino.

Assim, mais especificamente em relação aos eventos, é importante perceber de que forma a comunidade local experiencia o evento que ocorre na sua área de residência, pois está estudado que tal atitude motiva a resposta e/ou intenção dos indivíduos a reagir a determinado objeto ou marca (Banytė, Jokšaitė e Virvilaitė, 2007; Martensen et al., 2007).

O estudo realizado por Bob e Swart (2009) relativamente ao Campeonato do Mundo de Futebol de 2010 realizado na África do Sul, concluiu que as decisões tomadas por parte dos organizadores do evento em relação à localização dos estádios não foram comunicadas à comunidade. Isto revela que a parte mais afetada, os residentes, não estava envolvida no processo de planeamento e desenvolvimento do evento.

Gratton et al. (2016) destacam e concluem que a proximidade geográfica dos residentes aos espaços onde se realizam os eventos e a sua atitude face aos mesmos são duas variáveis que se encontram relacionadas. Ao estudar o caso “*The Gold Coast Indy Car Race*”, Fredline e Faulkner (1998) destacam alguns dos principais impactos negativos do evento na população residente da área geográfica onde este se realiza, sendo estes, a restrição do acesso a determinadas áreas, o aumento da poluição sonora e os efeitos gerais da presença humana. Posto isto, os autores concluíram que os indivíduos que residem mais perto do evento e que mais sentem os seus impactos possuem uma perceção negativa do mesmo.

Em suma, tal como referido, apesar de não ser consensual para todos os destinos e/ou eventos, a variável localização pode ser um fator relevante no que concerne à atitude dos residentes face ao turismo ou aos eventos. Com base nesta informação, é relevante que as entidades organizadoras e promotoras avaliem e compreendam as perceções dos residentes face ao evento.

## 2.4 Organização de eventos

A literatura destaca três diferentes motivações para a criação de um evento, sendo estas: uma ideia original, isto é, um conceito de evento inovador que pretenda colmatar uma lacuna no setor; um pedido específico, ou seja, a realização de um evento tendo por base uma proposta já idealizada; e, por último, um evento com calendário regular que necessita de uma nova abordagem, isto é, a inovação parcial de um conceito de evento já existente (Beech, Kaiser e Kaspar, 2014).

O processo de planeamento de um evento consiste num ciclo que se inicia com a construção e idealização do conceito do evento, segue-se da avaliação da viabilidade do mesmo (por exemplo: financeira e/ou logística), de seguida acontece a fase de planeamento, depois a realização do evento e, por último, a sua apreciação geral (Pielichaty et al., 2017).

De acordo com Masterman (2021), na primeira fase deste processo, avaliação da viabilidade do evento, podem ser testados os *design* e estrutura do mesmo, tendo em conta, por exemplo, os responsáveis, recursos necessários, processo de licitação, planos a longo prazo, implicações temporais, novos parceiros, os custos e benefícios ou os objetivos definidos.

Segundo Raj, Walters e Rashid (2009) existem três tipos de equipas de organização dos eventos: organização flexível; organização flexível-funcional; e, por último, a organização flexível numérica. Neste sentido, é de salientar a relevância do processo de escolha da equipa de forma que esta vá ao encontro do tipo de organização escolhido.

Maylor (2010) afirma que existem requisitos que as equipas responsáveis pelos projetos devem possuir, tendo como exemplos: objetivos claros, estrutura direcionada para os resultados, membros da equipa competentes, compromisso, espírito colaborativo, padrões de excelência ou uma boa liderança.

A realização de um evento implica vários recursos, entre eles: pessoas, isto é, profissionais de várias áreas (exemplos: segurança ou comunicação), sendo estas necessárias de forma a garantir o sucesso do evento; instalações (exemplo: espaço ou pavilhão); equipamento (exemplo: veículos de transporte); financeiro; materiais (exemplo: decoração) (Bladen et al., 2012).

Tendo por base a informação anteriormente apresentada, é possível afirmar-se que o processo de desenvolvimento e organização de um evento é complexo e dinâmico, pois envolve um grande número de profissionais especialistas em diferentes áreas. Neste sentido, é essencial que o processo de escolha dos profissionais seja bem feito de forma a facilitar o sucesso do evento, bem como para garantir a sua sustentabilidade em termos sociais, ambientais e económicos.

## 2.5 Carnaval de Torres Vedras

### 2.5.1 Carnaval de Torres Vedras – Evolução histórica

O Carnaval de Torres Vedras, ao longo dos seus cem anos de existência, tem vindo a tornar-se num evento de grande importância tanto local como nacional, através da preservação das suas tradições e costumes, isto é, da sua identidade cultural.

As primeiras referências ao carnaval enquanto celebração religiosa surgiram em Portugal em 1252, e em 1862 na cidade de Torres Vedras (Coelho, 1993).

Este Enterro do Entrudo surge em Torres Vedras em 1908, sendo que, atualmente, este espetáculo conta com cerca de três milhares de assistentes (Matos, 2007; Ralha, 2016).

Em Torres Vedras surgiram, em 1912, algumas coletividades que começavam a tornar o carnaval como uma festividade, embora só na década de 1920, com a criação da primeira comissão oficial para o planeamento e organização das animações de rua (onde constam figuras como “rei”, “rainha” e “matrafonas”) é que o evento foi assumido como tal (Dias et al., 2016).

Na década de 1930, inspirados e influenciados pelos festejos de Nice, Paris e/ou Veneza, surgem em Torres Vedras os cursos do carnaval (Almeida, 2016; Ralha, 2016). Atualmente, o curso é uma das principais atrações do CTV contando com cerca de quarenta grupos a concurso (7 Maravilhas, 2022), sendo visto como um espetáculo (Almeida, 2016) e uma forma de expressão artística.

É a partir de 1933 que o evento passa a ser estruturado e comunicado antecipadamente, tendo provocado um envolvimento e espírito carnavalesco com impacto económico significativo (Raposo, 2006; Reis, 2006).

Por outro lado, o samba, estilo musical predominante no Carnaval de Torres Vedras até aos dias de hoje, chega a esta festividade por volta da década de 1960 (Ralha, 2016).

Em 1975 e 1976, anos após a revolução de 25 de abril de 1974 em Portugal, o Carnaval de Torres Vedras não foi celebrado, sendo festejado já só no ano de 1977 (Silva, 2011).

O Carnaval de Torres Vedras apresenta pela primeira vez em 1988 um tema, tradição que se mantém até aos dias atuais (Carnaval de Torres Vedras, 2022c). Desde então, este é utilizado como base para a criação das máscaras, construção dos carros alegóricos e idealização do monumento do carnaval. A escolha do tema é feita por parte das entidades organizadoras, sendo alguns exemplos, A História de Torres Vedras (1989), Artistas (2006) ou Mares e Oceanos (2018).

O Carnaval de Verão de Santa Cruz, localidade situada no concelho de Torres Vedras, surge em 1995 com o objetivo de congregar no mesmo espaço vários foliões de diferentes carnavais de Portugal (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2022). Atualmente, este é o maior carnaval fora de época e conta anualmente com cerca de 600 participantes (Carnaval de Torres Vedras, 2022a).

A primeira referência ao Monumento do Carnaval surge em 1999, sendo este elemento um dos principais meios de sátira utilizados por parte das entidades organizadoras do evento. A construção do monumento está baseada na atualidade nacional e internacional, sendo as

personalidades, símbolos, apontamentos e questões de política, desporto e/ou entretenimento alguns dos temas constantemente representados (Carnaval de Torres Vedras, 2022d).

O “Tóc’Andar” surge no ano de 2005 e consiste num autocarro adaptado (Ralha, 2016) que percorre repetidamente o curso de carnaval. No topo deste autocarro segue uma banda de músicos que atua ao vivo, sendo este seguido por milhares de foliões.

Edgar Pêra, cineasta português, lançou em 2016 um filme de comédia baseado no Carnaval de Torres Vedras intitulado de “Delírio em Las Vedras” que possui como principal objetivo representar e apresentar o espírito vivido do evento. Este filme, produção de “Bando à Parte”, conta com a presença de caras bastante conhecidas do público português como Albano Jerónimo, Sofia Ribeiro, Marina Albuquerque, Nuno Melo ou José Raposo (RTP, 2022).

Em janeiro de 2018, por autoria da torriense Susana Félix e em colaboração com Zeca Pagodinho e Emicida, surgiu o hino do Carnaval de Torres Vedras com o título “Samba da Matrafona”, em que é enaltecida a famosa figura da matrafona e são feitas diversas referências à forma como este evento é vivido por parte dos foliões (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2018).

A distinção do Carnaval de Torres Vedras por parte do governo português, através da Secretária de Estado do Turismo à época – Ana Mendes Godinho – como menção honrosa de mérito turístico, 1.º grau, surge em 2019 (Diário da República, 2019). Esta distinção surge com o objetivo de destacar a atratividade deste evento associada à preservação das suas tradições.

Em abril de 2021 foi inaugurado em Torres Vedras o Centro de Artes e Criatividade (CAC), espaço onde acontecem diversas exposições relacionadas, por exemplo, com a história da cidade. No entanto, o Carnaval de Torres Vedras é o tema central do mesmo, sendo explorados “(...) os elementos dominantes do Carnaval de Torres Vedras, tais como a sátira/crítica popular portuguesa, os reis, os carros alegóricos, os cabeçudos e as matrafonas (...)” (Paulo, 2015, p.1). Este espaço cultural conta com uma exposição permanente sobre este evento.

Tendo em conta a situação pandémica associada à doença COVID-19, o Carnaval de Torres Vedras foi cancelado nos anos de 2021 e 2022 não tendo ocorrido qualquer tipo de festejos oficiais.

De forma a receber a distinção como Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO (*United Nations Educacional, Scientific and Cultural Organization*), em 2016, o Carnaval de Torres Vedras apresentou a sua candidatura de forma a ser primeiramente reconhecido como Património Nacional Imaterial pela Direção Geral do Património Cultural, cuja aprovação ocorreu em 2022 (Diário da República, 2022).

A comemoração do centenário deste evento aconteceu em 2023 com o tema “100 Anos de Carnaval de Torres Vedras”.

### 2.5.2 Caracterização do Carnaval de Torres Vedras

O Carnaval de Torres Vedras, imagem de marca da cidade e conhecido como o “Carnaval mais português de Portugal”, consiste num evento anual de cariz urbano com a duração de seis dias e que possui diferentes temas nas suas várias edições. Para a comunidade local, esta festividade é vista como parte do património cultural e, de forma a ser preservada, é passada de geração em geração.

“O Carnaval de Torres Vedras trata-se de uma festividade, de cariz urbano, baseada num conjunto de manifestações sociais, performativas e rituais, protagonizada por toda a comunidade, (...) que tem sido transmitida e recriada de geração em geração, afirmando-se como uma manifestação fortemente enraizada no seu referencial identitário coletivo da comunidade” (Almeida, 2016, p.190).

Uma das características distintivas do CTV é o facto de não existir divisão entre os atores e os espetadores (Almeida, 2016; Ralha, 2016; Pêra, 2017), isto é, “todos se mascaram, pelo que os espetadores dos cortejos carnavalescos fazem também parte do espetáculo” (Pêra, 2017, p.276). Neste sentido, pode afirmar-se que não existem barreiras para a participação ativa de todos neste evento.

Segundo o estudo realizado por Dias, Martins e Ramos (2016), na edição de 2014 a maioria dos participantes deste evento foram residentes no concelho de Torres Vedras (55%), do género feminino (51,4%), com idade até aos 26 anos (44%), tendo como habilitações literárias o ensino secundário (52%).

O Carnaval de Torres Vedras ano após ano consegue atrair cada vez mais foliões, tendo sido considerado por Horkheimer e Adorno (1978) e por Lima (2007) um “fenómeno de massas”.

Como consequência, de acordo com Dias et al. (2016), o gasto global dos visitantes no Carnaval de Torres Vedras encontra-se entre os sete e os doze milhões de euros, sendo que os autores acreditam que o consumo efetivo ronda entre os nove e os dez milhões de euros.

Tal como mencionado, o Carnaval de Torres Vedras tem a duração de seis dias, dando origem à famosa expressão “A vida são dois dias e o Carnaval de Torres são seis”, sendo estes divididos pelo seguinte programa (7 Maravilhas, 2022):

1. O carnaval tem início na sexta-feira anterior à Quarta-Feira de Cinzas, dia de entrada livre e gratuita, sendo que os festejos começam pela manhã com o corso escolar onde marcam presença milhares de alunos mascarados das várias escolas do concelho. Este primeiro dia é marcado também pela chegada dos reis e da entrega da chave da cidade por parte do Presidente da Câmara Municipal para os seus seis dias de reinado (Almeida, 2016);
2. No sábado decorre o corso do concurso dos vários grupos inscritos sendo estes, normalmente, cerca de 2000 participantes divididos em 40 grupos;
3. O Corso Diurno ocorre no domingo e terça-feira do evento. Nestes dias os carros alegóricos, cabeçudos, “Zés Pereiras” e/ou matrafonas percorrem as ruas da cidade torriense;
4. O Corso Trapalhão acontece no quarto dia do evento, segunda-feira, e consiste no dia em que o corso se encontra aberto a todos os foliões que desejem nele participar. É neste dia que, segundo Dias, Martins e Ramos (2016), o evento regista um maior número de participantes;
5. O último dia do carnaval, Quarta-Feira de Cinzas, é marcado pelo Enterro do Entrudo no Tribunal de Torres Vedras. O Enterro do Entrudo, momento de sátira a um julgamento, marca o fim do carnaval. Este tem início com um cortejo fúnebre desde o centro histórico até ao tribunal da cidade de Torres Vedras e “(...) consiste no julgamento e condenação do rei à morte e à queima do boneco que o personifica (queima do Entrudo)” (Almeida, 2016, p.194).

No entanto, as celebrações do carnaval começam um mês antes da sua data oficial com os “Assaltos de Carnaval”. Estas celebrações não oficiais acontecem nos quatro sábados anteriores à data do começo do evento, onde os foliões mascaram e preparam-se para o início oficial do carnaval.

O Carnaval de Torres Vedras possui ainda alguns elementos diferenciadores e singulares que atribuem a esta festividade um caráter único e causam atratividade, sendo estes apresentados nos pontos seguintes.

#### 2.5.2.1 Os Reis

O rei e a rainha do Carnaval de Torres Vedras consistem em dois homens torrienses que participam neste evento de forma ativa, sendo que o seu “reinado” tem a duração de um ano. Os símbolos associados aos reis são o cetro do corno (rei), como referência à sua infidelidade, e o abanico (rainha) que simboliza a ostentação associada à pobreza da família real (Almeida, 2016; Ralha, 2016).

#### 2.5.2.2 As Matrafonas

As Matrafonas são uma figura mítica do “Carnaval mais Português de Portugal” (Gomes, 2016) e consiste na tradição do sexo masculino em se vestir com roupas social e culturalmente associadas ao sexo feminino. Esta máscara “desajeitada” surge devido às grandes dificuldades financeiras do povo para adquirir outro tipo de disfarces (Almeida, 2016; Ralha, 2016), refletindo a raiz popular da festividade, bem como para representar e satirizar o sexo feminino (Almeida, 2016).

#### 2.5.2.3 O Monumento

Tal como foi mencionado anteriormente, o monumento consiste num elemento-chave do Carnaval de Torres Vedras que é desenvolvido por artistas locais e que visa satirizar as questões da atualidade nacional e internacional, não esquecendo a temática definida por parte da entidade organizadora e promotora (Carnaval de Torres Vedras, 2022d).

#### 2.5.2.4 Os Cocottes

Os *cocottes*, designação de origem francesa, consiste no “(...) invólucro de papel colorido deixando as pontas salientes fazia lembrar uma corola floral. O interior foi sucessivamente preenchido por grainha de uvas, serradura e borracha ou com misturas de

alguns destes materiais” (Ralha, 2016, p.152). Durante o curso os *cocottes* são lançados ao público por parte dos foliões presentes nos carros alegóricos, sendo que este o atira de volta para o remetente (Almeida, 2016).

#### 2.5.2.5 Os Cabeçudos

Os Cabeçudos, elemento desde cedo presente nas celebrações do Carnaval de Torres Vedras, consistem em máscaras elaboradas com pasta de papel que apresentam diferentes formas (Carnaval de Torres Vedras, 2023e). Tal como o nome indica, estes mascarados são conhecidos pelo tamanho da cabeça da sua máscara.

#### 2.5.2.6 Os Zés Pereiras

Os grupos tradicionais de bombos, também conhecidos como “Zés Pereiras”, são uma presença essencial no curso do Carnaval de Torres Vedras contribuindo para a animação do mesmo (Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial, 2023).

### 2.5.3 Carnaval de Torres Vedras e o compromisso com a sustentabilidade

O Carnaval de Torres Vedras, marca promotora da cidade, promove-se como sendo um “Eco Evento”, isto é, um evento consciente e preocupado com as questões relacionadas com a sustentabilidade ambiental tendo como objetivo diminuir a sua pegada ecológica.

De forma a consciencializar os vários envolvidos para as questões da preservação ambiental, segundo Carnaval de Torres Vedras (2022), o evento tem vindo a:

- Associar-se com diferentes projetos e iniciativas entre as quais, “Eco Evento Valorsul”, “*Loving the Planet*” ou “#DeclareAção”;
- Realizar ações de sensibilização como o a criação e distribuição do “Guia de Boas Práticas Ambientais”;
- Criar o “EcoCopo” que visa reduzir o volume de uso e desperdício de plástico;
- Incentivar os foliões a reciclar os copos de plásticos de utilização única através da sua troca por brindes e *merchandising* nos pontos de recolha;

- Promover a reciclagem e reutilização dos materiais utilizados nos carros alegóricos;
- Reduzir a poluição sonora através da reorganização da disposição dos palcos dos microeventos.

Em suma, tendo em conta a recolha de informação e a análise realizada ao *website* oficial do evento, pode concluir e afirmar-se que o Carnaval de Torres Vedras possui medidas definidas para diminuir o seu impacto ambiental negativo, no entanto, é de realçar que existe uma lacuna ao nível das questões económicas e sociais.

#### 2.5.4 “Carnaval Mais Português de Portugal” reconhecido como marca promotora da cidade de Torres Vedras

Com cem anos de história, o Carnaval de Torres Vedras tem vindo a tornar-se na imagem de marca da cidade onde este acontece, sendo a preservação da sua tradição e a sátira a questões políticas nacionais e internacionais presente nos carros alegóricos alguns dos principais fatores de atratividade do evento (Morais-Alexandre, 2020).

“Nos finais da década de 1980, o Carnaval passou a ser considerado não só na perspetiva de herança cultural, mas também como fator de desenvolvimento económico, passando a integrar uma importante componente promocional de Torres Vedras e da região Oeste” (Dias et al., 2016, p. 65). A promoção da cidade, ainda que associada ao evento, tem vindo a registar resultados animadores para o setor turístico tendo o concelho torriense, em 2019, atingido um o seu pico em proveitos totais dos alojamentos turísticos (PORDATA, 2022).

“Dada a sua história e as especificidades dos seus residentes e visitantes, (...) Torres Vedras conseguiu criar uma entidade única e, como tal, diferenciadora, posicionando a cidade como a que realiza o “Carnaval mais Português de Portugal”, aproveitando eficazmente e sem grandes custos de investimento em publicidade, as oportunidades que o evento tem trazido na promoção da sua marca de cidade, com grande impacto nacional” (Dias et al., 2016, p. 79) através, por exemplo, das inúmeras reportagens e notícias divulgadas a nível nacional que se realizam durante o decorrer do evento.

A empresa de consultadoria *Cision* elaborou, em 2013, um estudo conduzido e apresentado por Uriel Oliveira que concluiu que, através das 331 notícias publicadas sobre o

Carnaval de Torres Vedras, este evento vale cerca de cinco milhões de euros no mercado mediático (Promotorres EM, 2022). Neste sentido, pode afirmar-se que uma grande divulgação do evento pode ser decisiva na relação mental que os indivíduos fazem entre a cidade de Torres Vedras e a marca “Carnaval de Torres Vedras”.

Em suma, o Carnaval de Torres Vedras, devido à sua grande divulgação e ao facto de ser um evento de grande peso para a cidade e região onde se insere, vem cada vez mais a ser visto como a imagem de marca da cidade podendo contribuir para a atratividade e notoriedade da mesma (Ralha, 2016) e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do concelho de Torres Vedras em termos turísticos.

## 3. Metodologia

### 3.1 Enquadramento

Para a realização do presente estudo e de forma a tornar o mesmo mais fidedigno e representativo da realidade, optou-se por recorrer a dois diferentes métodos de recolha de dados: inquérito por questionário e entrevista. Neste sentido, a presente dissertação possui um carácter misto, isto é, tanto quantitativo como qualitativo.

Este trabalho de investigação segue um delineamento correlacional, pois tem como principal objetivo encontrar relação entre duas variáveis diferentes: a “localização” e a “atitude” dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras. Por outro lado, este estudo pretende também aprofundar questões como a perceção dos mesmos relativamente aos impactos sociais, turísticos e económicos, bem como ambientais do carnaval; as estratégias de planeamento do evento; e, por último, os aspetos de melhoria no seu processo de organização.

No que diz respeito ao trabalho empírico, os dados foram recolhidos entre 27 de março e 27 de abril de 2023, através da aplicação de um questionário aos residentes do concelho de Torres Vedras e da realização de entrevistas a dois representantes dos dois órgãos organizadores e promotores do evento em estudo – Pedro Fortunato (Responsável da Unidade de Comunicação e Marca – Câmara Municipal de Torres Vedras) e Rui Penetra (Presidente do Conselho de Administração – Promotorres).

De forma a responder à questão de partida – “De que forma a variável localização afeta a atitude dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras?” – e a atingir os objetivos específicos definidos, tal como se pode observar na figura 1, recorreu-se à utilização de quatro diferentes métodos: inquérito por questionário, pesquisa documental, entrevista semiestruturada e revisão bibliográfica.

DE QUE FORMA A VARIÁVEL LOCALIZAÇÃO AFETA A ATITUDE DOS RESIDENTES FACE AO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS?	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	MÉTODOS
<b>OE1:</b> Caracterização do Carnaval de Torres Vedras.	Revisão bibliográfica Pesquisa documental Entrevista semiestruturada
<b>OE2:</b> Identificar as estratégias de planeamento e organização do Carnaval de Torres Vedras.	Pesquisa documental Entrevista semiestruturada
<b>OE3:</b> Perceber se existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”.	Inquérito por questionário
<b>OE4:</b> Compreender, na perspetiva do residente, se há questões a melhorar no evento e na organização do mesmo.	Inquérito por questionário

Figura 1 - Desenho da investigação

### 3.2 Inquérito por questionário

Os inquéritos por questionário têm vindo a ser um dos principais métodos de recolha de dados a partir de fontes primárias no setor turístico (Finn, Elliott-White e Walton, 2000) devido, por exemplo, aos seus baixos custos (Sirakaya-Turk e Uysal, 2011) e pelo facto de fornecerem informações complexas e relevantes de forma simples e sucinta (Veal, 2018). Neste sentido, recorreu-se a esta metodologia de maneira a recolher dados quantitativos de grande escala de forma rápida e acessível.

Este instrumento de pesquisa tem como alvo a população com idade igual ou superior a 15 anos e residente no concelho de Torres Vedras. Assim, segundo os dados dos CENSOS 2021 (PORDATA, 2023), o universo de estudo é de aproximadamente 72 mil indivíduos. De forma a assegurar que os dados obtidos sejam muito representativos da realidade é necessário que o nível de confiança seja de 95% e a margem de erro de 5%, o que implica obter, no mínimo, 383 respostas (Sirakaya-Turk e Uysal, 2011).

A elaboração do questionário teve como base as hipóteses e objetivos definidos para a presente dissertação, bem como os vários artigos e estudos apresentados na revisão da literatura, em particular os indicados no quadro 6.

Quadro 6 - Hipóteses, objetivos, dimensões de análise e estudos de suporte

HIPÓTESES	OBJETIVOS	DIMENSÕES DE ANÁLISE	ESTUDOS DE SUPORTE	QUESTÕES
-	1. Caracterização dos inquiridos.	I. Dados sociodemográficos;	-	1, 2 e 14 – 19
<p><u>Hipótese 1:</u> Existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”.</p> <p><u>Hipótese 2:</u> Existe uma relação positiva entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”.</p> <p><u>Hipótese 3:</u> Existe uma relação negativa entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”.</p>	2. Perceber se existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”.	<p>Atitude dos residentes face ao evento:</p> <p>II. Mudança de residência;</p> <p>III. Nível de participação (atividades e/ou funções, média de dias de participação e motivações para a participação);</p> <p>IV. Recomendação dos residentes sobre o evento;</p> <p>V. Perceção sobre os impactos sociais do evento;</p> <p>VI. Perceção sobre os impactos económicos e turísticos do evento;</p> <p>VII. Perceção sobre os impactos ambientais do evento.</p>	<p>Belisle e Hoy (1980) Fredline e Faulkner (1998) Raj e Musgrave (2009) Gratton et al. (2016)</p>	1 – 10 e 13
<p><u>Hipótese 4:</u> Segundo a perspetiva da comunidade local, existem aspetos a melhorar na organização do Carnaval de Torres Vedras.</p>	3. Compreender, na perspetiva do residente, se há questões a melhorar no evento e na organização do mesmo.	VIII. Aspetos de melhoria na organização e realização do evento.	<p>Bladen et al. (2012) Beech, Kaiser e Kaspar (2014) Pielichaty et al. (2017)</p>	11 e 12

A construção do questionário passou por várias fases, sempre com a colaboração dos dois orientadores da dissertação. Antes de se chegar à versão final do questionário foi aplicado como pré-teste a 10 indivíduos da amostra, de maneira a identificar possíveis pontos de melhoria. O pré-teste foi realizado entre os dias 27 e 30 de março de 2023 e resultou na redução

do número de dimensões em estudo, bem como na alteração do vocabulário utilizado de forma a tornar o inquérito mais acessível e claro para todos.

O guião final (Apêndice V) apresenta numa primeira fase as instruções gerais, onde se divulga o objetivo principal da investigação e na qual são apresentadas informações relevantes para o preenchimento do mesmo, bem como é garantido o anonimato das respostas dadas pelos inquiridos.

O questionário é constituído por 19 questões, agrupadas em diferentes dimensões: *i)* dados sociodemográficos dos inquiridos (sexo, faixa etária, local de residência, habilitações literárias, nacionalidade, estado civil e situação profissional); *ii)* nível de participação dos mesmos no Carnaval de Torres Vedras (atividades e/ou funções em que se envolvem, média de dias de participação e motivações para a participação); *iii)* recomendação dos residentes sobre o evento; *iv)* perceção sobre os impactos sociais, económicos e turísticos e ambientais; e *v)* sugestões de melhoria a nível do planeamento e implementação do evento a ter em conta por parte das entidades organizadoras.

Na construção do questionário recorreu-se a questões de escolha múltipla, questões dicotómicas (Sim / Não), bem como a questões em Escala de *Linkert* (de 1 a 5, tendo sido incluída uma sexta opção – Não sei / Não respondo). De forma a garantir a exequibilidade do questionário, em comparação com a primeira versão criada do inquérito e com as dimensões exploradas na literatura, a investigadora optou pela redução do número de dimensões em estudo.

O questionário foi disponibilizado e respondido na plataforma *online* “*Google Forms*” e divulgado por meios eletrónicos (exemplos: redes sociais e *e-mail*) de forma a permitir aos inquiridos responder em qualquer momento (Cunha, Kastenholz e Lane, 2021). A escolha desta plataforma recaiu pelo facto de tornar a sua divulgação mais rápida, ser uma ferramenta intuitiva e por facilitar a coleta dos dados. Foram recolhidas 402 respostas no período de 27 de março a 27 de abril de 2023.

### 3.3 Entrevistas

Veal (2018) destaca algumas situações onde a escolha de métodos qualitativos de pesquisa é mais indicada, entre elas, quando o investigador considera que a temática não deve

ser abordada por si, mas sim pelos participantes ou envolvidos. Neste sentido, optou-se pela realização de entrevistas, visto que estas ajudam a verificar hipóteses (Cheia, 2010).

Foram entrevistados dois representantes das duas entidades promotoras e organizadoras do Carnaval de Torres Vedras – Pedro Fortunato (Responsável da Unidade de Comunicação e Marca – Câmara Municipal de Torres Vedras) e Rui Penetra (Presidente do Conselho de Administração – Promotorres) –, tendo esta escolha recaído pelo seu grande conhecimento e envolvimento com o tema. As entrevistas foram realizadas durante os meses de maio e junho de 2023 e tiveram durações de 26 minutos (Pedro Fortunato) e 43 minutos (Rui Penetra).

As entrevistas iniciaram-se com o pedido e a assinatura da declaração de consentimento aos entrevistados para a gravação áudio na íntegra (ver Apêndices VII), com a finalidade de obter resultados mais fidedignos e de forma a se poder voltar às respostas sempre que necessário.

Tratando-se de entrevistas semiestruturadas, foi usado como base um guião base onde estavam estipuladas as perguntas-chave da entrevista (consultar Apêndices VI), podendo ao longo das mesmas surgir outras questões relevantes para o estudo em causa.

O guião base foi construído pela investigadora, com a colaboração dos orientadores da dissertação, com o intuito de responder aos objetivos definidos, sendo estes, a caracterização do Carnaval de Torres Vedras e a identificação das estratégias de planeamento e organização deste evento.

## 4. Apresentação e discussão dos resultados

### 4.1 Apresentação dos resultados do inquérito por questionário

#### 4.1.1 Enquadramento

O tratamento e a análise dos dados recolhidos por via dos inquéritos por questionário disponibilizados na plataforma *Google Forms* foram exportados e tratados recorrendo ao *Microsoft Office Excel*. A análise estatística foi elaborada recorrendo à elaboração de quadros e gráficos com frequências absoluta e relativa, bem como medidas de tendência central e de dispersão como média, moda e desvio padrão.

O tratamento dos dados e a sua representação esquemática permitiu a análise de todas as variáveis incluídas no inquérito por questionário, entre as quais a que visou perceber se existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”, e compreender, na perspetiva do residente, se há as questões a melhorar no evento e na organização do mesmo.

No presente inquérito por questionário foram incluídas perguntas de resposta fechada (RF) ou mista (RM – combinação de resposta fechada e aberta, isto é, questões onde foi incluída a opção “outros/as”, sendo esta a designar pelo inquirido), tendo sido dividido nas sete dimensões anteriormente mencionadas (ver Quadro 6).

Para a análise dos dados recolhidos do inquérito por questionário, calcularam-se as medidas de tendência central e dispersão (Quadros 10, 11 e 12), tais como:  $n$  (número de respondentes da amostra),  $Mo$  (moda),  $\bar{x}$  (média) e  $\sigma$  (desvio padrão).

#### 4.1.2 Caracterização dos inquiridos – Dados sociodemográficos

A primeira dimensão, recolha dos dados sociodemográficos, pretende caracterizar os 402 inquiridos em termos da sua freguesia e local de residência, sexo, nacionalidade, faixa etária, nível de escolaridade, estado civil e situação profissional.

## Sexo

Em relação à distribuição dos respondentes por sexo, 283 são do sexo feminino (70,4%) e 115 do masculino (28,6%), tendo 4 pessoas (1%) selecionado a opção de “outros ou prefiro não mencionar”.

## Nacionalidade

No que concerne à nacionalidade dos inquiridos (Q15; RM), a sua maioria é Portuguesa (99% – 398 inquiridos), tendo sido, também, recolhidas respostas de pessoas de origem Brasileira (0,5% – 2 inquiridos), Francesa (0,25% – 1 inquirido) e Belga (0,25% – 1 inquirido).

## Faixa Etária

Em termos da faixa etária (Q16; RF), tal como se pode observar na figura 2, regista-se uma maior incidência em inquiridos que possuem idades compreendidas entre os 45 e os 54 anos (26,87%), seguindo-se, com valores próximos, as faixas etárias dos 35 aos 44 anos (19,65%), dos 15 e os 24 anos (18,91%) e dos 25 aos 34 anos (18,16%). As classes etárias com idades mais elevadas são as menos representadas, nomeadamente, com 12,19% a de 55 a 64 anos, 3,98% a dos 65 a 74 anos e, 0,25% da faixa etária dos 75 anos ou mais.

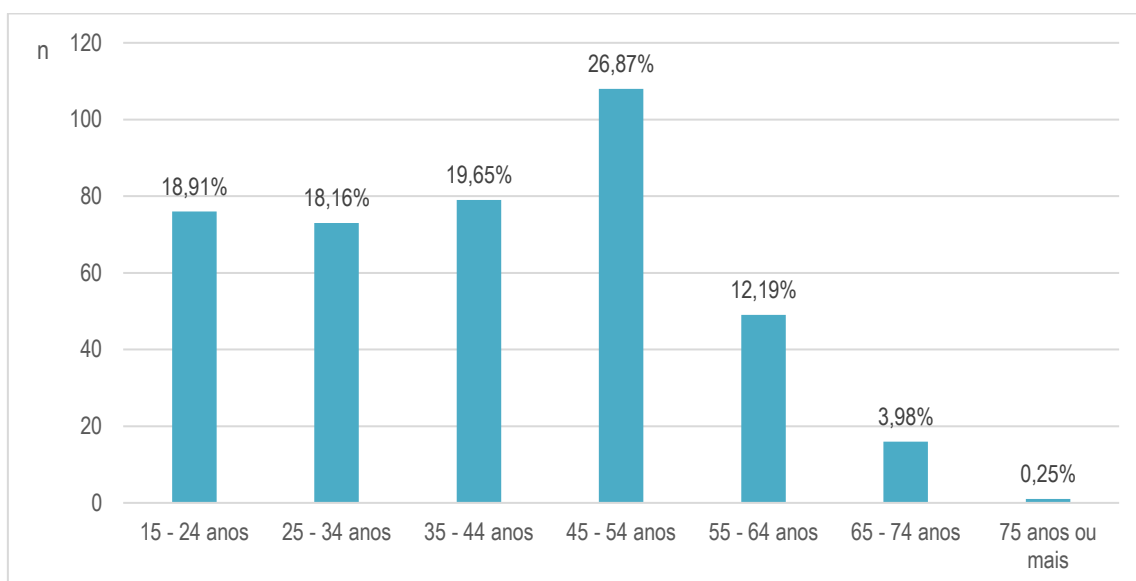


Figura 2 – Q16 | Faixa etária dos respondentes

### Nível de escolaridade

Como se pode observar na figura 3 (Q17; RF), 45,02% (n = 181) dos respondentes possuem como nível de escolaridade máxima a Licenciatura ou Bacharelato, 33,33% (134) o Ensino Secundário, 13,93% (56) têm Mestrado, enquanto apenas 7,46% (30) têm o Ensino Básico e 0,25% (1 respondente) não tem qualquer escolaridade. Não foi registada nenhuma resposta de inquiridos com o grau de Doutoramento.

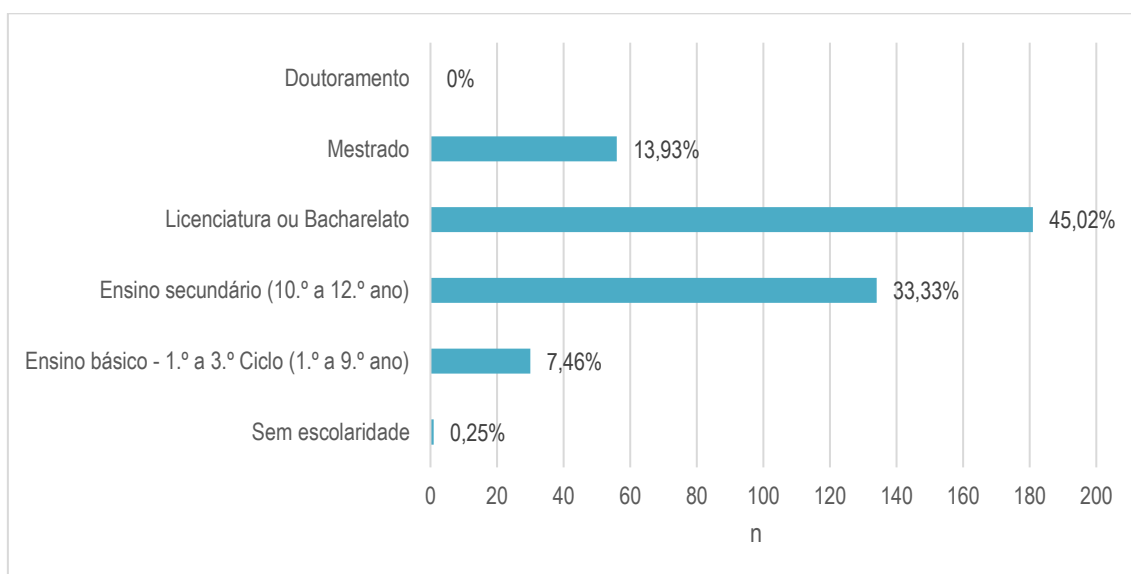


Figura 3 – Q17 | Nível de escolaridade dos inquiridos

### Estado civil

Já em relação ao estado civil (Q18; RF), 49,75% dos inquiridos são casados ou vivem em união de facto, 38,06% são solteiros, 10,45% são divorciados e, por fim, 1,74% são viúvos (Figura 4).

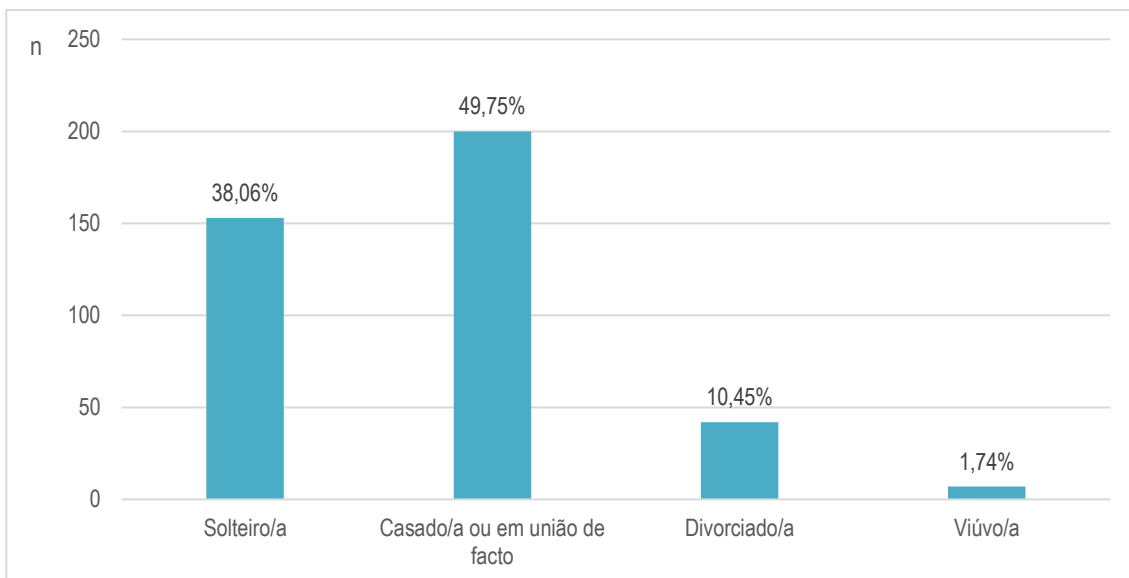


Figura 4 – Q18 | Estado civil dos respondentes

### *Situação profissional*

Quanto à situação profissional dos respondentes (Q19; RF) a maioria (68,41%, no total de 275) são empregados/as por conta de outrem. Dos restantes, 12,94% (52) trabalham por conta própria, 8,71% (35) são estudantes, 5,22% (21) são empregados/as independentes (recibos verdes), 3,23% (13) são reformados/as, e apenas 1,49% (6) são desempregados/as (Figura 5).

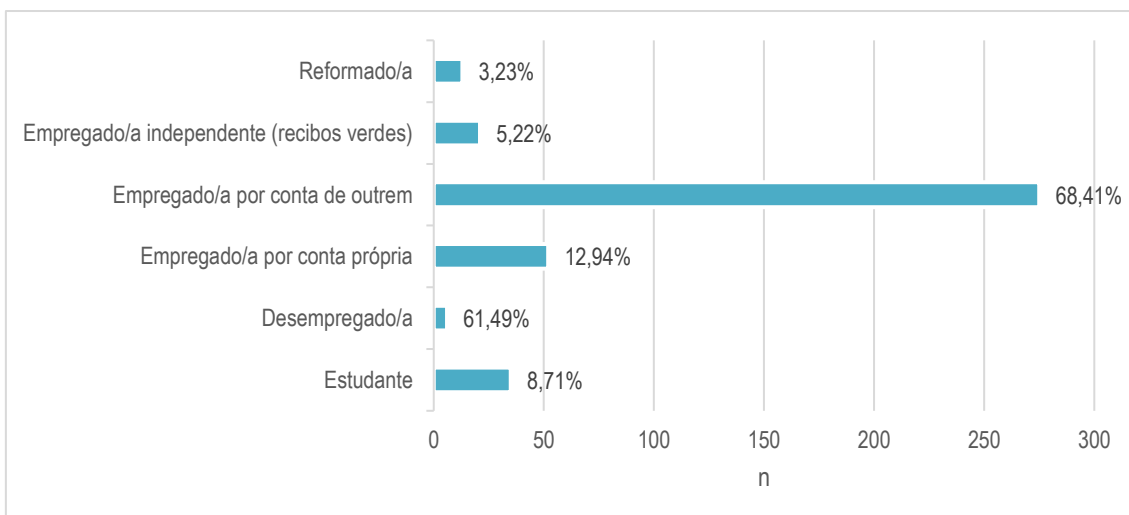


Figura 5 – Q19 | Situação profissional dos inquiridos

## Freguesia de residência

Já no que se refere ao local de residência (Q1; RF), verifica-se que a maioria reside em três freguesias do concelho de Torres de Vedras (ver Anexos I e II): 149 (37,06%) na União de Freguesias de A dos Cunhados e Maceira, 137 (34,08%) na Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães e 56 (13,93%) moram na Freguesia da Silveira. Todas as outras freguesias do concelho de Torres Vedras apresentam uma representatividade inferior a 6% (Figura 6). A União de Freguesias do Maxial e Monte Redondo não obteve qualquer resposta.

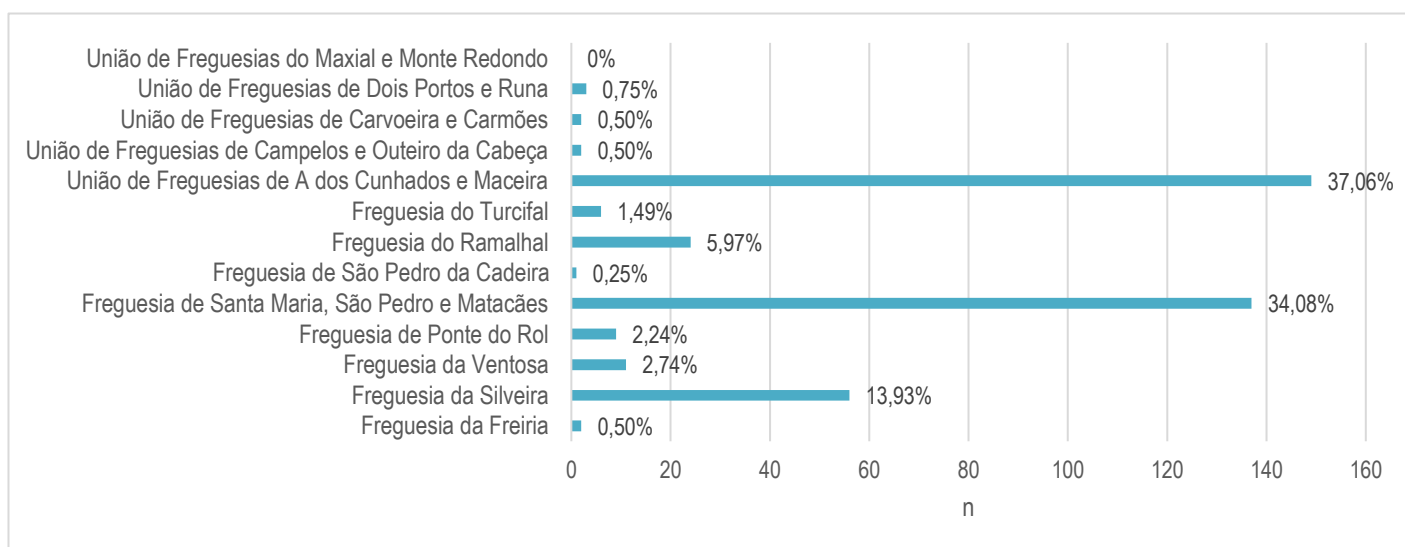


Figura 6 – Q1 | Freguesia de residência dos respondentes

## Residência no recinto do Carnaval de Torres Vedras

Dos 137 inquiridos que residem na Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães, 26 (18,98%) moram dentro do recinto onde acontece o Carnaval de Torres Vedras (Quadro 7 – Q2; RF).

Quadro 7 – Q2 | O seu local de residência insere-se dentro do recinto do Carnaval?

RESIDÊNCIA NO RECINTO	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Sim	26	18,98%
Não	111	81,02%
	137	100,00%

### **4.1.3 Relação entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento”**

De forma a definir a atitude dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras, e com o intuito de responder às hipóteses 1, 2 e 3 do presente estudo, foram tidas em conta diferentes dimensões, tendo as mesmas sido incluídas no questionário, entre as quais: i) possível mudança de residência durante o decorrer do evento; ii) níveis de participação no mesmo (onde se inclui a análise das atividades e funções em que os inquiridos estão envolvidos, média de dias de participação e principais motivações para a participação); iii) perspectiva dos inquiridos em relação aos impactos sociais, económicos e turísticos, bem como ambientais; e, por último, iv) se recomendam (ou não) a participação no carnaval.

Apresenta-se, de seguida, os resultados sobre cada uma destas dimensões, discutindo-as posteriormente no ponto 4.3, à luz da literatura sobre a temática e com os resultados das entrevistas, e relacionando-as com as hipóteses inicialmente definidas.

#### *Mudança de residência durante o evento*

Uma das problemáticas mais relevantes do estudo refere-se ao impacto direto do evento sobre os residentes, sendo dada particular atenção ao grupo dos residentes que moram dentro do local do recinto (n= 26). A estes foi realizada uma questão particular (Q3 – “Muda o local de residência durante os dias em que decorre o evento?”), sendo que apenas 7 (26,92%) referiram que mudam de residência durante a realização do evento. Infelizmente, o número de residentes no espaço onde se realiza o evento, não teve respostas suficientes para realizar uma análise estatística que permitisse estabelecer comparações entre este e os outros grupos de respondentes, no que se refere a outras variáveis.

#### *Nível de participação dos residentes no evento*

A quarta questão (RF), “participa regularmente no Carnaval de Torres Vedras (considere-se a participação em, pelo menos, três das últimas cinco edições - 2023, 2020, 2019, 2018 e 2017?)”, a maioria dos inquiridos (51,99%, n= 209) afirma que participa de forma ativa no evento, enquanto 135 respondentes (33,58%) referem que apenas assistem ao evento. Foram ainda registadas 58 respostas (14,43%) de pessoas que não participam no Carnaval de Torres Vedras (Figura 7).

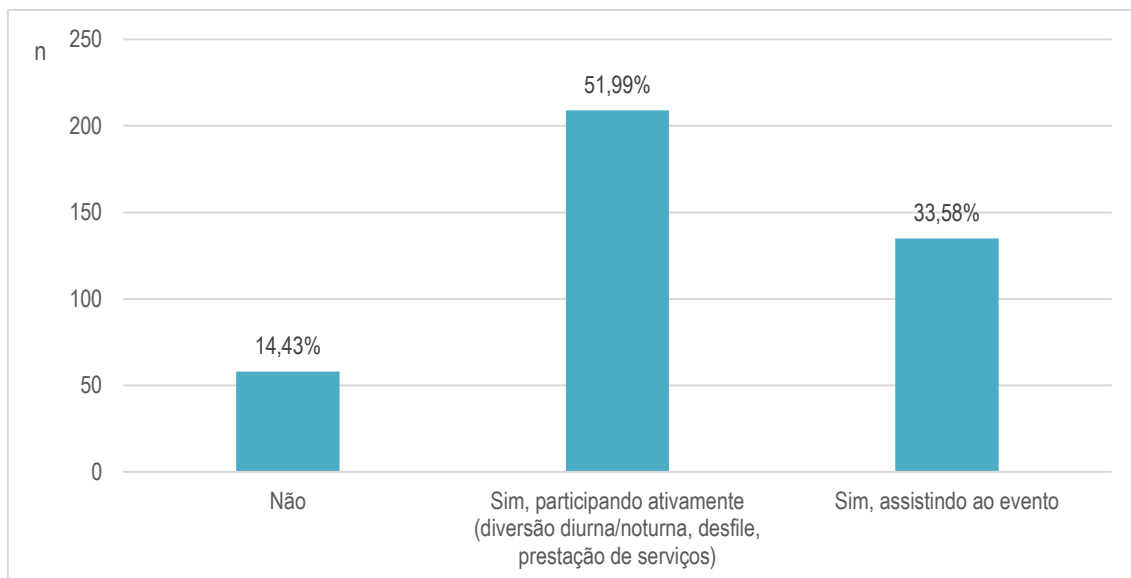


Figura 7 – Q4 | Participação dos inquiridos no Carnaval de Torres Vedras

Ainda assim, é importante analisar as suas subdimensões, que contribuem para sustentar esta afirmação, conforme os dados apresentados de seguida.

#### *Atividades e funções em que os residentes estão envolvidos*

A questão 5 permitiu perceber em que tipo de atividades ou funções se envolvem os 209 inquiridos que, na pergunta anterior, indicaram participarem ativamente no carnaval (ver Figura 8). De notar que o total de respostas é de 273, pelo facto de algumas pessoas participarem em mais do que uma atividade/função. A maioria dos respondentes (60,07%, n = 164) apenas participam na animação diurna e/ou noturna, enquanto 96 (35,16%) participam no curso.

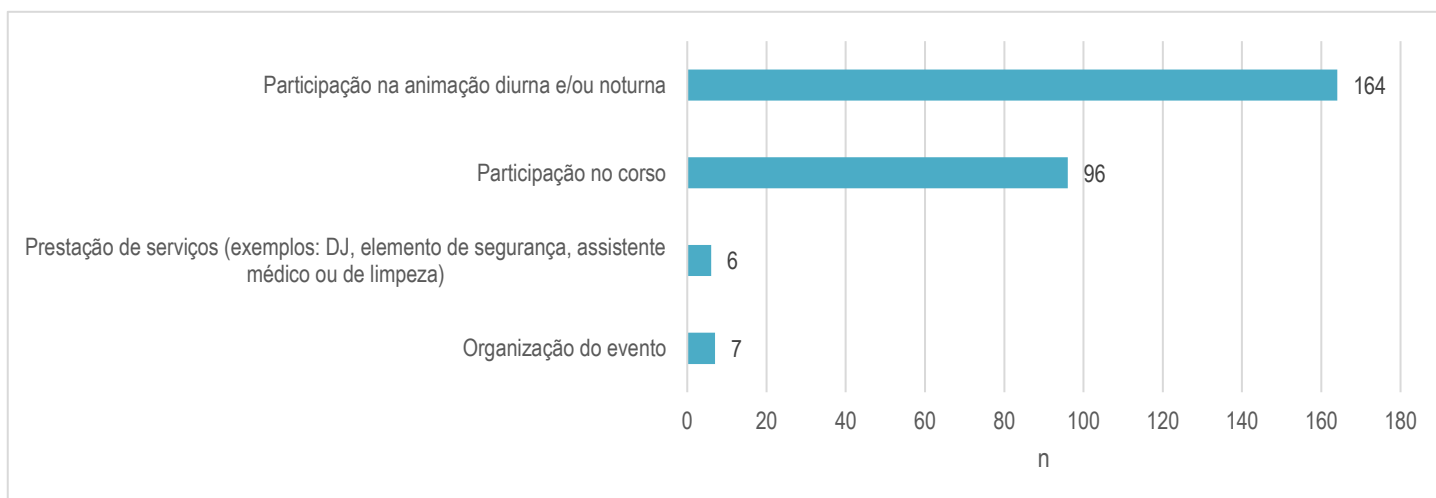


Figura 8 – Q5 | Atividades e/ou funções em que os respondentes se envolvem ou participam no Carnaval de Torres Vedras.

### *Média de dias de participação dos residentes no evento*

Em relação aos 344 respondentes que indicaram participarem no Carnaval de Torres Vedras (Q6; RF), 94 (27,33%) afirmam que participam, em média, entre 1 e 2 dias no evento; 126 (36,63%) entre 3 a 4 dias; e 124 (36,05%) entre 5 a 6 dias. Verifica-se, assim, uma distribuição muito semelhante entre estas três classes (Quadro 8).

Quadro 8 – Q6 | Em média, em quantos dias participa no evento?

MÉDIA DE DIAS DE PARTICIPAÇÃO NO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
1 a 2 dias	94	27,33%
3 a 4 dias	126	36,63%
5 a 6 dias	124	36,05%
	344	100,00%

### *Principais motivações para a participação no evento*

A sétima questão (RM) – indique quais são as suas principais motivações para participar no Carnaval de Torres Vedras (pode assinalar, no máximo, três opções) – surge com o intuito de perceber, o que leva os cidadãos a participarem no evento. Tal como é observável na figura 9 a principal motivação para participarem e frequentarem o Carnaval de Torres Vedras é a “diversão diurna e/ou noturna” (252 respostas – 25,87%), seguindo-se da “interação social / convívio” (244

– 25,05%) e a “tradição e história do evento” (174 – 17,86%). Ainda com alguma expressão é de destacar as opções “disfarces de carnaval” (155 respostas – 15,91%); “participação no curso” (79 respostas – 8,11%); e os “artistas musicais / música” (40 respostas – 4,11%). Existem, ainda, outras opções, mas todas com expressão residual.

É de destacar que a combinação “diversão diurna e/ou noturna”, “interação social / convívio” e “tradição e história do evento” foi a que registou mais respostas, com cerca de 58 inquiridos (16,86%) a selecionarem estas como as suas três principais motivações para participarem no evento.

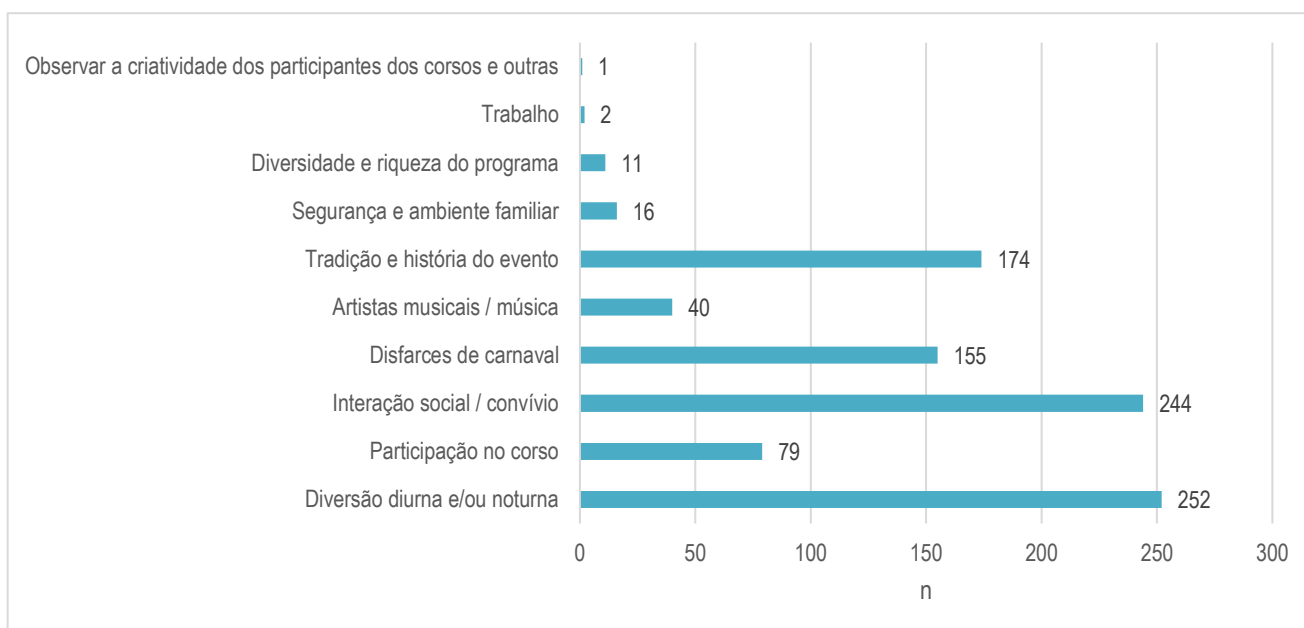


Figura 9 – Q7 | Principais motivações para participar no Carnaval de Torres Vedras.

### *Recomendação dos residentes para a participação no carnaval*

Quando questionados sobre se recomendariam a participação no Carnaval de Torres Vedras, a esmagadora maioria (358 respondentes, 89,05%) indica que “Sim” e apenas 2,49% indicam que “Não” (Quadro 9).

Quadro 9 – Q13 | Recomendaria a participação no Carnaval de Torres Vedras?

RECOMENDARIA A PARTICIPAÇÃO NO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS?	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Sim	358	89,05%
Não	10	2,49%
Talvez	28	6,97%
Não sei / Não respondo	6	1,49%
	402	100,00%

*Perspetiva dos residentes em relação aos impactos sociais, económicos e turísticos e ambientais do evento*

De maneira a perceber se existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento” foram apresentadas no inquérito um total de 19 variáveis redigidas como afirmações ligadas tanto aos impactos sociais, como económicos e turísticos, bem como aos ambientais do Carnaval de Torres Vedras. Para avaliar o nível de concordância dos inquiridos face a essas variáveis, recorreu-se à Escola de *Linkert* (1 – Discordo completamente, 2 – Discordo, 3 – Indiferente, 4 – Concordo, 5 – Concordo completamente e, por fim, 6 – Não sei / Não respondo). Note-se que, para efeitos de análise, não foram contabilizadas e consideradas as respostas “Não sei / Não respondo”.

*Impactos sociais*

Quanto aos resultados referentes aos impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras, os mesmos estão sintetizados no quadro 10 e figura 10 (Q8; RF).

Considerando os itens cujo impacto social é positivo (afirmações 8.1, 8.2, 8.3 e 8.4), verifica-se que a maioria das pessoas concordam, ou concordam totalmente, com estes itens, revelando uma opinião e/ou atitude positiva sobre estes impactos sociais (moda 4 ou 5). Foram também nestas questões que se registaram um nível maior de homogeneidade de respostas (8.1, 8.2, 8.3 e 8.4 |  $\sigma = 0,90; 0,96; 0,86; 0,84$ , respetivamente), revelando um elevado consenso na opinião dos respondentes. Entre estas variáveis as que tiveram maior nível de concordância foram a “contribui para o aumento do orgulho da comunidade local/residentes no concelho” e a “reforça o desenvolvimento da identidade cultural e social da comunidade” (moda 5 e média de

4,39), seguida da “promove o desenvolvimento, preservação e rejuvenescimento das tradições locais” (moda 5 e média de 4,37).

No que concerne às variáveis relacionadas com os impactos sociais negativos do evento (8.5, 8.6, 8.7 e 8.8) verifica-se uma concordância em todas as afirmações, à exceção do item relacionado com o aumento da criminalidade e vandalismo, cujo valor da moda revela discordância, o que provavelmente significa que muitos dos respondentes não percecionam de forma clara este impacto negativo no evento. Não obstante, foram também nestas questões que se registou um nível mais baixo de homogeneidade nas respostas (8.5, 8.6, 8.7 e 8.8 |  $\sigma = 1,33; 1,22; 1,26; 1,35$ , respetivamente) revelando pouco consenso entre os inquiridos. Entre estas é de destacar a questão 8.8 (“implica a utilização do orçamento público no evento ao invés de investimento noutros setores sociais (por exemplo: educação e/ou saúde)”) pelo facto da moda ser 4, mas a média ser inferior a 3, o que demonstra que não existem consenso entre os respondentes.

Quadro 10 – Q8 | Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:

Q	QUESTÃO/VARIÁVEL	n	1	2	3	4	5	Mo	$\bar{x}$	$\sigma$
8.1	Contribui para o aumento do orgulho da comunidade local/residentes no concelho.	397	13	6	18	135	225	5	4,39	0,90
8.2	Contribui para a criação de ligações sociais/interpessoais resultando no aumento da integração social e do sentimento de inclusão.	393	15	10	47	175	146	4	4,09	0,96
8.3	Promove o desenvolvimento, preservação e rejuvenescimento das tradições locais.	395	9	9	19	147	211	5	4,37	0,86
8.4	Reforça o desenvolvimento da identidade cultural e social da comunidade.	396	9	6	19	149	213	5	4,39	0,84
8.5	Contribui para o aumento da criminalidade e vandalismo, aumentando a sensação de insegurança.	388	80	118	53	92	45	2	2,75	1,33
8.6	Resulta na realocação e deslocação dos residentes das zonas mais próximas do recinto para a periferia durante o decorrer do evento.	344	36	73	91	91	53	4	3,15	1,22
8.7	Leva a que os residentes nas zonas mais próximas do recinto do carnaval sejam afetados negativamente durante os dias do evento (poluição, congestionamento, ruído e outros constrangimentos).	376	35	49	60	136	96	4	3,55	1,26
8.8	Implica a utilização do orçamento público no evento ao invés de investimento noutros setores sociais (por exemplo: educação e/ou saúde).	355	66	78	64	93	54	4	2,97	1,35

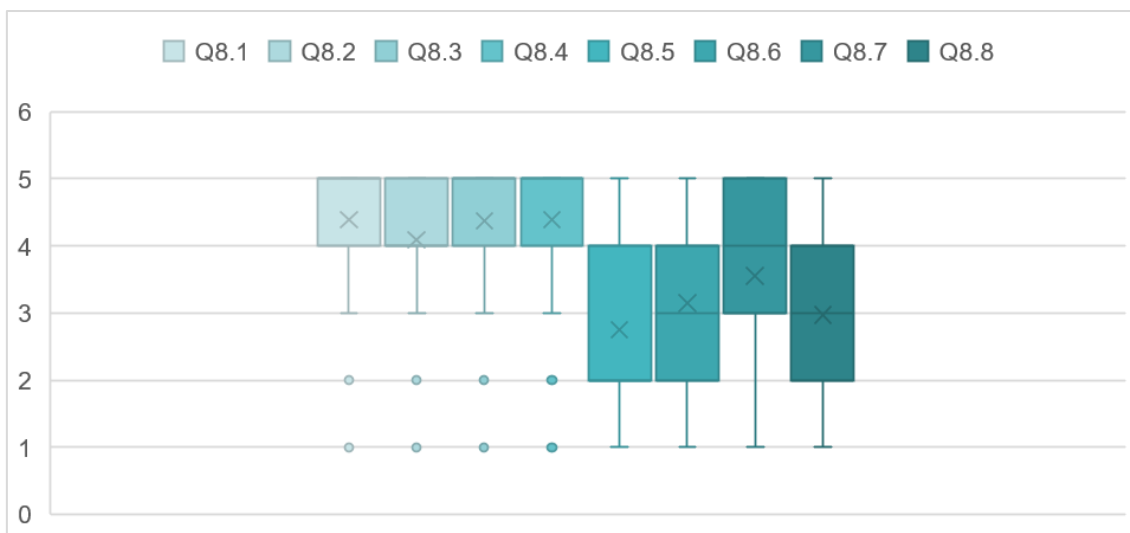


Figura 10 – Q8 | Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:

### *Impactos económicos e turísticos*

Os impactos económicos e turísticos de eventos (Q9; RF) foram também um dos parâmetros considerados com o objetivo de avaliar a perceção e atitude dos residentes em relação ao Carnaval de Torres Vedras (Quadro 11 e Figura 11).

Analisando os itens cujo impacto económico e turístico tem um efeito positivo (todos os itens, à exceção do 9.6 que se refere a impactos negativos), verifica-se que a maioria dos inquiridos concordam, ou concordam completamente com as afirmações apresentadas (moda 4 ou 5). Contudo, pela análise das frequências absolutas e da média existem algumas diferenças na avaliação destas variáveis, destacando-se como a “contribui para o aumento na procura turística da cidade” a que os respondentes apresentam maior concordância (moda 5 e média 4,4) e em oposição a variável “serve como estímulo para a construção e/ou melhoria das infraestruturas locais”, com uma média de 3,59.

No que diz respeito ao resultado do Carnaval de Torres Vedras na inflação dos produtos e/ou serviços (item 9.6, o único item desta subdimensão com impacto negativo), foi registada uma maior incidência de resposta na opção 4, o que significa que concordam com este impacto negativo, apesar de existir um número significativo de respondentes com opiniões bastante distintas.

Neste último item (9.6), em conjunto com as afirmações 9.1 e 9.3, regista-se um valor mais alto no desvio padrão, o que significa menos homogeneidade nas respostas. Pelo contrário,

nos restantes itens (9.2, 9.4 e 9.5) verificam-se maior homogeneidade de respostas ( $\sigma = 0,79$ ; 0,85; 0,99, respetivamente).

Quadro 11 – Q9 | Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos económicos e turísticos do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:

Q	QUESTÃO/VARIÁVEL	n	1	2	3	4	5	Mo	$\bar{x}$	$\sigma$
9.1	É relevante para a atração de residentes e investidores para a cidade.	383	16	28	59	151	129	4	3,91	1,07
9.2	Contribui para o aumento na procura turística da cidade.	393	6	10	8	165	204	5	4,40	0,79
9.3	Serve como estímulo para a construção e/ou melhoria das infraestruturas locais.	381	16	58	75	149	83	4	3,59	1,11
9.4	Serve como estímulo para negócios e/ou trocas comerciais.	395	5	18	30	191	151	4	4,18	0,85
9.5	Estimula as primeiras e repetidas visitas a atrações e instalações locais.	382	11	25	50	170	126	4	3,98	0,99
9.6	Causa inflação no preço dos produtos e/ou serviços.	357	23	66	71	124	73	4	3,44	1,19

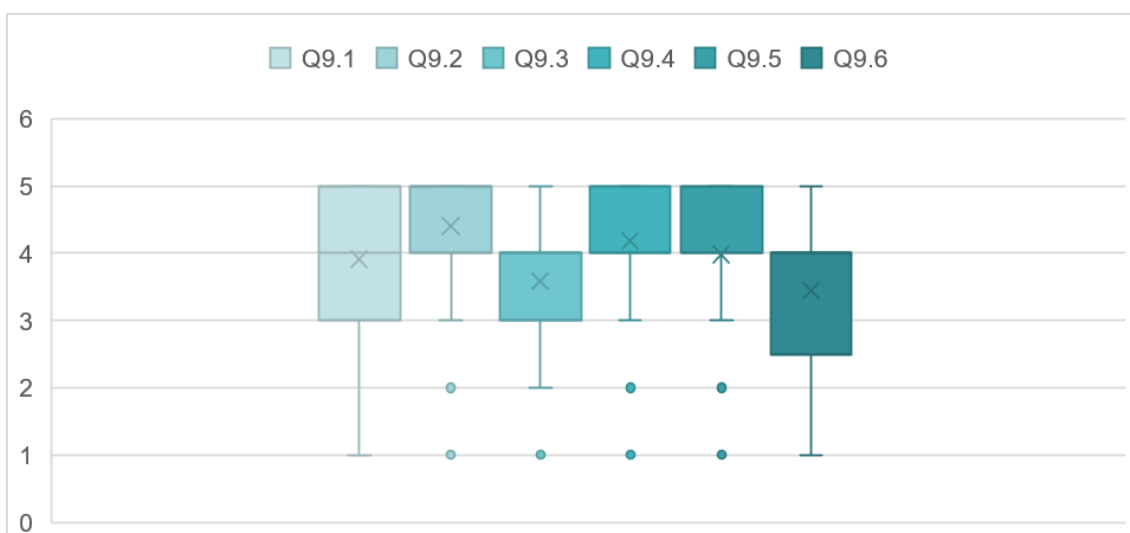


Figura 11 – Q9 | Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos económicos e turísticos do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:

### *Impactos ambientais*

Por último, de forma a ser avaliada a perceção dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras, tal como é possível observar no quadro 12 e figura 12, foram considerados os impactos ambientais dos eventos (Q10; RF).

Observando os item 10.1, verifica-se um número significativo de respostas na opção 2 (“discordo”) (moda 2 e média 2,67). Sobre esta variável, 171 respondentes não concordam que o carnaval contribui para a consciencialização das questões relacionadas com a sustentabilidade ambiental (escala 1 e 2), enquanto 102 apresentam opinião distinta (escala 4 e 5). Por outro lado, um número mais significativo dos respondentes concorda que o evento promove a criação de novas estratégias de forma a diminuir a pegada ecológica (moda 4). Porém, existe uma grande dispersão nas opiniões, com a média (2,85) a ter um valor muito diferente da moda e o desvio padrão ser de 1,18.

No que diz respeito aos itens que representam impactos ambientais negativos (10.3, 10.4 e 10.5), a avaliação é distinta entre estas 3 variáveis. Em relação às duas primeiras a moda é 4 e a média é superior a 3, enquanto a questão 10.5 a moda é 2 e a média é de 2,85. Assim, muitos dos inquiridos avaliam que o evento causa danos ambientais e congestionamento de trânsito, enquanto a maioria discorda que o evento contribui para a degradação do meio ambiente. Não obstante, pela análise do desvio padrão, verifica-se que existe uma grande dispersão em todas os itens, isto é, pouca homogeneidade e consenso acerca destes impactos (10.1; 10.2; 10.3; 10.4; 10.5 |  $\sigma = 1,14; 1,18; 1,18; 1,89; 1,24$ , respetivamente).

Quadro 12 – Q10 | Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos ambientais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:

Q	QUESTÃO/VARIÁVEL	n	1	2	3	4	5	Mo	$\bar{x}$	$\sigma$
10.1	Contribui para a maior consciencialização de todos para as questões da sustentabilidade ambiental.	369	68	103	96	87	15	2	2,67	1,14
10.2	Promove a criação de novas estratégias e modelos de forma a diminuir a pegada ecológica e a adotar hábitos mais ambientalmente conscientes.	370	60	87	92	109	22	4	2,85	1,18
10.3	Provoca grandes danos ambientais (como são exemplos: a poluição do solo, sonora e visual ou a diminuição da qualidade do ar).	378	30	87	66	145	50	4	3,26	1,18
10.4	Cria problemas com congestionamento rodoviário na cidade.	389	23	66	44	162	94	4	3,60	1,89
10.5	Contribui para a degradação do meio ambiente.	382	59	114	88	78	43	2	2,82	1,24

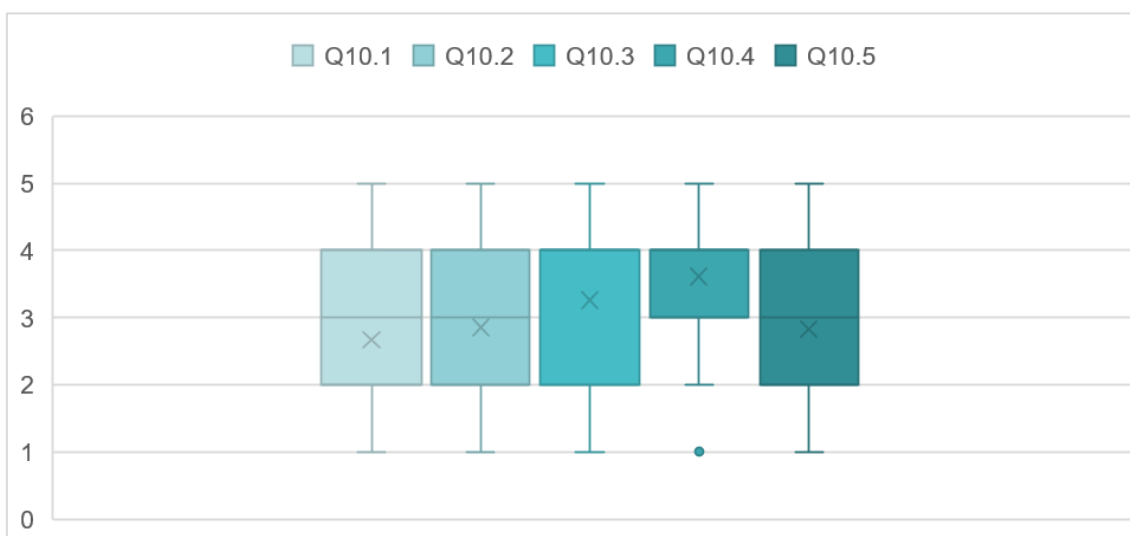


Figura 12 – Q10 | Grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos ambientais do Carnaval de Torres Vedras. O Carnaval de Torres Vedras:

#### 4.1.4 Sugestões de melhoria a nível do planeamento e realização do Carnaval de Torres Vedras

De forma a dar resposta ao quarto objetivo definido, bem como responder à hipótese 4 para a presente dissertação – compreender, na perspetiva do residente, se há as questões a melhorar no evento e na organização do mesmo – foram incorporadas no inquérito por questionário duas questões (Q11 e Q12).

Questionados se consideram que a organização e realização do Carnaval de Torres Vedras deviam ser alvos de melhorias (Q11), a maioria dos inquiridos (58,21%, n= 234) consideram que o evento deve ser melhorado, enquanto, 121 (30,10%) afirmam “Talvez” e apenas 18 (4,48%) referem que “Não”. De registar que 29 dos inquiridos (7,21%) responderam “Não sei / Não respondo” (Quadro 13).

Quadro 13 – Q11 | Considera que a organização e realização do Carnaval de Torres Vedras deviam ser alvos de melhorias?

<b>CONSIDERA QUE A ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DO CARNAVAL DE TORRES VEDRAS DEVIAM SER ALVOS DE MELHORIAS?</b>	<b>FREQUÊNCIA ABSOLUTA</b>	<b>FREQUÊNCIA RELATIVA</b>
Sim	234	58,21%
Não	18	4,48%
Talvez	121	30,10%
Não sei / Não respondo	29	7,21%
	402	100,00%

De forma a contribuir para dar resposta ao quarto objetivo definido, bem como responder à hipótese 4 da presente dissertação (compreender, na perspetiva do residente, se há as questões a melhorar no evento e na organização do mesmo), foi colocada uma questão aos respondentes que na questão anterior (Q11) selecionaram as opções “Sim” ou “Talvez”, sobre quais os aspetos que gostariam de ver alterados ou melhorados no Carnaval de Torres Vedras (Q12; RM).

A maioria dos inquiridos concorda que um dos problemas a resolver por parte da organização é a “criação de alternativas mais eficazes para as WC portáteis” (243 respostas – 24,77%). Entre várias sugestões apresentadas destacam-se ainda: i) “melhoria das condições e infraestruturas para receber pessoas com limitações motoras, mentais, visuais ou auditivas” (170 respostas – 17,33%); ii) destaca-se “aumento do reforço policial presente no evento” (148 respostas – 15,09%); iii) “maior controlo da entrada indevida de bebidas alcoólicas e/ou outras substâncias no recinto do evento” (118 respostas – 12,03%); iv) “alargamento de extensão do percurso do curso” (102 respostas – 10,40%); v) “aumento da dimensão do recinto do evento” (84 respostas – 8,56%); e, vi) “maior envolvimento e comunicação com a comunidade local no processo de planeamento do evento” (75 respostas – 7,65%). Foram indicadas ainda outras propostas, mas com fraca expressão (Figura 13).

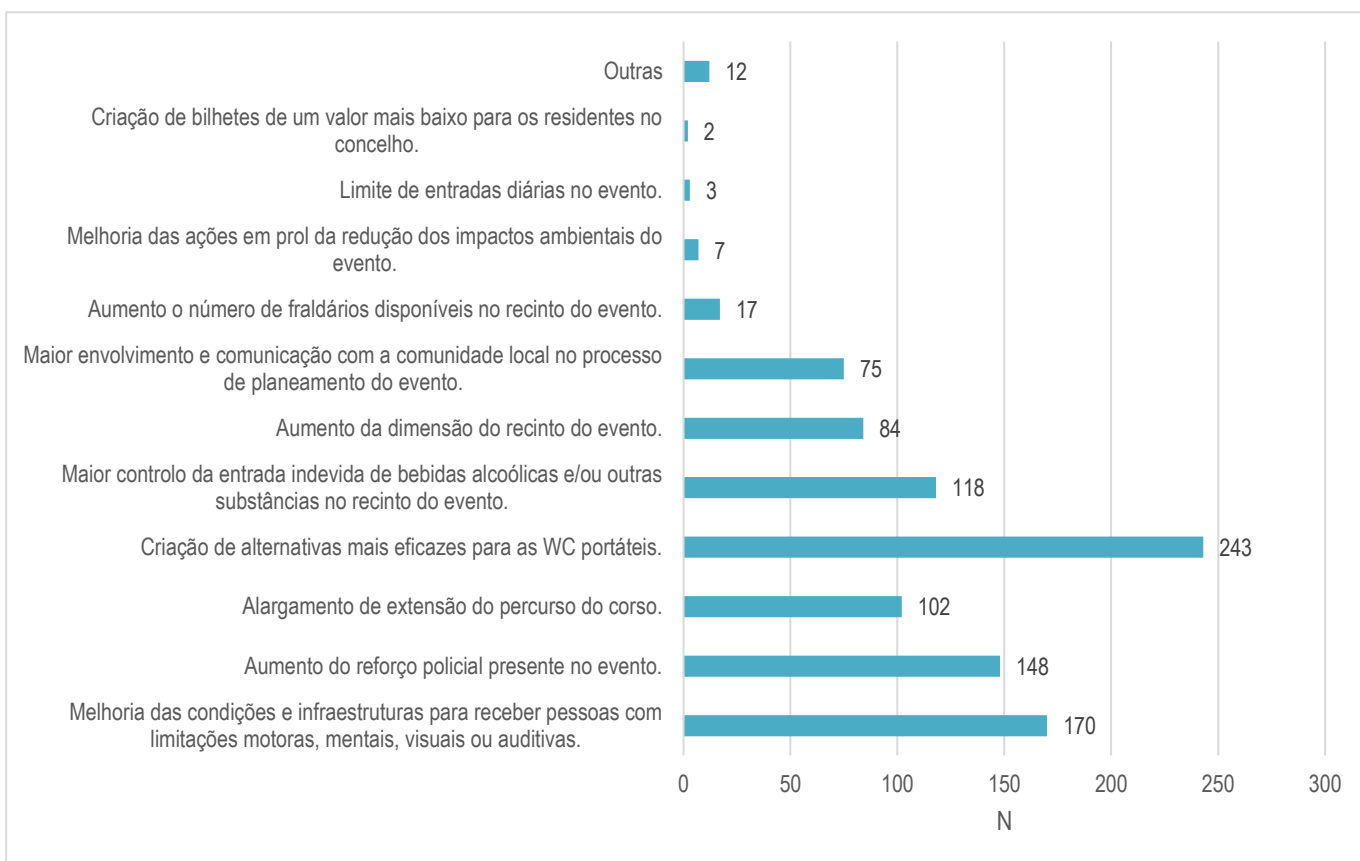


Figura 13 – Q12 | Quais os aspetos que considera que deviam ser alvos de melhoria por parte dos órgãos promotores do evento durante o processo de planeamento do Carnaval de Torres Vedras (pode assinalar, no máximo, três opções)?

## 4.2 Apresentação dos resultados das entrevistas

O processo de tratamento dos dados recolhidos das duas entrevistas realizadas iniciou-se com a transcrição integral das mesmas (consultar Apêndices IV e V), respeitando, ao máximo, o que foi transmitido ao longo de ambas as entrevistas.

A realização das entrevistas e a informação retirada das mesmas pretende contribuir para atingir dois dos objetivos definidos para a presente dissertação: a) caracterização do Carnaval de Torres Vedras; b) identificar estratégias de planeamento e organização do Carnaval de Torres Vedras.

#### 4.2.1 Promotorres – Rui Penetra

##### *Caracterização do Carnaval de Torres Vedras*

O entrevistado começa por destacar que o Carnaval de Torres Vedras “(...) é claramente o maior carnaval de Portugal e um dos grandes eventos organizados em Portugal. Estamos a falar de mais de meio milhão de pessoas, numa cidade que tem 20 mil pessoas, durante 6 dias”. O Carnaval de Torres Vedras é pensado para todos, isto é, “(...) a programação do Carnaval de Torres Vedras ele é, claramente, para todas as idades, ou seja, o público-alvo é total”.

É realçado por parte do entrevistado uma das principais características diferenciadoras do Carnaval de Torres Vedras em relação aos restantes: “nós, pelas nossas características, não temos barreiras separadoras (bancadas, cadeiras para assistir, grades, baias – tirando o curso escolar por questões de segurança das crianças), mas tudo o resto não há separação física entre quem está à beira da estrada e quem está na estrada”.

Quando questionado sobre os aspetos a melhorar no evento, o entrevistado reconhece que ainda existe algum trabalho a fazer, destacando aspetos de melhoria como: aumento do número de casas de banho disponíveis na via pública; “temos aqui um bom problema que é, os cursos diurnos e noturnos têm muita dificuldade em circular, porque estão cheios de gente em todo o lado”; grande afluência de pessoas nas entradas da zona mais baixa da cidade, afirmando que “(...) a estrutura não está preparada para aquele período crítico, está preparada para um aumento gradual, sim, mas não para toda a gente à mesma hora (...)”.

O Presidente do Conselho de Administração da Promotorres, reconhece, ainda, os impactos sociais negativos do evento, afirmando: “aquilo que eu acho que tem havido aqui é muita compreensão por parte das pessoas (no geral) para que consigamos realizar o evento neste local, com estas características e nesta dimensão, mas sim, o carnaval tem impactos negativos, também, naquilo que é o dia-a-dia de muitas pessoas (...)”.

##### *Identificação de estratégias de planeamento e organização do Carnaval de Torres Vedras*

Quando questionado sobre o processo de organização e planeamento do Carnaval de Torres Vedras, que permite responder ao terceiro objetivo específico (Figura 1) da presente dissertação, o entrevistado – Rui Penetra – destaca as suas várias fases.

O processo de organização e planeamento do Carnaval de Torres Vedras inicia-se logo após o término de uma edição do evento, o entrevistado afirma que “(...) aquilo que nós fazemos sempre após cada edição, ali naquele mês/mês e meio a seguir/dois meses, é fazer toda uma avaliação daquilo que foi a edição que terminou”.

Nos meses de abril e maio “(...) lançamos um desafio aos foliões nas redes sociais para que possam fazer sugestões de temas para a próxima edição (...)” para que as mesmas sejam votadas por parte das entidades organizadoras e promotoras, bem como pelas associações carnavalescas.

Em junho, a equipa de *design* está responsável pela criação da imagem gráfica do carnaval do ano seguinte. Ainda neste mês, mais especificamente durante o Carnaval de Verão, a empresa promotora – Promotorres – divulga um curto vídeo nas redes sociais onde releva o tema selecionado para o carnaval do ano vindouro.

Já no mês de julho é lançado “(...) vamos tratar do processo administrativo, financeiro e jurídico de lançamento do concurso público (...) para a apresentação das propostas e da construção de carros alegóricos e monumento (...)”.

A produção do *kit* (entenda-se: *kit* que possui brindes bastante personalizados alinhados com o tema do carnaval, bem como a pulseira, isto é, o bilhete de acesso a todos os dias do evento) tem início em agosto de forma que comece a ser comercializado em novembro.

O mês de setembro é marcado pela atribuição dos carros alegóricos e do monumento às empresas que venceram o concurso público “(...) para que depois as próprias empresas que os vão conceber possam começar a fazer todo o processo que é de desmantelamento dos carros existentes, aproveitamento de alguns bustos, algumas peças dos carros, porque há aqui sempre alguma reutilização (...)”. É, ainda, neste mês que a organização se reúne com as entidades de segurança e socorro “(...) PSP, Bombeiros Voluntários, Cruz Vermelha, GNR também, para que comecemos a desenhar o plano de segurança e de socorro da próxima edição”.

“Em setembro/outubro estamos a reunir com as associações carnavalescas – em outubro mais – grupos de mascarados, carros espontâneos, os cavaleiros, a percussão, ou seja, quem faz efetivamente a festa no terreno (...)”.

O entrevistado destaca ainda que nos meses de “(...) outubro/novembro estamos a oficiar a PSP de Torres Vedras para que possa junto com o Ministério da Administração Interna

tratar dos processos, por exemplo, da videovigilância porque é videovigilância em espaço público”.

Um mês antes do início do Carnaval de Torres Vedras é inaugurado o monumento. “(...) o monumento tem de estar terminado e instalado na Praça da República, pelo menos, três a quatro semanas antes do início do carnaval (...)”.

#### 4.2.2 Câmara Municipal de Torres Vedras – Pedro Fortunato

##### *Caracterização do Carnaval de Torres Vedras*

O Carnaval de Torres Vedras “(...) é uma festa popular, nasce há 100 anos, precisamente há 100 anos aqui em Torres Vedras.” Este evento conta com os reis de carnaval (figuras satíricas), sendo estes sempre dois homens locais. O evento não possui um público-alvo definido, “fazemos precisamente o contrário, é fazer uma espécie de *carpet bombing*, é tipo fazer uma passagem por todo o tipo de comunicação”.

O Carnaval de Torres Vedras, “(...) festa com dezenas de milhares de pessoas (...)” tem um carácter muito popular, característica realçada por diversas vezes ao longo de toda a entrevista, o Responsável da Unidade de Comunicação e Marca afirma: “(...) a minha opinião é, sendo uma festa popular, tem essa raiz e apesar de ter uma organização municipal continua a ser uma festa muito popular, com muita participação popular e com quando falo em participação, (é participação mesmo!) não é público, são pessoas que saltam para dentro do desfile”.

O representante da CMTV realça, ainda, a grande espontaneidade do evento como uma das suas principais características: “(...) o carnaval é uma festa muito desorganizada, no sentido em que, fechamos um recinto, faz-se um desfile, mas a maior parte dos foliões salta do público para o desfile ou surgem grupos inesperados que não estão inscritos, ou não são controláveis de alguma forma e, portanto, há uma dimensão muito espontânea que, portanto, quando dizemos a organização, trata-se sobretudo de garantir a segurança, a organização, segurança não só fisicamente do recinto, mas também da parte das bebidas, comidas, etc.”

Por último, o entrevistado destaca também a necessidade de melhorar alguns aspetos do Carnaval de Torres Vedras, nomeadamente a redução dos impactos sociais negativos do evento.

### *Identificação de estratégias de planeamento e organização do Carnaval de Torres Vedras*

Inicialmente o Carnaval de Torres Vedras era organizado por parte de coletividades e associações, tendo este processo ficado a cargo da câmara municipal da cidade. “Entretanto, a Câmara Municipal, mais tarde, há cerca de 20 anos, cria uma empresa municipal da qual é detentora a 100% - a Promotorres – dedicada precisamente à promoção do território e à organização de eventos. Naturalmente o carnaval passa a ser organizado pela Promotorres”. O entrevistado realça que a Promotorres garante principalmente “(...) que há condições para fazer a festa” (por exemplo: de segurança).

Apesar de realçar que a organização propriamente dita está a cargo da Promotorres, Pedro Fortunato destaca que “(...) de facto o ciclo do carnaval ocupa quase todo o ano, ciclo de preparação e balanço, digamos o carnaval ocupa quase todo o ano. (...) o carnaval já não é propriamente um tema sazonal para o município, é um tema que é trabalhado de forma permanente”.

Quando questionado sobre os impactos sociais negativos do evento, o responsável pela unidade de Comunicação e Marca declara “aquilo que eu acho é que, há uma preocupação com minimizar os efeitos e impacto indesejável da festa (...)”.

Por último, quando questionado sobre que aspetos considera que podiam ser melhorados no processo de planeamento do Carnaval de Torres Vedras, o entrevistado sugere, por exemplo, “(...) incluir uma fatia maior da população sobre o que é que pode ser o carnaval do futuro, acho que podia ser algo a melhorar (...)”.

## **4.3 Discussão e análise de resultados**

Apresentados os resultados obtidos por via do inquérito e das entrevistas é imperiosa a análise e discussão dos mesmos de forma a atingir os objetivos e a validar ou não as hipóteses.

Os impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras são percecionados, do ponto de vista dos inquiridos, de uma forma muito clara: os residentes evidenciam que concordam e/ou concordam amplamente com os impactos sociais positivos, mas, por outro lado, reconhecem alguns impactos negativos (à exceção do aumento da criminalidade). Sobre esta perspetiva negativa, também os dos dois representantes das duas entidades organizadoras revelam

consciência dos impactos sociais negativos que este evento tem nas pessoas em termos de, por exemplo, ruído e/ou congestionamento rodoviário.

Mais especificamente, a variável “o Carnaval de Torres Vedras contribui para o aumento do orgulho da comunidade local” (Q8.1) registou a mais elevada taxa de concordância. Acredita-se que estes resultados e o consenso na resposta demonstram que os inquiridos sentem uma ligação social, afetiva e simbólica com o local de residência, antecedente de uma atitude positiva face ao evento, o que corrobora com os estudos de Gursoy e Rutherford (2004), Eusébio, Vieira e Lima (2018), Lee (2013) e de Ramkissoon, Smith e Weiler (2013).

A contribuição do Carnaval de Torres Vedras para a criação de relações interpessoais foi, também, uma variável em estudo (Q8.2). Neste sentido, tanto Pedro Fortunato como os inquiridos concordam que o evento contribui para criar ligações e coesão social, sendo esta também a principal motivação para a participação no evento (Q7) – “interação social / convívio”.

A segunda motivação com mais expressão para a participação no carnaval – “tradição e história do evento” – vem reforçar o nível de concordância demonstrado por parte dos inquiridos na variável 8.3 (“o Carnaval de Torres Vedras promove o desenvolvimento, preservação e rejuvenescimento das tradições locais”), sendo esta opinião também partilhada por Rui Penetra. Esta história e tradição, representada, por exemplo, nos carros alegóricos, são, segundo Morais-Alexandre (2020), um dos principais fatores de atratividade do evento, o que coincide com os resultados encontrados.

À questão 8.5 – “o Carnaval de Torres Vedras contribui para o aumento da criminalidade e vandalismo, aumentando a sensação de insegurança” – os residentes afirmam que discordam a afirmação. No entanto, é de destacar que, apesar de não serem conhecidas as justificações destas escolhas, poderá existir uma possível contradição tendo em conta os resultados obtidos na questão 12, onde o terceiro aspeto de melhoria mais votado é a necessidade de reforço policial no evento.

Segundo os inquiridos o Carnaval de Torres Vedras leva à realocação e deslocação dos residentes das zonas mais próximas do recinto para a periferia durante o decorrer do evento (Q8.6), tendo esta afirmação sido confirmada pelos próprios residentes (Q3), bem como por parte de Rui Penetra através da apresentação de um exemplo real. Esta ideia vai ao encontro do estudo realizado por Brunet (1993), citado por Preuss (2005), sobre os Jogos Olímpicos em Barcelona onde também foi observável este fenómeno. Acredita-se que, de forma a diminuir os

impactos negativos do evento na população, este poderá de ter de mudar as suas características pelas quais é conhecido, por exemplo, manter-se até uma determinada hora no local onde acontece nos dias atuais e depois deslocar-se parcialmente para zonas não residenciais, diminuindo o transtorno causado nos residentes.

Quando questionados se consideram que o Carnaval de Torres Vedras afeta negativamente os residentes das zonas mais próximas do recinto do evento (Q8.7), tanto os inquiridos como ambos os entrevistados reconhecem veracidade nesta afirmação. Tal como se pode verificar e confirmar no apêndice II, a maioria dos respondentes que reside dentro do recinto do evento afirma sentir-se negativamente afetada, esta opinião pode ser resultado, por exemplo, do ruído, poluição, congestionamento rodoviário ou supressão de serviços durante o decorrer do evento.

No que concerne aos impactos turísticos e económicos do evento, registou-se alguma homogeneidade nas várias respostas sendo que, no geral, os inquiridos possuem uma perspetiva positiva do mesmo, pois foi registada concordância nos cinco impactos positivos destacados.

Foi registada concordância quando questionado se o Carnaval de Torres Vedras é relevante para a atração de residentes e investidores (Q9.1), corroborando a ideia defendida por Getz (2008), Bagiran e Kurgun (2006), bem como de Gonçalves e Umbelino (2017). Também é relevante realçar que os inquiridos acreditam que o evento serve como estímulo para a construção e/ou melhoria das infraestruturas (Q9.3), indo ao encontro de Oliveira e Januário (2007), Abrantes (2013) e Marujo (2014). Estes factos podem estar associados à receita de mais de 10 milhões de euros do evento, de acordo com Rui Penetra, que evidencia que o carnaval passou a ser considerado um fator de desenvolvimento económico (Dias et al., 2016).

Segundo os inquiridos e o entrevistado Rui Penetra, sendo a ideia também defendida por Isidoro et al. (2013), e sinalizada nos dados do PORDATA (2022), o evento contribui para o aumento da procura turística pela cidade de Torres Vedras (Q9.2). A grande homogeneidade de respostas, visível através do baixo valor do desvio padrão, pode indicar que é observável por parte da comunidade um crescente interesse turístico pela cidade.

Apesar destas perceções positivas no que diz respeito aos impactos turísticos e económicos positivos, é de realçar que os inquiridos consideram que o Carnaval de Torres Vedras pode ser um motivo para a inflação no preço dos produtos e/ou serviços (Q9.6) – única

variável que avalia o impacto económico negativo do evento. Tal pode acontecer devido ao aumento da procura por determinados tipos de produtos e/ou serviços, como são exemplos, hotelaria e restauração. Não obstante, e recuperando a teoria da troca social, é possível supor que os indivíduos continuam a considerar que o evento gera mais benefícios que custos para o seu bem-estar e qualidade de vida, daí que a maioria destes participam no evento mais de 3 dias (Q6) e recomendam-no a terceiros (Q13), tendo, por isso, uma atitude favorável (Eusébio e Carneiro, 2012; Waitt, 2003; Lee, 2013; Andereck et al., 2005; Ritchie, Shipway e Cleeve, 2009).

Em termos dos impactos ambientais do Carnaval de Torres Vedras, os resultados não foram consensuais. No entanto, é possível afirmar-se que, no geral, a opinião dos residentes não é positiva. Esta evidência contraria a ideia de Gursoy e Kendall (2006) que afirma que a atitude dos residentes é dependente das atitudes ambientais verificadas no local.

Por um lado, os inquiridos identificam que o evento não promove a consciencialização dos envolvidos para a questão da sustentabilidade ambiental (Q10.1), medida defendida por Jones (2018). Porém, quando analisada a literatura recolhida, é possível identificar algumas estratégias e medidas implementadas por parte da organização que contrariam esta opinião, nomeadamente, a associação a projetos de cariz ambiental ou a criação de ações de sensibilização. Esta discrepância leva a ponderar e/ou questionar a eficácia da comunicação realizada por parte da organização do evento sobre esta questão.

De forma até um pouco paradoxal, por outro lado, os inquiridos acreditam que o evento promove a criação de estratégias para a diminuição da pegada ecológica (Q10.2), como é exemplo, o “EcoCopo” tal como mencionado tanto na bibliografia como na entrevista realizada a Pedro Fortunato.

Ao mesmo tempo que os inquiridos acreditam que o Carnaval de Torres Vedras não causa a degradação do meio ambiente (Q10.5), estes reconhecem que o evento provoca danos ambientais (Q10.3) – como defendem Dickson e Arcodia (2010) –, causados pelos *confettis* e serpentinas (tal como mencionado por Pedro Fortunato), copos de utilização única ou garrafas de plástico que entram de forma indevida no recinto com bebidas alcoólicas (aspeto a melhorar destacado por parte dos respondentes). Este fenómeno pode ser explicado pelo facto de o evento consistir numa poluição “temporária”, pois existe uma preocupação por parte da organização na limpeza diária do espaço do recinto, tal como destacado por Rui Penetra.

Posto isto, a atitude dos inquiridos em relação aos diferentes impactos do evento (Q8, Q9 e Q10), bem como a alta taxa de recomendação do Carnaval de Torres Vedras (Q13) – 89,05% – demonstram um envolvimento e uma atitude positiva em relação ao mesmo, ideia também defendida por Pedro Fortunato. A taxa de participação ativa (Q4) e a média de dias que os inquiridos frequentam e participam no evento (Q6) são, também, fatores que contribuem para provar que a comunidade possui uma atitude positiva face ao carnaval.

## 5. Conclusões

### 5.1 Conclusões do estudo

O Carnaval de Torres Vedras, apesar do seu positivo impacto económico, por vezes, é negligenciada a questão social, isto é, o impacto do evento nas pessoas e na comunidade onde se insere.

Tendo por base a informação apresentada ao longo da dissertação, é possível considerar que foram atingidos com sucesso os quatro objetivos específicos criados e definidos para o presente estudo (Figura 1).

No que concerne ao primeiro objetivo definido para a presente dissertação – caracterização do Carnaval de Torres Vedras – é possível afirmar-se, através da apresentação de diferentes perspetivas, que este foi atingido. Com recurso à literatura sobre o tema foi possível descrever o evento, numa perspetiva mais histórica e com destaque para os elementos diferenciadores (exemplos: reis do carnaval, matrafonas, monumento ou *cocottes*). Por outro lado, também os entrevistados contribuíram com uma visão mais atual, diversificada e humanizada do Carnaval de Torres Vedras, apontando para os desafios que o evento enfrenta, isto é, por exemplo, aspetos a melhorar no futuro.

O segundo objetivo – identificar as estratégias de planeamento e organização do Carnaval de Torres Vedras – foi atingido através da realização das entrevistas. Ambos os entrevistados, mas em especial Rui Penetra (Presidente do Concelho de Administração da Promotorres) especificou de forma minuciosa e em termos cronológicos todo o processo de preparação anual do evento, ou seja, desde o fim de uma edição do evento até ao início da seguinte.

Com recurso ao inquérito por questionário foi possível atingir o terceiro objetivo – perceber se existe relação direta entre os fatores “localização do residente” e “atitude face ao evento” – bem como testar as hipóteses 1, 2 e 3. Conclui-se que, no geral, a perceção dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras é bastante positiva, embora não tenham sido obtidos resultados e dados suficientemente expressivos para garantir que existe ligação direta entre os fatores “localização” e “atitude face ao evento”, ainda que existam diferenças. Neste sentido, os resultados obtidos permitem validar as hipóteses 1 e 2 e invalidar as hipótese 3.

O último objetivo – compreender, na perspetiva do residente, quais as questões a melhorar no evento e na organização do mesmo – que está associado à hipótese 4, foi inicialmente atingido por via do inquérito por questionário, sendo que, durante o momento das duas entrevistas surgiu a oportunidade de também incluir esta dimensão. Neste sentido, é possível afirmar-se que a população residente e a própria organização identificam diversos aspetos de melhoria, validando, assim, a hipótese 4, tendo sido demonstrado por parte das entidades organizadoras uma intenção de trabalhar de forma contínua para o desenvolvimento das áreas de melhoria identificadas, sendo um exemplo prático a implementação e o uso da Inteligência Artificial para evitar as longas filas de espera e grandes aglomerados nas diversas entradas para o evento.

A investigadora considera de relevante interesse a adoção de determinadas medidas de forma a melhorar o evento e a diminuir o impacto do mesmo nos residentes, entre as quais: *i)* melhoria da comunicação no que concerne às questões ambientais do CTV; *ii)* mudança parcial do recinto do evento para zonas não residenciais; *iii)* criação de entradas e pulseiras exclusivas para os residentes que moram dentro do recinto; *iv)* construção de infraestruturas para receber pessoas com limitações motoras, mentais, visuais e/ou auditivas.

Concluindo, e respondendo à questão de partida definida para a presente dissertação – “De que forma a variável localização afeta a atitude dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras?” –, verifica-se que, no concelho de Torres Vedras, e possivelmente devido ao envolvimento e sentido de identidade cultural, o efeito da localização (entre os residentes do concelho e aqueles que residem especificamente dentro do recinto) não impacta a atitude da população. Esta atitude é globalmente positiva, mesmo atendendo a aspetos e impactos considerados e percebidos como negativos, e tal é evidente quando analisados os resultados na dimensão “recomendação do carnaval”.

## 5.2 Limitações da investigação

Durante o processo de desenvolvimento da dissertação, a investigadora deparou-se com algumas limitações. No processo da recolha de bibliografia sobre as temáticas em estudo, é notório que ainda não existe muita investigação que aborde a relação entre os fatores “localização” e “atitude face a eventos”, sendo que os existentes exploram principalmente a área

do turismo, mais concretamente, a proximidade dos residentes com os grandes centros turísticos.

Por outro lado, no que diz respeito aos métodos, uma das limitações com que a investigadora se deparou foi a dimensão do questionário. De forma a garantir a exequibilidade do questionário e evitar uma alta taxa de desistência na realização do mesmo, optou-se pela restrição das dimensões estudadas e na exclusão de perguntas que estavam incluídas na sua primeira versão. Neste sentido, não foi possível abranger todas as dimensões desejadas e mencionadas na bibliografia sobre o tema.

É de destacar, também, como limitação da investigação a falta de respondentes ao questionário que se encontrem em faixas etárias mais altas que, teoricamente, podem não ter uma participação tão ativa no Carnaval de Torres Vedras e, conseqüentemente, possuir diferentes perspetivas e atitudes face ao mesmo. Também o número de respondentes que residem dentro do recinto do carnaval poderá ser considerado pouco representativo da amostra, não permitindo uma análise mais aprofundada.

Por último, quando divulgado o inquérito por questionário e explicada a sua temática, é possível que, por não apreciarem ou apoiarem o evento, alguns potenciais inquiridos não tenham respondido ao mesmo, não trazendo para o estudo a sua perspetiva em relação ao Carnaval de Torres Vedras.

### 5.3 Linhas para futuras investigações

Tendo por base as limitações do estudo mencionadas anteriormente, é possível destacar algumas linhas para futuros trabalhos de investigação.

Uma futura investigação da temática pode passar pela abrangência das restantes dimensões não aprofundadas na presente dissertação no que concerne aos impactos sociais, económicos e turísticos, bem como ambientais do Carnaval de Torres Vedras na população residente. É de destacar, também como tópico de grande relevância para estudos futuros, tal como mencionado numa das entrevistas realizadas, o impacto identitário do Carnaval de Torres Vedras.

Considera-se, por último, de relevante interesse o estudo da relação entre os fatores “localização” e a “atitude dos residentes”, aplicando a outros eventos, com maior ou menor dimensão que o Carnaval de Torres Vedras.

O estudo destas temáticas permitirá que as entidades organizadoras e promotoras de eventos consigam adaptá-los às necessidades e interesses da população através, por exemplo, da redução dos seus impactos negativos nos residentes.

# Referências Bibliográficas

- 7 Maravilhas (2022). *Carnaval de Torres Vedras*. [online] 7 Maravilhas. Disponível em: <https://7maravilhas.pt/portfolio/carnaval-de-torres-vedras/> [obtido a 16/12/2022].
- Abrantes, A. (2013). Eventos Turísticos. In: *Introdução ao Turismo*, 5.<sup>a</sup> ed. Lisboa: Lidel, Lda. pp.243–290.
- Abreu, A.J.V., Sarmiento, E.M. e Oliveira, C.V. (2015). O papel dos eventos turísticos nas unidades de alojamento e hoteleiras e de restauração e bebidas na cidade de Torres Vedras: O caso do Carnaval. *Tourism and Hospitality International Journal*, [online] 5(1), pp.12–34. Disponível em: <http://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/article/view/145> [obtido a 14/12/2022].
- Almeida, A. (2016). O Carnaval de Torres Vedras Enquanto Manifestação Cultural Imaterial. In: *Carnaval: História e Identidade*, 1.<sup>a</sup> ed. Edições Colibri. pp.187–202.
- Andereck, K.L. e Nyaupane, G.P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), pp.248–260. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>.
- Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C. e Vogt, C.A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), pp.1056–1076. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), pp.665–690. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3).
- Avcikurt, C., Dinu, M.S., Hacıoglu, N., Efe, R., Soykan, A. e Tetik, N. (2016). *Global Issues and Trends in Tourism*. Sofia: St. Kliment Ohridski University Press. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/322406073>.
- Backman, K.F. (2018). Event Management Research: The Focus Today and in the Future. *Tourism Management Perspectives*, 25, pp.169–171. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.004>.
- Bagiran, D. e Kurgun, H. (2016). A research on social impacts of the Foça Rock Festival: the validity of the Festival Social Impact Attitude Scale. *Current Issues in Tourism*, 19(9), pp.930–948. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.800028>.

Banyté, J., Jokšaitė, E. e Virvilaitė, R. (2007). Relationship of Consumer Attitude and Brand: Emotional Aspect. *Engineering Economics*, 52(2), pp.65–77.

Barros De Oliveira, M. do R. e Salazar, A.M. (2011). Os Impactos do Turismo: O Caso da Viagem Medieval de Santa Maria da Feira. *Tourism & Management Studies*, [online] 1, pp.744–765. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867068> [obtido a 19/11/2022].

Beech, J., Kaiser, S. e Kaspar, R. (2014). *The Business of Events Management*. Pearson Education Limited.

Belisle, F.J. e Hoy, D.R. (1980). The Perceived Impact of Tourism by Residents: a Case Study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), pp.83–101. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9).

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. e Wilde, N. (2012). *Events Management: An Introduction*. 1.<sup>a</sup> ed. London: Routledge. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203852972>.

Bob, U. e Swart, K. (2009). Resident Perceptions of the 2010 FIFA Soccer World Cup Stadia Development in Cape Town. *Urban Forum*, 20(1), pp.47–59. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12132-009-9052-2>.

Boo, S., Wang, Q., e Yu, L. (2011). Residents' Support of Mega-Events: A Reexamination. *Event Management*, 15(3), 215–232. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599511X13124625650502>

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. e McDonnell, I. (2012). *Events Management*. 3.<sup>a</sup> ed. New York: Routledge.

Britto, J. e Fontes, N. (2002). *Estratégias para Eventos: uma ótica do Marketing e do Turismo*. 1.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Aleph.

Brunet, F. (1993). *Economy of the 1992 Barcelona Olympic Games*. International Olympic Committee.

Câmara Municipal de Torres Vedras (2018). *Carnaval de Torres Vedras 2018 ao ritmo do "Samba da Matrafona"*. [online] Disponível em: <http://www.cm-tvedras.pt/artigos/detalhes/carnaval-de-torres-vedras-2018-ao-ritmo-do-samba-da-matrafona/> [obtido a 13/12/2022].

Câmara Municipal de Torres Vedras (2022). *Carnaval de Verão*. [online] Disponível em: <https://www.cm-tvedras.pt/agenda/detalhes/127905/> [obtido a 10/12/2022].

Carnaval de Torres Vedras (2022a). *Carnaval de Verão*. [online] Disponível em: <https://www.carnavaldetorresvedras.pt/verao> [obtido a 10/12/2022].

Carnaval de Torres Vedras (2022b). *Sustentabilidade e Ambiente no Carnaval de Torres Vedras*. [online] Disponível em: <https://carnavaldetorres.com/p/sustentabilidade> [obtido a 24/11/2022].

Carnaval de Torres Vedras (2022c). *Temas do Carnaval de Torres Vedras*. [online] Disponível em: <https://www.carnavaldetorresvedras.pt/temas-do-carnaval> [obtido a 10/12/2022].

Carnaval de Torres Vedras (2022d). *Tradição - Monumento*. [online] Disponível em: <https://www.carnavaldetorresvedras.pt/monumento> [obtido a 10/12/2022].

Carnaval de Torres Vedras (2023e). *Tradições*. [online] Disponível em: <https://www.carnavaldetorresvedras.pt/p/tradicoes> [obtido a 16/02/2023].

Carneiro, J.B. e Fontes, N.D. (1997). Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção e Estratégia de Marketing. *Turismo em Análise*, maio, pp.65–74.

Cheia, G., (2010). Research Methods in Tourism. *GEOREVIEW: Scientific Annals of Stefan cel Mare University of Suceava*, [online] 19(2), pp.81–94. Disponível em: <http://georeview.ro/ojs/index.php/revista/article/view/98> [obtido a 04/03/2023].

Chen, N. (Chris), Dwyer, L. e Firth, T. (2018). Residents' Place Attachment and Word-of-Mouth Behaviours: A tale of two cities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, pp.1–11. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.05.001>.

Coelho, A. (1993). *Festas Costumes e outros Materiais para uma Etnologia de Portugal*. 1.<sup>a</sup> ed. Lisboa: Dom Quixote.

Cunha, D. Kastenholz, E. e Lane, B. (2021). Challenges for Collecting Questionnaire-Based Onsite Survey Data in a Niche Tourism Market Context: The Case of Wine Tourism in Rural Areas. *Sustainability*, 13(21), p.12251. DOI: <https://doi.org/10.3390/su132112251>.

Diário da República (2019). *Diário da República*. *Diário da República*, Disponível em: <https://files.dre.pt/2s/2019/03/052000000/0775707757.pdf> [obtido a 09/12/2022].

Diário da República (2022). Diário da República. *Diário da República*. [online] Disponível em: <https://dre.pt/dre/detalhe/anuncio/66-2022-181568381> [obtido a 14/12/2022].

Diário de Notícias (2022). *Carnaval de Torres Vedras é Património Cultural Nacional*. [online] Diário de Notícias. Disponível em: <https://www.dn.pt/local/carnaval-de-torres-vedras-e-patrimonio-cultural-nacional-14717140.html> [obtido a 11/04/2022].

Dias, F., Martins, R. e Ramos, D. (2016). O 'Carnaval mais português de Portugal': evento âncora na consolidação da marca Torres Vedras. *População e Sociedade*, 26, pp.62–83.

Dickson, C. e Arcodia, C. (2010). *Environmentally sustainable events: a critical review of the literature*. Brisbane.

Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. e Mules, T. (2000). A Framework for Evaluating and Forecasting the Economic Impacts of Special Events. In: *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*. Australian Centre for Event Management. pp.31–45.

Eusébio, C. e Carneiro, M.J. (2012). Impactos Socioculturais do Turismo em Destinos Urbanos. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, pp.65–75.

Eusébio, C., Vieira, A.L. e Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), pp.890–909. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695>.

Fairley, S., Tyler, B.D., Kellett, P. e D'Elia, K. (2011). The Formula One Australian Grand Prix: Exploring the triple bottom line. *Sport Management Review*, 14(2), pp.141–152. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2010.07.001>.

Finn, M., Elliott-White, M. e Walton, M. (2000). *Tourism and Leisure Research Methods: Data Collection, Analysis, and Interpretation*. Longman Pub Group.

Fredline, E. e Faulkner, B. (1998). Resident Reactions to a Major Tourist Event: The Gold Coast Indy Car Race. *Festival Management and Event Tourism*, 5(4), pp.185–205. DOI: <https://doi.org/10.3727/106527098791784475>.

Fredline, L. (2004). Host Community Reactions to Motorsport Events: The Perception of Impact on Quality of Life. In: B.W. Ritchie e D. Adair, eds. *Sport Tourism: Interrelationships*,

*Impacts and Issues*. Clevedon: Channel View Publications. pp.155–173. DOI: <https://doi.org/10.21832/9781873150672-010>.

Fredline, L., Jago, L.K. e Deery, M. (2002). Assessing the Social Impacts of Events: Scale Development. In: *Proceedings of International Event Research Conference*. Sydney: Australian Centre for Event Management. pp.760–787.

Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism*. 2.<sup>a</sup> ed. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2007). *Event 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: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>.

Getz, D. e Page, S.J. (2016a). *Event Studies: Theory, Research, and Policy for Planned Events*. New York: Routledge.

Getz, D. e Page, S.J. (2016b). *Progress and prospects for event tourism research*. *Tourism Management*, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>.

Goeldner, C.R. e Ritchie, J.R.B. (2003). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. 9.<sup>a</sup> ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Gomes, M. (2016). Raízes do Carnaval de Torres: o Desconhecido e o Surpreendente. In: *Carnaval: História e Identidade*, 1.<sup>a</sup> ed. Edições Colibri. pp.205–214.

Gonçalves, M. da S., Barata, A.J.T.S.S. e Alves, R.R. (2019). *Eventos Sustentáveis: Caracterização das Ações Ambientais Promovidas no Rock In Rio 2017*. Foz do Iguaçu.

Gonçalves, S. e Umbelino, J. (2017). Os Eventos e a Animação Turística. In: *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*, Lidel. Lisboa. pp.363–375.

Gration, D., Raciti, M., Getz, D. e Andersson, T.D. (2016). Resident Valuation of Planned Events: An Event Portfolio Pilot Study. *Event Management*, 20(4), pp.607–622. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599516X14745497664596>.

Gursoy, D. e Kendall, K.W. (2006). Hosting Mega Events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), pp.603–623. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>.

Gursoy, D. e Rutherford, D.G. (2004). Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp.495–516. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>.

Gursoy, D., Chi, C.G., Ai, J. e Chen, B.T. (2011). Temporal Change in Resident Perceptions of a Mega-event: The Beijing 2008 Olympic Games. *Tourism Geographies*, 13(2), pp.299–324. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.529935>.

Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M.A. e Netto, A.P. (2017). Impact of Trust on Local Residents' Mega-Event Perceptions and Their Support. *Journal of Travel Research*, 56(3), pp.393–406. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287516643415>.

Hall, C.M. (1989). The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events. *GeoJournal*, 19(3), pp.263–268. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF00454570>.

Hall, C.M. (1997). Mega-events and their legacies. In: *Quality Management in Urban Tourism*. Wiley. pp.75–87.

Hede, A.-M. (2007). Managing Special Events in the New Era of the Triple Bottom Line. *Event Management*, 11(1), pp.13–22. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599508783943282>.

Horkheimer, M. e Adorno, T.W. (1978). *Temas Básicos da Sociologia*. 2.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Cultrix.

Insights (2022). *Industry Glossary: Event*. [online] Events Industry Council. Disponível em: <https://insights.eventscouncil.org/Full-Article/event> [obtido a 22/11/2022].

Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial, (2023). *Ficha de Património Imaterial*. [online] Disponível em: <http://www.matrizpci.dgpc.pt/MatrizPCI.Web/InventarioNacional/DetalleFicha/530?dirPesq=0> [obtido a 16/02/2023].

Isidoro, A.M., Saldanha, S.D. de, Caetano, J. e Simões, M.M. (2013). *Manual de Organização e Gestão de Eventos*. 1.<sup>a</sup> ed. Lisboa: Edições Sílabo.

Jago, L.K. e Shaw, R.N. (1998). *Special Events: A Conceptual and Definitional Framework*. Cognizant Communication Corporation. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.3727/106527098792186775>.

Jones, M. (2018). *Sustainable Event Management: A Practical Guide*. 3.<sup>a</sup> ed. Abingdon: Routledge.

Jurowski, C. e Gursoy, D. (2004). Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism. *Annals of Tourism Research*, [online] 31(2), pp.296–312. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005>.

Kang, S.K., Lee, C.-K., Yoon, Y. e Long, P.T. (2008). Resident perception of the impact of limited-stakes community-based casino gaming in mature gaming communities. *Tourism Management*, 29(4), pp.681–694. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.011>.

Lee, T.H. (2013). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 34, pp.37–46. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>.

Li, X. (Robert), Hsu, C.H.C. e Lawton, L.J. (2015). Understanding Residents' Perception Changes toward a Mega-Event through a Dual-Theory Lens. *Journal of Travel Research*, 54(3), pp.396–410. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513517422>.

Li, X. e Wan, Y.K.P. (2017). Residents' support for festivals: integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), pp.517–535. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1224889>.

Lima, A.F. de (2007). Para a Reconstrução dos Conceitos de Massa e Identidade. *Universitas Psychologica*, 6(3), pp.613–622.

Loudon, D.L. e Bitta, A.J. della (1993). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications*. 4.<sup>a</sup> ed. New York: McGraw-Hill College.

Ma, S.C. e Rotherham, I.D. (2016). Residents' changed perceptions of sport event impacts: the case of the 2012 Tour de Taiwan. *Leisure Studies*, 35(5), pp.616–637. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1035313>.

Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), pp.336–353. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90059-C](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90059-C).

Mansfeld, Y. (1992). Group-Differentiated Perceptions of Social Impacts Related to Tourism Development. *The Professional Geographer*, 44(4), pp.377–392. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0033-0124.1992.00377.x>.

Martensen, A., Grønholdt, L., Bendtsen, L. e Jensen, M.J. (2007). Application of a Model for the Effectiveness of Event Marketing. *Journal of Advertising Research*, 47(3), pp.283–301. DOI: <https://doi.org/10.2501/S0021849907070316>.

Marujo, N. (2014). Turismo e eventos especiais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira. *Tourism & Management Studies*, [online] 10(2), pp.26–31. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743882004> [obtido a 15/11/2022].

Marujo, N. (2015a). O Contributo do Turismo de Eventos para o Desenvolvimento Turístico de uma Região. *Revista DELOS*, [online] 8, jun., pp.1–12. Disponível em: [www.eumed.net/rev/delos/23](http://www.eumed.net/rev/delos/23) [obtido a 29/11/2022].

Marujo, N. (2015b). *Turismo, Turistas e Eventos: Da Teoria à Prática*. Castelo Branco: RVJ Editores.

Masterman, G. (2021). *Strategic Sports Event Management*. 4.<sup>a</sup> ed. London: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003046257>.

Matos, V. (2007). *Carnaval de Torres - Uma História com Tradição*. 2.<sup>a</sup> ed. Torres Vedras.

Matos, V.A.A. de (1998). *Carnaval de Torres - Uma História com Tradição*. Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras.

Maylor, H. (2010). *Project Management*. 4.<sup>a</sup> ed. Financial Times Prentice Hall.

McGehee, N.G. e Andereck, K.L. (2004). Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), pp.131–140. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>.

Morais-Alexandre, P. (2020). Do Carnaval em Portugal: para a Compreensão de algumas Permeabilidades Culturais e Sociais entre o Brasil e Portugal: da Música à Ressemantização Social através da construção de um Figurino. *Extraprensa - Cultura e Comunicação na América Latina*, 14(1), pp.148–169. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.11606/extraprensa2021.175306>.

Norton, J. e Ivanovic, M. (2008). *Science of Tourism*. Cape Town: Pearson Education South Africa.

Nunkoo, R. e Gursoy, D. (2012). Residents' Support for Tourism: An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), pp.243–268. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>.

Nunkoo, R. e Ramkissoon, H. (2011). Developing a Community Support Model for Tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), pp.964–988. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>.

Nunkoo, R. e So, K.K.F. (2016). Residents' Support for Tourism. *Journal of Travel Research*, 55(7), pp.847–861. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287515592972>.

Oliveira, S.T. de e Januário, M.V.D.C. (2007). Os Eventos como Potencializadores do Turismo Regional: O Festival de Inverno Bahia. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, [online] out., pp.1–12. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/223> [obtido a 23/11/2022].

Paulo, M.J.H. (2015). *Carnaval de Torres Vedras: História e Identidade*. ISCTE-IUL. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/11030> [obtido a 23/04/2022].

Pedro, F., Caetano, J., Christiani, K. e Rasquilha, L. (2012). *Gestão de Eventos*. Lisboa: Escolar Editora.

Pêra, E.H.C. (2017). *O Espectador Espantado*. [online] Universidade do Algarve. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.1/10821> [obtido a 5/12/2022].

Pielichaty, H., Els, G., Reed, I. e Mawer, V. (2017). *Events Project Management*. [online] Nova Iorque: Routledge. Disponível em: <https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/Events%20Project%20Management%20-Pielichaty-%20H..pdf> [obtido a 16/02/2023].

Pimentel, E., Vieira, A. e Biz, A. (2017). Megaevento: Revisão crítica da literatura e agenda de investigação. *Turismo & Desenvolvimento*, (27/28), pp.2217–2229.

Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), pp.8–12. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728757801600402>.

PORDATA (2022) - *Ambiente de Consulta*. [online] Disponível em: <https://www.pordata.pt/db/municipios/ambiente+de+consulta/tabela> [obtido a 22/11/2022].

Preuss, H. (2005). The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Events. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 281–301. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184740500190710>

Promotorres EM (2020). *Meio milhão de visitantes fizeram do Carnaval de Torres Vedras um sucesso*. [online] Promotorres EM. Disponível em: <https://www.promotorres.pt/posts/view/204> [obtido a 15/02/2022].

Promotorres EM (2022). *Carnaval de Torres 2013 teve um impacto de 9 milhões de euros*. [online] Disponível em: <https://www.promotorres.pt/posts/view/42> [obtido a 16/12/2022].

Quinn, B. (2013). *Key Concepts in Event Management*. 1.<sup>a</sup> ed. SAGE Publications Ltd. DOI: <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4135/9781473914742>.

Raj, R. e Musgrave, J. (2009). *Event Management and Sustainability*. Wallingford: CABI.

Raj, R., Walters, P. e Rashid, T. (2009). *Events Management: An Integrated and Practical Approach*. Londres: SAGE Publications.

Raj, R., Walters, P. e Rashid, T. (2013). *Events Management: Principles and Practice*. 2.<sup>a</sup> ed. SAGE Publications Ltd.

Ralha, J. (2016). À espera do Carnaval de Torres: um Corso por Lisboa, Porto, Nice e Torres Vedras, com um saltinho ao Rio de Janeiro (sem samba). Uma revisitação de Memórias. In: *Carnaval: História e Identidade*, 1.<sup>a</sup> ed. Edições Colibri. pp.127–170.

Ramkissoon, H., Smith, L.D.G. e Weiler, B. (2013). Testing the Dimensionality of Place Attachment and its Relationships with Place Satisfaction and Pro-environmental Behaviours: A Structural Equation Modelling Approach. *Tourism Management*, 36, pp.552–566. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.003>.

Ramseook-Munhurrin, P. e Naidoo, P. (2011). Residents' Attitudes Toward Perceived Tourism Benefits. *International Journal of Management and Marketing Research*, [online] 4(3), pp.45–56. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1950367>.

Raposo, P. (2006). Imagens do Carnaval de Torres Vedras: Processos de Objetivação da Cultura. In: Câmara Municipal de Torres Vedras e Instituto de Estudos Regionais e do Municipalismo “Alexandre Herculano”, eds. *Turres Veteras III - História Contemporânea*. Torres Vedras. pp.201–208.

Reis, C. (2006). O Carnaval de Torres Vedras nos Primeiros Quarenta Anos do Século XX. In: Câmara Municipal de Torres Vedras e Instituto de Estudos Regionais e do Municipalismo “Alexandre Herculano”, eds. *Turres Veteras III - História Contemporânea*. Torres Vedras. pp.185–197.

Rice, C. (1997). *Understanding Customers*. 2.<sup>a</sup> ed. Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780080938349>.

Richards, G. e Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Elsevier ed. Oxford.

Richards, G., Brito, M.P. de e Wilks, L. (2013). *Exploring the Social Impacts of Events*. London: Routledge.

Ritchie, B.W. e Inkari, M. (2006). Host Community Attitudes toward Tourism and Cultural Tourism Development: the Case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), pp.27–44. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.545>.

Ritchie, B.W., Shipway, R. e Cleeve, B. (2009). Resident Perceptions of Mega-Sporting Events: A Non-Host City Perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2–3), pp.143–167. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080902965108>.

Ritchie, J.R.B. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), pp.2–11. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>.

Ritchie, J.R.B. e Aitken, C.E. (1984). Assessing the Impacts of the 1988 Olympic Winter Games: The Research Program and Initial Results. *Journal of Travel Research*, 22(3), pp.17–24. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728758402200302>.

Rodrigues, A.P., Vieira, I., Marques, C.P. e Teixeira, M.S. (2014). *Apoio da Comunidade Residente ao Desenvolvimento Turístico Sustentável: um Modelo de Equações Estruturais*

aplicado a uma Cidade Histórica do Norte de Portugal. [online] *Tourism & Management Studies*, Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.19/4241> [obtido a 29/12/2022].

RTP (2022). *Delírio em Las Vedras*. [online] Disponível em: <https://www.rtp.pt/programa/tv/p35447> [obtido a 15/12/2022].

Santana, A. (1997). *Antropologia y Turismo ¿Nuevas Hordas, Viejas Culturas?* Barcelona: Ariel.

Sautter, E.T. e Leisen, B. (1999). Managing Stakeholders: A Tourism Planning Model. *Annals of Tourism Research*, 26(2), pp.312–328. DOI: [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00097-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00097-8).

Schiffman, L.G. e Kanuk, L.L. (2004). *Consumer Behavior*. 8.<sup>a</sup> ed. Pearson Prentice Hall.

Šegota, T., Mihalič, T. e Kuščer, K. (2017). The Impact of Residents' Informedness and Involvement on their Perceptions of Tourism Impacts: The case of Bled. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), pp.196–206. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.007>.

Sheldon, P.J. e Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), pp.40–47. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(84\)90006-2](https://doi.org/10.1016/0261-5177(84)90006-2).

Silva, J.M.C.M. da (2011). *'Te Conheço de Outros Carnavais': A Linguagem das Escolas de Samba nos Circuitos da Comunicação entre Brasil e Portugal*. [online] Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/4361> [obtido a 13/12/2022].

Sirakaya-Turk, E. e Uysal, M. (2011). Survey research: sampling and questionnaire design. In: *Research methods for leisure, recreation and tourism*. Wallingford: CABI. pp.94–113. DOI: <https://doi.org/10.1079/9781845938918.0094>.

Solomon, M.R., Bamossy, G. e Askegaard, S. (2002). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. 2.<sup>a</sup> ed. Londres: Prentice Hall.

Stylidis, D., Shani, A. e Belhassen, Y. (2017). Testing an Integrated Destination Image Model Across Residents and Tourists. *Tourism Management*, 58, pp.184–195. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.014>.

United Nations (2023). *The 17 Goals*. [online] Department of Economic and Social Affairs. Disponível em: <https://ods.pt/objectivos/11-cidades-e-comunidades-sustentaveis/> [obtido a 21/03/2023].

United Nations World Tourism Organization (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. [online] New York: United Nations. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [obtido a 01/03/2022].

United Nations World Tourism Organization (2023). *Global Code of Ethics for Tourism*. [online] United Nations. Disponível em: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> [obtido a 21/02/2023].

Veal, A.J. (2018). *Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo*. Essex: Aleph.

Vieira, J.M. (2015). *Eventos e Turismo - Planeamento e Organização*. 1.<sup>a</sup> ed. Edições Sílabo.

Waitt, G. (2003). Social Impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp.194–215. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00050-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00050-6).

Yolal, M., Woo, E., Cetinel, F., e Uysal, M. (2012). Comparative research of motivations across different festival products. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(1), 66–80. DOI: <https://doi.org/10.1108/17582951211210942>.

Zaichkowsky, J.L. (1986). Conceptualizing Involvement. *Journal of Advertising*, 15(2), pp.4–34. DOI: <https://doi.org/10.1080/00913367.1986.10672999>.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. e Berry, L.L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), pp.33–46. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224298504900203>.

Zhou, J.Y. e Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), pp.78–91. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287508328792>.

# Anexos

Anexo I – Mapa do concelho de Torres Vedras (freguesias).....	80
Anexo II – Mapa da densidade populacional do concelho de Torres Vedras.....	81

## ANEXO I – MAPA DO CONCELHO DE TORRES VEDRAS

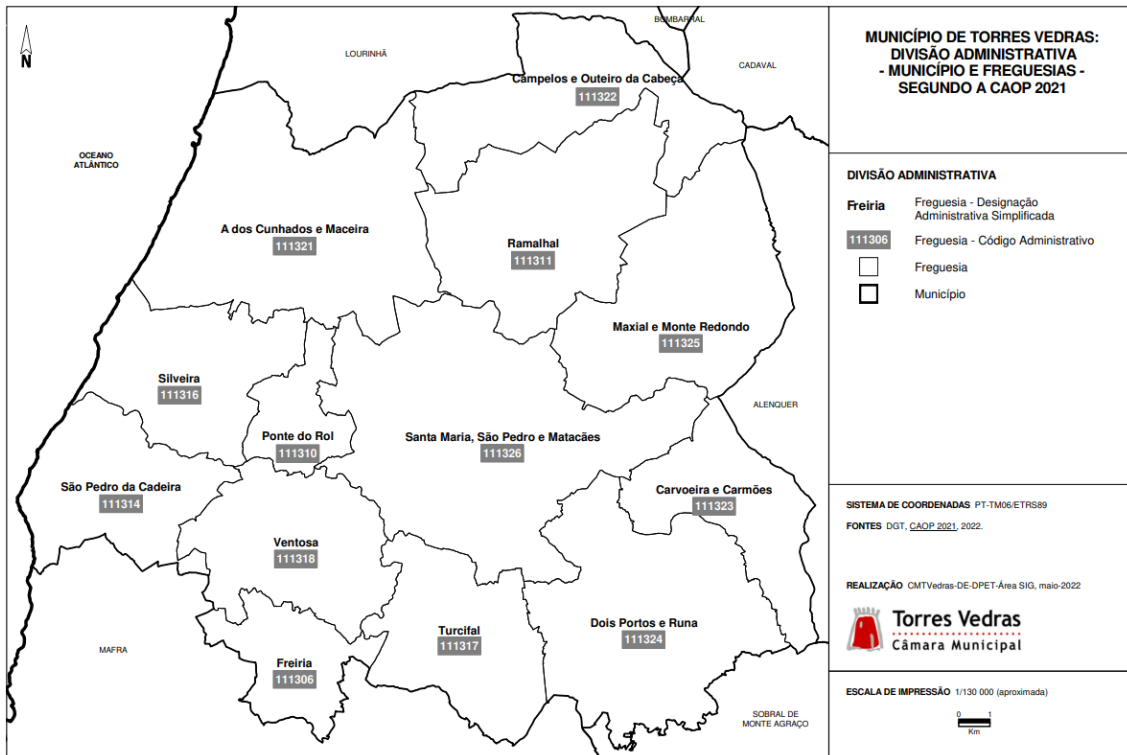


Figura 14 - Divisão administrativa do concelho de Torres Vedras (freguesias)

## ANEXO II – MAPA DA DENSIDADE POPULACIONAL DO CONCELHO DE TORRES VEDRAS

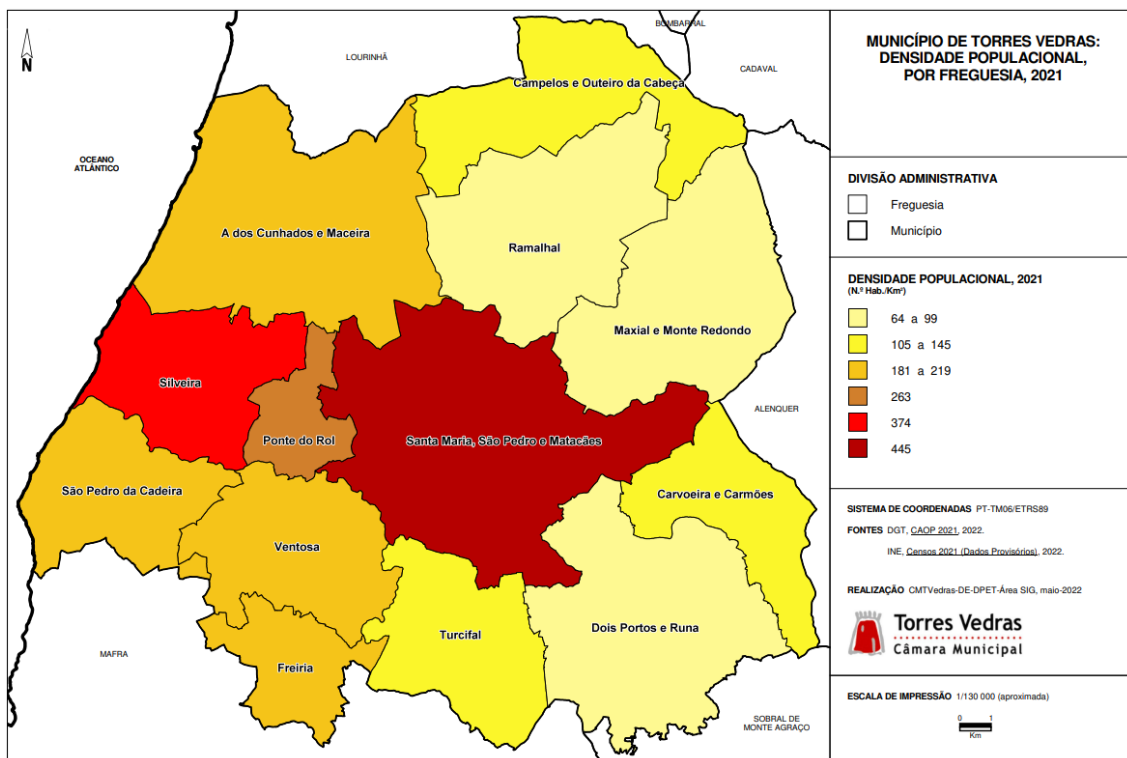


Figura 15 - Densidade populacional do concelho de Torres Vedras

# Apêndices

Apêndice I – Nível de concordância da afirmação 8.5 segundo a localização.....	83
Apêndice II – Nível de concordância da afirmação 8.7 segundo a localização.....	84
Apêndice III – Nível de concordância da afirmação 9.6 segundo a localização.....	85
Apêndice IV – Nível de concordância da afirmação 10.5 segundo a localização.....	86
Apêndice V – Inquérito por Questionário.....	87
Apêndice VI – Guiões das Entrevistas.....	95
Apêndice VII – Declaração de Consentimento para a gravação e utilização de áudio.....	96
Apêndice VIII – Entrevista a Pedro Fortunato (Câmara Municipal de Torres Vedras).....	97
Apêndice IX – Entrevista a Rui Penetra (Promotorres).....	105

APÊNDICE I – NÍVEL DE CONCORDÂNCIA DA AFIRMAÇÃO 8.5 DE ACORDO COM A

LOCALIZAÇÃO

FREGUESIA DE RESIDÊNCIA	NÍVEL DE CONCORDÂNCIA					Total Geral
	1. Discordo completamente	2. Discordo	3. Indiferente	4. Concordo	5. Concordo completamente	
Freguesia da Freiria		2				2
Freguesia da Silveira	13	13	8	15	5	54
Freguesia da Ventosa	2	4		4	1	11
Freguesia de Ponte do Rol	2	2	2	3		9
Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães	28	38	21	24	22	133
Não residentes no recinto	24	31	17	19	16	107
Residentes no recinto	4	7	4	5	6	26
Freguesia de São Pedro da Cadeira	1					1
Freguesia do Ramalhal	5	9	2	5	2	23
Freguesia do Turcifal		2	2	1		5
União de Freguesias de A dos Cunhados e Maceira	28	44	18	38	15	143
União de Freguesias de Campelos e Outeiro da Cabeça		1		1		2
União de Freguesias de Carvoeira e Carmões		1		1		2
União de Freguesias de Dois Portos e Runa	1	2				3
<b>Total Geral</b>	<b>80</b>	<b>118</b>	<b>53</b>	<b>92</b>	<b>45</b>	<b>388</b>

Quadro 14 - Nível de concordância da afirmação 8.5 de acordo com a localização.

APÊNDICE II – NÍVEL DE CONCORDÂNCIA DA AFIRMAÇÃO 8.7 DE ACORDO COM A

LOCALIZAÇÃO

Quadro 15 - Nível de concordância da afirmação 8.7 de acordo com a localização.

FREGUESIA DE RESIDÊNCIA	NÍVEL DE CONCORDÂNCIA					Total Geral
	1. Discordo completamente	2. Discordo	3. Indiferente	4. Concordo	5. Concordo completamente	
Freguesia da Freiria	1			1		2
Freguesia da Silveira	5	4	9	18	16	52
Freguesia da Ventosa	1	1	3	4	1	10
Freguesia de Ponte do Rol	1	3		2	1	7
Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães	8	20	17	46	35	126
Não residentes no recinto	5	18	15	40	24	102
Residentes no recinto	3	2	2	6	11	24
Freguesia de São Pedro da Cadeira					1	1
Freguesia do Ramalhal	4	2	3	8	5	22
Freguesia do Turcifal			2	2	1	5
União de Freguesias de A dos Cunhados e Maceira	15	17	24	53	35	144
União de Freguesias de Campelos e Outeiro da Cabeça			1		1	2
União de Freguesias de Carvoeira e Carmões		1		1		2
União de Freguesias de Dois Portos e Runa		1	1	1		3
<b>Total Geral</b>	<b>35</b>	<b>49</b>	<b>60</b>	<b>136</b>	<b>96</b>	<b>376</b>

APÊNDICE III – NÍVEL DE CONCORDÂNCIA DA AFIRMAÇÃO 9.6 DE ACORDO COM A

LOCALIZAÇÃO

Quadro 16 - Nível de concordância da afirmação 9.6 de acordo com a localização.

FREGUESIA DE RESIDÊNCIA	NÍVEL DE CONCORDÂNCIA					Total Geral
	1. Discordo completamente	2. Discordo	3. Indiferente	4. Concordo	5. Concordo completamente	
Freguesia da Freiria				2		2
Freguesia da Silveira	4	7	14	17	10	52
Freguesia da Ventosa		1	2	4	3	10
Freguesia de Ponte do Rol			1	5		6
Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães	8	30	22	42	19	121
Não residentes no recinto	6	23	19	36	18	102
Residentes no recinto	2	7	3	6	1	19
Freguesia de São Pedro da Cadeira			1			1
Freguesia do Ramalhal		5	6	8	5	24
Freguesia do Turcifal		1	3	1	1	6
União de Freguesias de A dos Cunhados e Maceira	11	21	22	43	32	129
União de Freguesias de Campelos e Outeiro da Cabeça					2	2
União de Freguesias de Carvoeira e Carmões				1		1
União de Freguesias de Dois Portos e Runa		1		1	1	3
<b>Total Geral</b>	<b>23</b>	<b>66</b>	<b>71</b>	<b>124</b>	<b>73</b>	<b>357</b>

APÊNDICE IV – NÍVEL DE CONCORDÂNCIA DA AFIRMAÇÃO 10.5 DE ACORDO COM A

LOCALIZAÇÃO

Quadro 17 - Nível de concordância da afirmação 10.5 de acordo com a localização.

FREGUESIA DE RESIDÊNCIA	NÍVEL DE CONCORDÂNCIA					Total Geral
	1. Discordo completamente	2. Discordo	3. Indiferente	4. Concordo	5. Concordo completamente	
Freguesia da Freiria	1			1		2
Freguesia da Silveira	9	17	15	8	4	53
Freguesia da Ventosa	2	3	2	3	1	11
Freguesia de Ponte do Rol	1	3	1	2	2	9
Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães	20	37	25	25	22	129
Não residentes no recinto	18	27	22	21	16	104
Residentes no recinto	2	10	3	4	6	25
Freguesia de São Pedro da Cadeira	1					1
Freguesia do Ramalhal	3	7	6	5	2	23
Freguesia do Turcifal		4	2			6
União de Freguesias de A dos Cunhados e Maceira	21	42	34	33	11	141
União de Freguesias de Campelos e Outeiro da Cabeça			1	1		2
União de Freguesias de Carvoeira e Carmões			2			2
União de Freguesias de Dois Portos e Runa	1	1			1	3
<b>Total Geral</b>	<b>59</b>	<b>114</b>	<b>88</b>	<b>78</b>	<b>43</b>	<b>382</b>

## APÊNDICE V – INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

Caro/a Participante,

No âmbito do Mestrado em Turismo e Comunicação, parceria entre a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) e o Instituto de Geografia e Ordenamento do Território – Universidade de Lisboa (IGOT-UL), serve o presente inquérito por questionário para estudar a relação entre a variável localização e a atitude dos residentes face ao Carnaval de Torres Vedras.

Neste sentido, venho por este meio solicitar a sua participação neste estudo através do preenchimento do presente inquérito que possui uma duração aproximada de 10 minutos. O questionário destina-se aos residentes no concelho de Torres Vedras, com 15 ou mais anos, pelo que apenas estes devem responder ao mesmo.

Os dados recolhidos serão utilizados exclusivamente para fins académicos. Acrescente-se, ainda, que a sua participação é totalmente voluntária e anónima. As questões assinaladas por um asterisco (\*) são de resposta obrigatória.

Ao pressionar o botão "seguinte" indica que compreendeu a informação anterior e que concorda em participar e colaborar no presente trabalho de investigação.

Muito obrigada pela sua participação.

Para qualquer informação ou dúvida contacte a investigadora Cristiana Jorge: [12781@eshte.pt](mailto:12781@eshte.pt)

### **1. Em que freguesia do concelho de Torres Vedras reside? \***

- Freguesia da Freiria
- Freguesia da Silveira
- Freguesia da Ventosa
- Freguesia de Ponte do Rol
- Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães
- Freguesia de São Pedro da Cadeira
- Freguesia do Ramalhal

- Freguesia do Turcifal
- União de Freguesias de A dos Cunhados e Maceira
- União de Freguesias de Campelos e Outeiro da Cabeça
- União de Freguesias de Carvoeira e Carmões
- União de Freguesias de Dois Portos e Runa
- União de Freguesias do Maxial e Monte Redondo

**2. O seu local de residência insere-se dentro do recinto do carnaval? \*** [Pergunta exclusiva para inquiridos que selecionem a opção “Freguesia de Santa Maria, São Pedro e Matacães” na questão 1.]

- Sim
- Não

**3. Muda o local de residência durante os dias em que decorre o evento? \*** [Pergunta exclusiva para inquiridos que selecionem a opção “Sim” na questão 2.]

- Sim
- Não

**4. Participa regularmente no Carnaval de Torres Vedras (considere-se a participação em, pelo menos, três das últimas cinco edições – 2023, 2020, 2019, 2018 e 2017)? \***

- Não [caso o inquirido selecione esta opção, será remetido para a questão 8.]
- Sim, assistindo ao evento [caso o inquirido selecione esta opção, será remetido para a questão 6.]
- Sim, ativamente no desfile ou em outras atividades (como são exemplos: diversão diurna e/ou noturna ou prestação de serviços)

**5. Indique em que atividades e/ou funções se envolve ou participa no Carnaval de Torres Vedras (pode assinalar mais que uma opção).** [Pergunta exclusiva para inquiridos que selecionem a opção “Sim, ativamente no desfile” na questão 4.] \*

- Organização do evento
- Prestação de Serviços (exemplos: *DJs*, elemento de segurança, assistente médico ou de limpeza)

- Participação no corso
- Participação na animação diurna e/ou noturna
- Outra (qual?): \_\_\_\_\_

**6. Em média, em quantos dias participa no evento? \***

- 1 a 2 dias
- 3 a 4 dias
- 5 a 6 dias

**7. Indique quais são as suas principais motivações para participar no Carnaval de Torres Vedras (pode assinalar, no máximo, três opções). \***

- Diversão diurna e/ou noturna
- Participação no corso
- Interação social / convívio
- Disfarces de carnaval
- Artistas musicais / música
- Tradição e história do evento
- Segurança e ambiente familiar
- Diversidade e riqueza do programa
- Outra (qual?): \_\_\_\_\_

**8. Assinale o seu grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos sociais do Carnaval de Torres Vedras (1- Discordo completamente | 2 – Discordo | 3 – Indiferente | 4 – Concordo | 5 – Concordo completamente | 6 – Não sei / Não respondo). O Carnaval de Torres Vedras: \***

	1	2	3	4	5	6
Contribui para o aumento do orgulho da comunidade local / residentes no concelho.						
Contribui para a criação de ligações sociais / interpessoais resultando no aumento da integração social e do sentimento de inclusão.						
Promove o desenvolvimento, preservação e rejuvenescimento das tradições locais.						
Reforça o desenvolvimento da identidade cultural e social da comunidade.						
Contribui para o aumento da criminalidade e vandalismo, aumentando a sensação de insegurança.						
Resulta na realocação e deslocação dos residentes das zonas mais próximas do recinto para a periferia durante o decorrer do evento.						
Leva a que os residentes nas zonas mais próximas do recinto do carnaval sejam afetados negativamente durante os dias do evento (poluição, congestionamento, ruído e outros constrangimentos).						
Implica a utilização do orçamento público no evento ao invés de investimento noutros setores sociais (por exemplo: educação e/ou saúde).						

**9. Assinale o seu grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos económicos e turísticos do Carnaval de Torres Vedras (1- Discordo completamente | 2 – Discordo | 3 – Indiferente | 4 – Concordo | 5 – Concordo completamente | 6 – Não sei / Não respondo). O Carnaval de Torres Vedras: \***

	1	2	3	4	5	6
É relevante para a atração de residentes e investidores para a cidade.						
Contribui para o aumento na procura turística da cidade.						
Serve como estímulo para a construção e/ou melhoria das infraestruturas locais.						
Serve como estímulo para negócios e/ou trocas comerciais.						
Estimula as primeiras e repetidas visitas a atrações e instalações locais.						
Causa inflação no preço dos produtos e/ou serviços.						

**10. Assinale o seu grau de concordância relativamente às seguintes afirmações relacionadas com os impactos ambientais do Carnaval de Torres Vedras (1- Discordo completamente | 2 – Discordo | 3 – Indiferente | 4 – Concordo | 5 – Concordo completamente | 6 – Não sei / Não respondo). O Carnaval de Torres Vedras: \***

	1	2	3	4	5	6
Contribui para a maior consciencialização de todos para as questões da sustentabilidade ambiental.						
Promove a criação de novas estratégias e modelos de forma a diminuir a pegada ecológica e a adotar hábitos mais ambientalmente conscientes.						
Provoca grandes danos ambientais (como são exemplos: a poluição do solo, sonora e visual ou a diminuição da qualidade do ar).						
Cria problemas com congestionamento rodoviário na cidade.						
Contribui para a degradação do meio ambiente.						

**11. Considera que a organização e realização do Carnaval de Torres Vedras devam ser alvo de melhorias?**

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei / Não respondo

**12. Quais os aspetos que considera que devam ser alvos de melhoria por parte dos órgãos promotores do evento durante o processo de planeamento do Carnaval de Torres Vedras (pode assinalar, no máximo, três opções)?** [Pergunta exclusiva para inquiridos que selecionem a opção “Sim” ou “Talvez” na questão 11.] \*

- Melhoria das condições e infraestruturas para receber pessoas com limitações motoras, mentais, visuais ou auditivas.
- Aumento do reforço policial presente no evento.
- Alargamento de extensão do percurso do corso.
- Criação de alternativas mais eficazes para as WC portáteis.
- Maior controlo da entrada indevida de bebidas alcoólicas e/ou de outras substâncias no recinto do evento.
- Aumento do dimensão do recinto do evento.

- Maior envolvimento e comunicação com a comunidade local no processo de planeamento do evento.
- Aumento do número de fraldários disponíveis no recinto do evento.
- Outra(s): Qual(ais)? \_\_\_\_\_

**13. Recomendaria a participação no Carnaval de Torres Vedras? \***

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei / Não respondo

**14. Sexo: \***

- Feminino
- Masculino
- Outros ou prefiro não mencionar

**15. Nacionalidade: \***

- Portuguesa
- Outra(s). Qual(ais)?: \_\_\_\_\_

**16. Faixa etária: \***

- 15 - 24 anos
- 25 - 34 anos
- 35 - 44 anos
- 45 - 54 anos
- 55 - 64 anos
- 65 - 74 anos
- 75 anos ou mais

**17. Nível de Escolaridade (indique o mais elevado): \***

- Sem escolaridade
- Ensino básico – 1.º a 3.º Ciclo (1.º a 9.º ano)
- Ensino secundário (10.º a 12.º ano)

- Licenciatura ou Bacharelato
- Mestrado
- Doutoramento

**18. Estado civil: \***

- Solteiro/a
- Casado/a ou em união de facto
- Divorciado/a
- Viúvo/a

**19. Situação profissional: \***

- Estudante
- Desempregado/a
- Empregado/a por conta própria
- Empregado/a por conta de outrem
- Empregado/a independente (recibos verdes)
- Reformado/a

As suas respostas foram registadas. Muito obrigada pela sua participação e colaboração!

Cristiana Jorge | [12781@eshte.pt](mailto:12781@eshte.pt)

## APÊNDICE VI – GUIÕES DAS ENTREVISTAS

Servem as presentes questões como base para obter informação relevante em relação à temática de planeamento e organização do Carnaval de Torres Vedras. As respostas a estas questões permitirão fornecer uma diferente perspetiva do evento contribuindo, assim, para obter resultados mais fidedignos e pertinentes ao trabalho de investigação.

Para um melhor e mais fácil tratamento dos dados, com o conhecimento e consentimento do entrevistado, proceder-se-á à gravação da entrevista na íntegra.

Nota: Estas questões consistem nas perguntas base para a realização da entrevista aos dois representantes de cada uma das entidades promotoras e organizadoras do evento – Câmara Municipal de Torres Vedras e Promotorres – havendo espaço para adaptações, se assim for necessário ou pertinente para o estudo.

1. Para que tipo de público-alvo é planeado o evento?
2. Em que momentos se divide o processo de planeamento do Carnaval de Torres Vedras?
3. Considera ser necessário de mudar alguma coisa na organização e realização do evento? Se sim, o quê e porquê?
4. De que forma são tidos em conta os impactos sociais do carnaval durante o processo de planeamento?
5. O que considera que possa ser mudado no evento de maneira que os seus impactos no dia-a-dia da população não sejam tão sentidos?

APÊNDICE VII – DECLARAÇÃO DE CONSENTIMENTO PARA A GRAVAÇÃO E UTILIZAÇÃO DE  
ÁUDIO

Eu, \_\_\_\_\_,  
declaro ter sido informado/a acerca do estudo sobre o Carnaval de Torres Vedras. O estudo é realizado pela investigadora Cristiana Jorge no âmbito da dissertação de mestrado em Turismo e Comunicação pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) em parceria com o Instituto de Geografia e Ordenamento do Território – Universidade de Lisboa (IGOT-UL), com orientação da Prof. Dra. Susana Gonçalves e coorientação do Prof. Dr. Francisco Silva. Confirmando que a temática e os objetivos do estudo me foram explicados.

Tenho conhecimento e autorizo que, para garantir a recolha de dados exatos, a entrevista seja gravada na íntegra e posteriormente transcrita. Neste sentido, autorizo que a entrevista seja guardada até à finalização da transcrição e descartada após este processo.

Confirmando que me foi informado e que autorizo a divulgação da minha identidade, da empresa e do posto em que trabalho, bem como que os dados recolhidos durante a entrevista serão utilizados exclusivamente para fins académicos e para melhoria da prática profissional.

Declaro que li e compreendi esta informação e que aceito em participar na entrevista de forma voluntária.

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / 2023

Assinatura do entrevistado: \_\_\_\_\_

APÊNDICE VIII – ENTREVISTA A PEDRO FORTUNATO (CÂMARA MUNICIPAL DE TORRES  
VEDRAS)

**Como já mais ou menos lhe expliquei o contexto da minha dissertação, eu gostaria com vocês – organização – de perceber em primeiro lugar e de uma forma muito geral, quando pensam no carnaval e quando começam com o processo, para que público-alvo planeiam o evento?**

PF: Sim, para falar aqui do carnaval e da organização dele, primeiro temos de pensar um bocadinho na história do carnaval. O carnaval é uma festa popular, nasce há 100 anos, precisamente há 100 anos aqui em Torres Vedras. Já havia obviamente manifestações de carnaval antes, aquilo que nós celebramos agora com o centenário do carnaval é a primeira vez que se organiza um cortejo de chegada dos reis; portanto passa a ser inaugurada uma das tradições mais antigas do Carnaval de Torres Vedras que é a existência de um rei do carnaval que é uma figura satírica, que é sempre uma figura local, e uma rainha do carnaval um ano mais tarde, também, e que são sempre dois homens locais. Portanto, inicialmente o carnaval é organizado, ou este carnaval, pelo menos, é organizado por uma elite local com muito elementos de sátira política local, mas também nacional, inclusivamente sátira à monarquia que tinha deixado de existir há não muito tempo atrás e o carnaval vai absorvendo, ou pelo menos ocupando o lugar de outras manifestações populares, se calhar mais locais, mais bairristas que existiam e torna-se numa festa maior e vai-se formando, na cidade primeiro e no concelho depois, praticamente a única festa de carnaval que existe, o Carnaval de Torres Vedras. Para nós torrienses é um bocadinho difícil de conceber o carnaval de outras maneiras, de outro tipo de manifestações, mas este carnaval que nós temos, com as características que tem (Cabeçudos, Zés Pereiras, Matrafonas, Reis, etc.) existe também noutros sítios com estas características aquilo que nós temos aqui em Torres Vedras é, mais ou menos, como uma receita culinária: os ingredientes são comuns a outras receitas, o que nós fazemos aqui é uma combinação muito própria dos vários ingredientes. A dada altura o carnaval foi crescendo, foi-se expandindo, surgiram outros carnavais com bastante peso a nível nacional e sobretudo ligados a tradições de carnaval vindas do Brasil, portanto não as tradições mais antigas de carnaval portuguesas, mas tradições vindas do Brasil, com as escolas de samba etc.... é o caso de Ovar, Sesimbra e outros. Ao mesmo tempo existiam também os carnavais, o entrudo tradicional, por exemplo, de Lazarim ou de Vinhais, mais ligados aos caretos e à máscara ibérica e Torres Vedras ficou aqui entre tradições de entrudo, como por exemplo, o Enterro do Entrudo que

temos, a chegada dos reis etc. e o carnaval um pouco mais contemporâneo, mais atualizado digamos, do que estes carnavais muito tradicionais. A dada altura o Carnaval de Torres Vedras cresce bastante e percebe-se que, eventualmente, isto foi a seguir a um ano em que não se realizou o carnaval precisamente por causa de umas cheias em Torres Vedras, eu creio que 1984 – não sei se 84 ou 85! – e a seguir dá-se, digamos, uma municipalização do carnaval, portanto de uma comissão de festas, de uma comissão organizadora do carnaval que existia há muitas décadas, geralmente, ligada a coletividades, a associações etc. o carnaval torna-se organizado pela Câmara Municipal, onde tem constituída uma comissão na mesma, mas associada à Câmara Municipal. Entretanto, a Câmara Municipal, mais tarde, há cerca de 20 anos, cria uma empresa municipal da qual é detentora a 100% - a Promotorres – dedicada precisamente à promoção do território e à organização de eventos. Naturalmente o carnaval passa a ser organizado pela Promotorres. Quando digo organizado, o carnaval é uma festa muito desorganizada, no sentido em que, fechamos um recinto, faz-se um desfile, mas a maior parte dos foliões salta do público para o desfile ou surgem grupos inesperados que não estão inscritos, ou não são controláveis de alguma forma e portanto há uma dimensão muito espontânea do carnaval que, portanto, quando dizemos a organização, trata-se sobretudo de garantir a segurança, a organização, segurança não só fisicamente do recinto, mas também da parte das bebidas, comidas, etc. Portanto, a organização do carnaval é feita pela empresa municipal, mas consiste sobretudo em garantir que há condições para fazer a festa; a festa, de certa forma, acontece espontaneamente mesmo que esta organização não existisse e aconteceu isso primeiro no primeiro ano após as restrições da pandemia, após o confinamento, não houve carnaval organizado pelo município e, no entanto, houve um mini desfile e houve gente na rua, etc. E, portanto, a organização propriamente dita que cabe à empresa municipal. Claro que, a Câmara Municipal, enquanto detentora da empresa municipal e também detentora de muitos dos meios físicos para a produção do evento, também tem uma parte a dizer, a parte que me toca, enquanto responsável da unidade de comunicação e marca, a unidade de comunicação e marca tem, digamos, três dimensões: parte de comunicação e de divulgação da atividade, da oferta de serviços municipal; a parte de marca que no fundo trata da propriedade intelectual, pronto o registo das marcas e a proteção dessas marcas; e depois da produção de eventos também temos. No que toca ao carnaval, nós não fazemos aqui a parte de comunicação do carnaval, ela é feita pela empresa municipal, exceto a parte de assessoria de imprensa, nós fazemos a relação com os media, portanto aquilo que é PR e assessoria de imprensa é feito aqui... e é uma parte muito significativa daquilo que é a comunicação do carnaval, por que o carnaval não tem tido, não precisa de cartazes, *outdoors* ou *mupies* etc., publicidade paga na televisão ou na

imprensa... não tem tido até porque há um limite físico para aquilo que a cidade pode receber de pessoas e, portanto, não tem tido isso e é suficiente para termos na mesma o recinto cheio, aquilo que nós trabalhamos aqui na unidade de comunicação e marca é a notoriedade do carnaval, é a percepção de que, no leque de carnavais existentes no país, nós somos provavelmente o mais procurado, o mais falado, enfim... nós trabalhamos essa parte da reputação e da percepção positiva do carnaval, fazemos isso com a imprensa através do envio de notas de imprensa, convites à comunicação social para visitar o carnaval, acompanhamento de reportagens, antes do carnaval, nos preparativos, durante o carnaval também e, portanto, esta é a parte de comunicação e a parte de marca trata-se de proteger o uso indevido da marca Carnaval de Torres Vedras, por exemplo, apropriação comercial da marca para venda de produtos ou para a organização de eventos paralelos ao carnaval e que possam de alguma forma não ser claros para o público que não se tratam da organização oficial do carnaval, essa é a parte da marca e depois a parte da produção de eventos, no nosso caso, trata-se de apoiar montagens da empresa municipal na preparação do carnaval.

**Então acho que pode dizer-se que o carnaval se calhar não tem um público-alvo definido, ou seja, é um pouco para todos...**

**PF:** Sim, o carnaval não tem um público-alvo definido, e no fundo nós não vamos à procura, não temos um plano para atingir um público-alvo muito definido. Fazemos precisamente o contrário, é fazer uma espécie de *carpet bombing*, é tipo fazer uma passagem por todo o tipo de comunicação; por exemplo, o monumento é a primeira peça que é apresentada no carnaval, é uma espécie de carro alegórico que não anda e que é situada aqui no recinto do carnaval, quando nós inauguramos o monumento, cerca de um mês antes do carnaval, vamos fotografá-lo, vamos buscar a memória descritiva e tentamos selecionar aspetos do monumento que possam interessar a comunicação específica. Se há um Cristiano Ronaldo representado no monumento, nós vamos enviar para os jornais desportivos nacionais essa imagem e a memória descritiva, se há uma figura pública – um apresentador de televisão ou outro – vamos enviar para a imprensa cor de rosa, ou seja, nós fazemos notas de imprensa ou comunicados muito específicos para quase todo o tipo de comunicação social desde que haja uma ligação com o carnaval; política internacional também enviamos notas de imprensa internacionais com algumas figuras internacionais e enviamos para as agências como a *France Press* ou enviamos também para a BBC ou outros que às vezes pegam nesse facto de estar uma Angela Merkel ou o António

Guterres representado etc. e pegam nisso. E também temos tido, além da imprensa nacional, temos tido também agências de comunicação internacionais que vêm ao nosso carnaval captar imagens seja para publicar diretamente, seja para abrir o *feed* para outros meios comunicação. Depois temos a *Associated Press*, *France Press*, temos a *Xinhua* – que é uma agência chinesa que costuma cá vir – portanto temos o carnaval difundido um pouco por todo o mundo.

**Por parte da câmara, desde o momento em que se começa a idealizar a temática, ou seja, desde os primeiros passos (pensar no carnaval do ano seguinte) até ao momento em que termina o carnaval, como é o processo de pensar e planear o evento?**

**PF:** A maior parte desses preparativos, mesmo a esmagadora maioria, é feita pela empresa municipal Promotorres, portanto será eles a entidade indicada para acompanhar o processo todo. Aquilo que acontece é que, costuma-se dizer que, acaba o carnaval e estamos a pensar no próximo... de facto o ciclo do carnaval ocupa quase todo o ano, ciclo de preparação e balanço, digamos o carnaval ocupa quase todo o ano. Aquilo que acontece por exemplo, neste momento, está a acontecer para o próximo carnaval é a definir-se o tema do próximo carnaval. Mais adiante, se calhar setembro ou outubro, há de começar-se a fazer um concurso para a aquisição dos carros que é a empresa municipal que faz e, portanto, é um processo que decorre um bocadinho ao longo de todo o ano. Depois, também, a empresa municipal que faz esta gestão, há a venda de *merchandising* e é vendido durante todo o ano, claro, tem picos no Natal, no Carnaval, mas há a venda de *merchandising* durante todo o ano e, portanto, neste momento, o carnaval já não é propriamente um tema sazonal para o município, é um tema que é trabalhado de forma permanente. Além disso, nós temos também um Centro de Artes e Criatividade. É um equipamento municipal que embora não seja propriamente dedicado em exclusivo ao carnaval, como o nome indica, tem o carnaval como mote e, portanto, a exposição permanente é dedicada aos carnavais do mundo e ao Carnaval de Torres Vedras e, portanto, nos permite fugir mais dessa sazonalidade e comunicar, não necessariamente o Carnaval de Torres Vedras, mas a parte criativa e a parte até social, também ligada ao carnaval durante todo o ano. Portanto, nós conseguimos fugir a essa sazonalidade e enquanto nos bastidores se prepara a aquisição dos carros ou, por exemplo, contactos com patrocinadores, parceiros media etc. durante todo o ano, o Centro de Artes e Criatividade permite-nos falar do assunto durante o ano todo. Portanto, ao invés de termos um tema que surge mais ou menos dois a três meses

antes do carnaval, nós temos um tema que está sempre permanente e que tem picos ao longo do ano consoante, por exemplo, as exposições temporárias.

**Durante a minha pesquisa tentei sempre pensar muito na questão dos impactos do carnaval nas pessoas, sendo também este um pouco do meu tema, então, nos questionários, dediquei toda uma parte para falar somente dos impactos. Gostaria de saber, por parte da câmara, quando estão a pensar o carnaval, têm sempre em mente os impactos que o evento tem, por exemplo, aqui nos residentes que moram dentro recinto ou pensam mais na festa e esta questão não é tão tida em conta?**

**PF:** Esse é um tópico muito interessante, até porque eu, pessoalmente, sou residente dentro do curso, portanto, eu moro mesmo no centro do curso e, portanto, também sinto na pele aquilo que são os transtornos (o estacionamento, o ruído etc.) da realização do carnaval. Aquilo que eu acho é que, há uma preocupação com minimizar os efeitos e impacto indesejável da festa, mas há outros impactos que são considerados – impactos económicos – para o concelho e também há um outro impacto que raramente se fala, normalmente quando se fala de um retorno positivo de um evento fala-se de um impacto económico, quando se quer justificar um gasto, ou se quer justificar o transtorno fala-se do impacto económico. Para mim, enquanto responsável pela marca Torres Vedras também penso num outro lado que é a impacto identitário. O carnaval sendo uma festa que marca bastante a identidade dos torrienses, tem um impacto que é para além do económico, se quisermos até um impacto de coesão social, de identidade que contraria o facto de, por exemplo, Torres Vedras, não tem um produto gastronómico, temos o Pastel de Feijão, mas não temos, por exemplo, um prato típico ou uma gastronomia muito bem definida como outras regiões do país, temos produtos endógenos como o vinho, a uvada, o pastel de feijão, é certo... não são talvez o suficiente para vincar uma identidade, o carnaval ajuda-nos nisso, ajuda-nos a ter uma espécie de ponto comum, uma base de entendimento entre a comunidade e, portanto, também há esse impacto identitário. Quando nós pegamos nos impactos positivos (identidade, afirmação do concelho fora de portas, económicos) temos de considerar uma figura relativamente genérica que é o interesse municipal, portanto, há interesse em, para o bem comum, que haja uma perturbação em algumas pessoas no centro da cidade, portanto, eu acho que há impactos, sem dúvida, a nível do ruído (será provavelmente o mais impactante), mas a nível de limpezas, estacionamento... sem dúvida! Estamos a falar de uma festa com dezenas de milhares de pessoas que é feita dentro de uma cidade, não há um recinto,

o recinto é uma cidade, portanto, este desde logo é um problema porque nós vedamos uma área de espetáculo dentro da qual vivem pessoas... isto não acontece em muitas situações, eventualmente, acontecem em festas como o Colete Encarnado e outras festas do Ribatejo em que a rua também é o palco, mas não é muito comum haver um recinto fechado com pessoas que moram lá dentro e nós temos esta situação e, portanto, há realmente impactos significativos na vida sobretudo dessas pessoas, mas afeta de alguma forma toda a cidade! Mas parece-me que o saldo global é positivo.

**É interessante porque, realmente, uma das coisas que falou – a questão da coesão social – foi das perguntas que questionei os inquiridos se achavam que podia, ou não, contribuir, e outros pontos que também tocou, onde foi interessante ver a perspetiva das pessoas sobre toda esta temática. Agora falando mais concretamente dos impactos sociais, porque realmente, as pessoas lidam com o ruído, a poluição e todo o congestionamento que falou na cidade. O que acham que possa ser mudado e melhorado para que as pessoas sintam menos impactos?**

**PF:** Em termos dos vários impactos que referiu, o ruído é provavelmente o mais difícil de resolver, porque como nós dissemos logo no início, é uma festa com participação muito espontânea, popular é provável que nós neste momento tenhamos veículos que produzem mais ruído, veículos particulares que produzem mais ruído que provavelmente os veículos oficiais, que fazem parte do carnaval, o exemplo, o “Tóc’Andar”, comparado com carros de grupos espontâneos que participam no carnaval ou as associações. Esse é provavelmente um dos pontos mais difíceis de resolver, os outros, por exemplo, falou na questão da poluição: há um esforço para reduzir a pegada ecológica do carnaval através do “EcoCopo”, por exemplo, copo reutilizável no carnaval, porque os copos são, sem dúvida, o objeto que mais polui digamos no carnaval, claro que há serpentinas e *confettis* etc., mas o copo sendo de plástico, perante as situações, é aquele que tem maior volumetria e aquele que também em termos do processamento dos resíduos é mais difícil de lidar, portanto tem havido um esforço para reduzir a utilização de copos no carnaval. Agora é impossível ter uma festa com centenas de milhares de pessoas, somando os vários dias, e não ter uma determinada produção de resíduos basta pensar que, mesmo sem festa, se nós pegarmos em 100 mil residentes, por exemplo, é mais que o concelho de Torres Vedras, eles produzem uma determinada quantidade de lixo, se eles tiverem no mesmo sítio agregado dentro de um bairro pequenino, que é o caso aqui do carnaval,

eles vão produzir esse lixo todo, mas de forma muito concentrada e vão produzir lixo extra, mas também acontece, por exemplo, no Natal ou noutras alturas do ano. Aquilo que tem sido feito é, de facto, esse esforço para reduzir sobretudo a parte o plástico. Em relação ao resto, mudar o carnaval de sítio, a minha opinião é, sendo uma festa popular, tem essa raiz e apesar de ter uma organização municipal continua a ser uma festa muito popular, com muita participação popular e com quando falo em participação, (é participação mesmo!) não é público, são pessoas que saltam para dentro do desfile. Há aqui um fator de democracia a considerar, a democracia não acontece só quando nós votamos em alguma coisa nas urnas ou em participação oficial... a democracia também se faz através da manifestação da opinião pública sobre determinado assunto, eu sinto que seria difícil, agora, pelo menos, conduzir a opinião pública torriense para uma opção de mudamos o carnaval e não ter algum *feedback* negativo ou alguma reação até bastante visceral, digamos, dos populares com essa opção e, portanto, há aqui, mais uma vez, o elemento da maioria, a democracia é a gestão por parte de uma maioria. É muito provável que a maior parte das pessoas quisesse manter o recinto onde ele está com os transtornos todos que isso acarreta e, portanto, sendo uma festa popular e vivendo nós em democracia é o mais provável que o carnaval se mantenha no futuro, mas obviamente que há um limite, como eu dizia há pouco, para o crescimento do carnaval. Se nós quiséssemos eventualmente crescer ainda mais a festa, há um limite físico para aquilo que é possível fazer dentro deste recinto, eventualmente, mesmo que fosse uma mudança de recinto seria necessário uma ampliação, por exemplo, e ele foi ampliado nos últimos anos, a parte noturna, sobretudo. Portanto é uma reflexão que até é bastante importante de fazer, por exemplo, com uma efeméride como o centenário do carnaval que é “que carnaval é que nós queremos para o futuro?”.

**E é interessante aquilo que está a dizer porque uma das sugestões de melhoria que recebi no questionário feitas por algumas pessoas foi “limite de entradas diárias de pessoas no carnaval” porque realmente...**

**PF:** Mas há um número limite...

**Se calhar as pessoas consideram que ainda devia ser mais... Por último, gostaria de saber o que considera que devia e podia ser melhorado no processo de planeamento**

**do carnaval? Se é que existe algo que considera que devia ser aqui ajustado para tornar o carnaval um evento ainda mais marcante e melhor para todos...**

**PF:** Como lhe disse, o planeamento e organização do carnaval enquanto evento está nas mãos da empresa municipal. Provavelmente serão eles a entidade mais apropriada para responder a isso, agora eu acho que há sempre qualquer coisa a otimizar, mesmo num processo que está bem construído, há sempre qualquer coisa a otimizar, ou seja, as escolhas podem ser bem feitas, mas não serem, por exemplo, economicamente viáveis ou não serem sustentáveis etc., portanto, há sempre alguma coisa a melhorar, obviamente. Eventualmente, o aspeto que falava da democracia e participação popular é algo que podia ser reforçado, não sei agora no contexto da entrevista dizer-lhe de que forma, mas talvez, incluir a população; as associações são incluídas, as associações de carnaval (são seis neste momento), mas incluir uma fatia maior da população sobre o que é que pode ser o carnaval do futuro, acho que podia ser algo a melhorar, não propriamente no planeamento, mas mesmo na construção do evento, lá está, enquanto marca de identidade do território faz sentido que seja muito participada. Por exemplo, nós quando gerimos marcas – marca registada Carnaval de Torres Vedras –, nós gerimos uma propriedade que não é de facto da Câmara Municipal, mas é da população de Torres Vedras e até dos visitantes. O carnaval, às vezes, não sei se aconteceu nas suas entrevistas, mas às vezes oiço pessoas a dizer que “a melhor noite do carnaval é só quando estão os de cá”, por exemplo, “o carnaval é mais genuíno se tivermos só as pessoas que são de Torres Vedras”... mas a verdade é que, há aqui um paradoxo, quando o carnaval era feito só por torrienses era uma festa muito mais pequenina, tinha menos gente, mas também tinha menos dias, tinha se calhar menos exuberância nos carros e nas coisas todas, portanto, há aqui uma participação que não é só dos torrienses para os torrienses da festa, é uma festa que Torres Vedras oferece ao país, pelo menos ao país, porque também temos muitos estrangeiros... e, portanto, incluir as pessoas que fazem a festa sobretudo num carnaval que não tem fronteiras entre o público e a participação no desfile, acho que é aquilo que pode ser realmente um desafio a melhorar.

## APÊNDICE IX – ENTREVISTA A RUI PENETRA (PROMOTORRES)

**Quando começam a pensar o Carnaval e quando começa o processo, para que público-alvo é que determinam aqui o evento?**

**RP:** Então o carnaval normalmente começa a ser organizado a partir de aqui, se calhar, do ponto de vista do início da organização, precisamente a partir do momento em que acaba uma edição, ou seja, após o término da edição de 2023 aquilo que fizemos de seguida foi, quer internamente enquanto entidade organizadora (nós) e Câmara Municipal também, mas também com todos aqueles parceiros que fazem na verdade a festa do carnaval no terreno – e estamos aqui a falar de associações carnavalescas, os grupos de mascarados, os carros espontâneos, os cavalinhos, a percussão, a banda do “Tóc’Andar” e tudo mais, entidades de segurança e de socorro, Proteção Civil, Bombeiros, PSP, Cruz Vermelha, GNR, Bombeiros Voluntários – aquilo que nós fazemos sempre após cada edição, ali naquele mês/mês e meio a seguir/dois meses, é fazer toda uma avaliação daquilo que foi a edição que terminou. E com essa avaliação é logo um instrumento de trabalho para que tu possas preparar a próxima edição e, pronto, é isso que fazemos, ou seja, isto para dizer que, o evento começa a ser preparado cerca de dez a onze meses de antecedência face à próxima edição. Também dizer que a partir daí aquilo que nós fazemos é, após essa avaliação, lançamos um desafio aos foliões nas redes sociais para que possam fazer sugestões de temas para a próxima edição, isso é algo que já aconteceu para 2024, portanto nós no mês de abril e início de maio lançamos o desafio nas redes sociais para que os foliões pudessem dar sugestões de temas para a edição de 2024, findo esse prazo, recolhemos todas as sugestões, agregamos aquelas que tinham uma semelhança muito grande, estamos a falar de umas dezenas, estamos a falar de centenas ou até milhares de contributos, mas depois há temas que se assemelhavam muito e então nós agregamos e juntamos, deu origem a 40 e tal temas e, depois disso, aquilo que nós fizemos foi colocar à votação. Quem é que vota nessas sugestões dos foliões anónimos?! Depois a votação foi: Promotorres, Câmara Municipal, Associações de Carnaval... o resultado dessa votação em bom rigor já é conhecido, mas não é público, ao dia de hoje aquilo que nós estamos a fazer – portanto, estamos a falar da primeira semana de junho – é já fazer a criação da imagem gráfica de acordo com o tema que já está escolhido e votado, para que no final do Carnaval de Verão – que vai ser dia 17 de junho – nós possamos lançar nas redes sociais o tema do carnaval 2024. E, pronto, depois daí em diante criação de um *kit*, produção do *kit* que vai para produção em agosto, para começar à venda para o final de outubro; em julho vamos lançar o concurso público para a apresentação das propostas e da construção de carros alegóricos e monumento e, portanto, depois daí em diante esse tempo

estamos reunidos com as associações, entidades de segurança e socorro e, portanto, depois a partir daí é toda uma máquina de produção do evento.

O carnaval, e sendo de Torres Vedras, sabes que o carnaval na verdade vai dos 8 aos 80, na verdade até vai a muito mais que os 80 e vai menos que os 8 anos de idade, se nós pensarmos e se nos lembrarmos que fomos o primeiro carnaval em Portugal a implementar o curso escolar. E o curso escolar vai desde o infantário até à universidade da terceira idade e, portanto, só pelo curso escolar é uma amostra clara que ele é para todas as idades, para todas as gerações e também o facto de termos implementado o curso escolar é o maior garante que o carnaval nunca irá morrer ou que nunca irá perder as suas características e as suas tradições. Porquê?! Porque desde muito pequenitos que os miúdos começam a vestir-se de matrafona, por exemplo, mascaram-se de príncipes (numa alusão aos reis) e, portanto, isso é de facto aquilo que me garante que ele é para todas as idades, e são instrumentos que nós construímos ao longo destes anos para que as tradições se mantivessem. Temos o curso escolar que é maioritariamente para os mais novos, mas depois também temos um baile de tradição que é para todos os seniores que estão nas IPSSs e depois temos, obviamente, os cursos que nós conhecemos – os diurnos, os noturnos –, temos uma componente pura de noite, quando falo em pura de noite estamos aqui a falar nas praças de animação e, portanto, para pessoal mais jovem ou de meia idade, se pudermos dizer dessa forma e, portanto, vemos aquilo que é a programação do Carnaval de Torres Vedras ele é, claramente, para as todas as idades, ou seja, o público-alvo é total.

**Já me falou assim um bocadinho por alto dos vários momentos do planeamento, mas não sei se me conseguia falar mais em pormenor do que é o processo do carnaval, como disse, começa o planeamento se calhar em março/abril, não sei, e até ao fim do carnaval do ano seguinte...**

**RP:** Ou seja, tivemos a consulta *online* de propostas para temas, portanto, é um processo altamente democrático e participado por todos em que todos contribuem para as sugestões e depois a votação para um grupo mais restrito, portanto, tivemos essa consulta... tivemos a votação que já aconteceu, já está o tema selecionado, ou seja, na verdade aquilo que eu fiz foi lançar um *Excel* onde se reúne os pontos atribuídos a cada tema e, portanto, fui ver aquilo que o *Excel* dizia... é a democracia no seu estado puro: é aquilo que cada um quer ou que a maioria quer, é mais isso... mas depois, na verdade, o carnaval é aquilo que cada um quer,

seja de acordo com o tema ou não, portanto é um evento altamente democrático e inclusivo e tudo mais. Ao dia de hoje, a equipa de *design* está a conceber a imagem de acordo com o tema, imagem gráfica. Todos os anos a imagem do carnaval é diferenciadora porque vai ao encontro daquilo que é o tema do ano, vamos entre esta e a próxima semana vamos, então, produzir um pequeno vídeo com cerca de 40 segundos, 1 minuto, 1 minuto e meio para que nós lancemos no dia 17 de junho, à noite, o tema do carnaval, portanto, à meia-noite, aproximadamente, vamos lançar nas redes sociais o tema do carnaval do ano vindouro, depois disto ultrapassado, a nossa criativa vai começar a pensar o que é que vai ser o *kit*, e o *kit*, como sabes, é composto por uma pulseira de livre-trânsito, mas depois também por uma série de *gifts* relacionadas com a temática, a própria embalagem também é altamente personalizada de acordo com o tema do ano. Em julho, mês sete, vamos tratar do processo administrativo, financeiro e jurídico de lançamento do concurso público, ou seja, as entidades públicas regem-se pela regras da contratação pública. E, portanto, mediante o valor da aquisição de produtos e serviços, são obrigados a determinados processos. Como os lotes de construção dos carros alegóricos e do monumento ultrapassam os 75 mil euros, as regras da contratação pública, que são iguais em qualquer ponto do país, obrigam a um concurso público que é lançado na plataforma que é o “Base” e, então, vamos tratar do processo administrativo, financeiro e jurídico para lançar esse concurso público em que é dado depois um prazo para que, quem entender, ou seja, as empresas, os criativos que entenderem apresentam propostas de acordo com cada [não perceptível] que está devidamente publicado – Diário da República, no Base – portanto são plataformas públicas e de acesso a todos para preservar o livre acesso ou a igualdade de oportunidades e as questões de concorrência, da liberdade de concorrência também... Temos tido, felizmente, por um lado, empresas torrienses a candidatarem-se. Têm sido empresas torrienses a ganharem os concursos para a construção dos carros e do monumento, mas pode acontecer não ser uma empresa torriense. Do ponto de vista da livre concorrência, está tudo bem/ótimo, mas pode-se perder aqui alguma identidade, mas as regras pelas quais nos regemos e temos de lidar com elas, aqui foi mais uma opinião pessoal e não enquanto presidente da Promotorres, mas pode acontecer ser uma empresa não torriense a ganhar esse concurso público. Em meados de setembro estaremos, à partida, a adjudicar os carros alegóricos e o monumento para que depois as próprias empresas que os vão conceber possam começar a fazer todo o processo que é de desmantelamento dos carros existentes, aproveitamento de alguns bustos, algumas peças dos carros, porque há aqui sempre alguma reutilização e depois disto começa todo o processo de construção, sendo que, é mais a partir de novembro/dezembro que as empresas que ganham o concurso começam a trabalhar mais sobre os carros e sobre o

monumento. Sendo certo que depois vai chegar a uma altura em que o monumento tem de estar terminado e instalado na Praça da República, pelo menos, três a quatro semanas antes do início do carnaval e na sexta-feira de carnaval todos os carros alegóricos têm de estar prontos e finalizados e às seis da manhã da sexta-feira de carnaval estão a vir para a cidade na sexta-feira, não, de sábado para domingo (assim é que é) para que depois domingo possam sair à rua no primeiro corso. Mas em setembro também, na segunda quinzena de setembro, já estamos a organizar reuniões com as entidades de segurança e socorro, primeiro com a Proteção Civil de Torres Vedras e depois logo de seguida com a PSP, Bombeiros Voluntários, Cruz Vermelha, GNR também, para que comecemos a desenhar o plano de segurança e de socorro da próxima edição. Essa é a nossa grande preocupação, não pelas ocorrências de anos anteriores, em bom rigor é de referir que o Carnaval de Torres Vedras de 2023 teve menos ocorrências do que o carnaval de 2020, o de 2020 ainda se realizou, foi ali no limite, mas tivemos ocorrências, foi uma grande surpresa, por um lado nós estávamos preparados (q.b.) porque tínhamos feito um grande planeamento, mas por mais planeamento que tu faças tu nunca sabes a quantidade de público que vem e quem é que vem. E, portanto, todo o planeamento é sempre curto, mas estávamos relativamente confortáveis, mas na expectativa para perceber o que é que aí vinha e, felizmente, em 2023 tomamos a decisão de instalar pela primeira vez no decorrer do evento um posto médico avançado, em que se substituíamos quase na sua totalidade a um hospital – isto foi instalado na Expo Torres – em que a Promotorres contratou esses serviços à Cruz Vermelha (tinham médicos, enfermeiros, assistentes) tinha toda a coordenação, tinha um posto de comando único, alguém que tivesse no Carnaval de Torres Vedras e que ligasse para o 112 e dissesse assim “estou no Carnaval de Torres Vedras” automaticamente era reencaminhado para um posto de controlo único, que estava instalado nos bombeiros e nos bombeiros tinha: um elemento dos bombeiros, um elemento do INEM, um elemento da Cruz Vermelha, um elemento da Proteção Civil, um elemento da PSP também... tinha toda essa equipa que fazia toda a filtragem e todo o devido reencaminhamento, porque de facto nós aqui é que conhecemos o terreno e tínhamos todo o plano de segurança e socorro. Portanto esse é, de facto, é aqui um grande foco a questão da videovigilância, também. Chegando, ali, a outubro/novembro estamos a oficializar a PSP de Torres Vedras para que possa junto com o Ministério da Administração Interna tratar dos processos, por exemplo, da videovigilância porque é videovigilância em espaço público. Em setembro/outubro estamos a reunir com as associações carnavalescas – em outubro mais – grupos de mascarados, carros espontâneos, os cavalinhos, a percussão, ou seja, quem faz efetivamente a festa no terreno, são eles, nós organizamos o evento com muito orgulho, mas a festa é feita por eles – e ainda bem! E, portanto, é todo um processo evolutivo e que vai sempre

em crescendo. No final de outubro, corrijo, no final de novembro (como disse no final de outubro é porque antes o *kit* estava à venda nas festas de Torres Vedras, agora não, o *kit* está à venda com o início da campanha de Natal da cidade) e, portanto, ali na penúltima semana de novembro o *kit* já vai estar à venda, porquê?! Porque foi criado em junho/julho, foi para produção no mês de agosto/setembro (e há muita coisa que vem do estrangeiro e, portanto, nós recebemos peças soltas de vários produtores, de vários pontos do globo, apesar de ser tudo contratado a empresas portuguesas, mas algumas produções são fora) e depois somos nós aqui que compilamos todo aquele *kit*, temos de por todas as peças e todos os elementos e selamos as embalagens para os pormos à venda, na verdade é interessante que até serve para unir as diferentes áreas da empresa de volta de um objetivo que é o Carnaval de Torres Vedras. Em todos os processos há diferentes *timings* de preparação de o quer que seja e falamos aqui de alguns deles.

**Tendo a noção que nem sempre o carnaval tem, como todos os eventos, pontos e impactos negativos e positivos, gostaria de saber se na sua perspetiva há alguma coisa que devia ser mudada na organização e, se sim, porquê?**

**RP:** Com toda a humildade e com toda a transparência, e podia estar aqui a dizer que não há nada a corrigir no carnaval... era uma plena mentira. Não faço isso! Não fazemos isso! Nós admitimos isso publicamente. Nós estamos aqui a falar de um evento – e não desviando da pergunta porque depois vamos chegar a essa resposta – nós estamos a falar do maior carnaval organizado em Portugal, nós estamos a falar de um dos grandes eventos organizados em Portugal, não é só o maior carnaval de Portugal (quando digo o maior não é o melhor, todos são ótimos, todos são bons, todos têm as suas características!), mas é claramente o maior carnaval de Portugal e um dos grandes eventos organizados em Portugal. Estamos a falar de mais de meio milhão de pessoas, numa cidade que tem 20 mil pessoas, durante 6 dias. Estamos a falar de um evento que acontece totalmente em ambiente citadino, que tem a sua vivência diária como não pode deixar de a ter e estamos a falar numa cidade onde nós condicionamos a vida das pessoas e dos comerciantes durante 6 dias, fazemos um condicionamento brutal (quando digo brutal é de grande impacto). E isso nem sempre é fácil e, sim, o carnaval tem aqui uma série de coisas a corrigir ano após ano, algumas nós teimamos em não conseguir ainda resolver em pleno, nós todos os anos melhoramos sempre algo (sempre!), mas há aqui situações que eu não vou dizer que são crónicas, porque estava a dar-me por vencido e isso não fazemos (não

faço!), mas algumas têm de ser resolvidas de forma muito mais vincada: casas de banho na via pública, é um problema muito grande que nós temos (e se estiveres no Carnaval de Torres Vedras certamente já te deparaste com faltas de casas de banho, ou então em algumas zonas nem é bem a falta), nós – organização – temos que ainda reforçar muito mais aquilo que são casas de banho na via pública (temos!), mas também há aqui também um comportamento cívico que tem de ser adotado por cada um dos foliões e, portanto, há aqui uma mistura daquilo que é a nossa responsabilidade enquanto entidade organizadora e aquilo que é depois o comportamento cívico de cada um. Esse é um problema que eu direi (talvez) um dos mais graves. Depois, felizmente, temos aqui bons problemas que é o Carnaval de Torres Vedras tem imensa gente, quer a assistir (nós dizemos que normalmente não são meio milhão de visitantes, são meio milhão de foliões – quase todos se hão de divertir de alguma forma), portanto nós não utilizamos mesmo “Ah Torres Vedras 500 mil visitantes”, não! Isso é para ver monumentos e tudo mais.... Aqui somos todos foliões. E temos aqui um bom problema que é, os cursos diurnos e noturnos têm muita dificuldade em circular, porque estão cheios de gente em todo o lado. Nós, pelas nossas características, não temos barreiras separadoras (bancadas, cadeiras para assistir, grades, baias – tirando o curso escolar por questões de segurança das crianças), mas tudo o resto não há separação física entre quem está à beira da estrada e quem está na estrada. Qualquer um que venha com a sua família do norte do país ou do estrangeiro integra o curso e ninguém diz nada (e muito bem!), portanto, está completamente saturado, ou seja, nós atingimos aqui um limite de pessoas daquilo que é o recinto do Carnaval de Torres Vedras. E isso é um problema, porquê?! Porque não permite uma fluidez desejável do próprio curso, há alturas em que demora mais de uma hora a dar a volta ao curso – isso não é muito simpático, não causa uma boa experiência nem para quem está a participar nem para quem está a assistir. E esse é um bom problema, de excesso de pessoas. A solução não é fácil, fala-se no alargamento do recinto do curso, só que para ele ser no local onde é, obriga a duplicar a área do recinto precisamente para a parte de cima, apanhando a Avenida General Humberto Delgado desde a rotunda da Física à rotunda da Henriques Nogueira. O que é que isso faz?! Primeiro estamos a duplicar o recinto (o que faz uma volta enorme, gigante!), mas esse não é maior problema; o maior problema é que, essa avenida de cima, é uma via estruturante para aquilo que é a circulação automóvel da cidade, mas mais do que aquilo que é a circulação automóvel, é aquilo que é as questões de socorro e segurança. Imaginemos num cenário em que a [Avenida] General Humberto Delgado é cortada naquele troço, não há alternativa da parte de cima da cidade para a circulação automóvel e, não havendo alternativa, faz com que o trânsito automóvel, que eu ao dia de hoje acontece enquanto o curso está a acontecer, deixa de

acontecer nessa parte de cima e passa toda para a parte de baixo, certo? Que já está saturada de carros e, portanto, íamos duplicar a saturação e agora imaginem se acontece algum incêndio na parte de cima da cidade em que as viaturas de segurança e socorro têm de ir para a parte de baixo, por norma já está saturada, mas que ainda tem a saturação vinda do corte da parte de cima do recinto. E, portanto, é uma decisão que um dia pode ser tomada e, no dia em que for tomada, há de ser em consciência e com todos os fatores analisados, mas entendemos ao dia de hoje (e estamos em 2023) de ainda não ter dado esse passo.... Não sei se no futuro breve ou médio prazo iremos tomar. Portanto já identificamos aqui dois problemas, que é: 1. casas de banho (continuam a ser insuficientes apesar de todos os anos, serem aumentadas); 2. circulação dos corsos; outro também tem a ver com o acesso ao recinto. Nós temos bilheteiras distribuídas pelo recinto, pelas várias portas que circundam o recinto, com mais incidência na parte baixa da cidade, ou seja, todas as portas estão viradas para a zona da Várzea, porque é aí que há grande afluência para a zona do estacionamento e, portanto, é natural que a maior parte do público (ou uma boa parte do público) venha dessa zona baixa da cidade. E depois o que acontece?! Na verdade, não acontece aqui nenhum fenómeno que não aconteça num estádio de futebol ou numa sala de espetáculos, se eu for ver o Sporting e se chegar 5 minutos antes do jogo acontecer, e se uma boa parte das pessoas fizer esse horário, claro que quando eu entrar no estádio de futebol já vou entrar quando passados 20/30 minutos (que já chegou a acontecer!) e não posso reclamar porque cheguei em cima da hora. O que é que acontece aqui (principalmente nos corsos noturnos)? Como nós conhecemos o carnaval, são jantaradas até às uma/duas da manhã e a partir da uma/duas da manhã toda a gente quer entrar no recinto, claro que depois a estrutura não está preparada para aquele período crítico, está preparada para um aumento gradual, sim, mas não para toda a gente à mesma hora, o que causa aqui problemas. O que é que nós queremos fazer (e estamos a trabalhar nisso)?! É tentar recorrer à Inteligência Artificial, às novas tecnologias, para que nós consigamos medir no minuto, no momento, onde está a haver grande afluência e que nós possamos através da *app* do Carnaval de Torres Vedras, poder informar os foliões a dirigir-se à porta x ou y que tem um tempo de espera bem mais reduzido, portanto é nisso que estamos a trabalhar. E isso são formas de “ok isto acontece”, por mais portas que nós coloquemos na parte de baixo claro que vai atenuar o problema, vai, nunca vai resolver, nunca é suficiente (mesmo!), portanto, é tentar canalizar as pessoas para outras portas. Não sei se conseguiremos ter isso pronto em 2024, mas estamos a trabalhar para isso e já estamos a ver exemplos, por exemplo, já tivemos reuniões e estamos com nove meses de antecedência de carnaval (passa a voar), já tivemos uma reunião com a Câmara Municipal de Lisboa para perceber como é que esta gere toda a movimentação de

massas nas festas de Lisboa, recorrendo, também, às novas tecnologias, portanto já sabemos como é que eles fazem, pronto... também aquilo é um recinto completamente aberto, tem tipologias diferentes, mas já nos dá para perceber como é que podemos vir a trabalhar isso no futuro, juntamente também com as operadoras de comunicações. E, portanto: casas de banho, aumento considerável; resolver o problema de circulação no curso; questão dos acessos... há aqui muitas coisas a melhorar.

**É engraçado que, há pouco não mencionei esta questão, mas fiz um questionário onde tive cerca de 402 respostas e uma das questões foi mesmo isso, ou seja, primeiro questionei se as pessoas consideravam se algo devia ser melhorado (obviamente que a maior parte disse que “sim” ou “talvez”) e depois pedi algumas sugestões e aquilo que mencionou foram, também, algumas das coisas destacadas por parte dos inquiridos.**

**Ao longo da minha dissertação tentei estudar aqui os impactos positivos e negativos do carnaval, sendo o meu foco mais na questão social. E gostaria de perceber como é que vocês, como organização, se têm em conta estes impactos do carnaval nas pessoas, principalmente as que moram em Torres Vedras e ainda com mais foco as pessoas que moram dentro do recinto.**

**RP:** Temos, essa é uma questão muito pertinente, porque de facto, primeiro nem toda a gente tem de gostar de carnaval; depois toda a gente tem direito ao seu descanso, seja pelo seu descanso, seja porque tem de ir trabalhar no dia seguinte, seja porque tem uma doença que lhe provoca alto desconforto naquilo que é o silêncio que precisa. E qualquer cidadão tem direito, e muito bem, a tudo isso. Aquilo que nós tentamos sempre aqui apelar, não é bem a questão do bom senso, porque o bom senso partimos do princípio que toda a gente tem, mas de facto há situações delicadas e nós tentamos perturbar o menos possível, mas eu direi com toda a frontalidade que, é muito difícil termos o carnaval com estas características e que não perturbe de alguma forma aquilo que é o bem-estar daqueles que, simplesmente, não querem se divertir no carnaval ou que, simplesmente, precisam de descansar porque no outro dia é dia de trabalho, e isso é muito complicado. Nós temos situações em que as pessoas ligam para cá e que ligam a dizer “vocês têm de pagar o hotel porque eu tenho de descansar e amanhã tenho que ir trabalhar” e isto é muito delicado ou “eu estou doente, eu preciso de descanso e, portanto, aquilo que vocês estão a fazer é perturbar o meu bem-estar e a minha recuperação” e isto é muito, muito delicado. Aquilo que eu acho que tem havido aqui é muita compreensão por parte das

peessoas (no geral) para que consigamos realizar o evento neste local, com estas características e nesta dimensão, mas sim, o carnaval tem impactos negativos, também, naquilo que é o dia-dia de muitas pessoas (é verdade!) nem que seja só para aceder à sua garagem, nem que seja porque saiu fora do recinto e agora para entrar no recinto tem de mostrar uma pulseira para entrar em casa (muito delicado), nem que seja porque eu trabalho ao domingo de manhã em Lisboa (pode haver alguém que tem de trabalhar) e de repente tem música na rua até às 4 da manhã e depois das 4 da manhã continuo a ter o barulho dos foliões. E é nesta relação que nós tentamos gerir o melhor possível, sendo que, nós estamos sempre gratos todos aqueles que vão sempre percebendo toda esta dinâmica e toda esta necessidade do evento e toda a compreensão que têm tido. Também é verdade que, por outro lado, o Carnaval de Torres Vedras traz um benefício ao território a todos os níveis: o impacto económico que tem para a toda a economia local/regional (estamos a falar de muitos milhões de euros que entram com a realização do carnaval), mas também naquilo que é a promoção do território. Nós, através do carnaval, projetamos o território a nível nacional e internacional. Todas as agências noticiosas nacionais e internacionais passam por Torres Vedras, não é de estranhar se nós virmos o Carnaval de Torres Vedras a ser transmitido na televisão dos Estados Unidos ou na Índia. Isso aconteceu! Pontualmente identificam-nos e quando nós por casualidade e com o pouco tempo que temos durante o carnaval apercebemo-nos disto. Aconteceu em 2020 (salvo erro), quando nós demos por isso a *CBS News* (salvo erro, posso estar a induzir em erro), estava a transmitir *in local* o curso de terça-feira tipo *no comments*, ou seja, com o som puro do curso, a transmitir no seu *Facebook*, e alguém lá identificou o carnaval e algum de nós, por casualidade, apercebeu-se daquilo (porque as notificações durante o carnaval são aos milhares) e, de repente: “wow!”. E, de facto, primeiro o carnaval é o evento mais identitário do território, nem todos os torrienses gostam de carnaval (e estão no seu direito, e muito bem! E ainda bem que há quem não goste, há toda esta liberdade), portanto, só por si todos nós falamos do Carnaval de Torres Vedras com um orgulho gigante. Todos nós de alguma forma convidamos sempre gente de fora para vir; todos nós temos um quarto, um corredor ou um chão de uma sala para amigos ou familiares dormirem; toda a hotelaria está cheia; toda a restauração está cheia; todas as lojas, retrosarias, pequeno comércio, lojas de tecido... tudo vende! E muito daquilo que é a receita deste pequeno-grande comércio do carnaval, muitas vezes, é o balão de oxigénio para que possam subsistir o resto do ano e isso significa que é contribuir para a economia local e tudo mais. Fruto dessa visibilidade também da comunicação social, há sempre um despertar de curiosidade para conhecer Torres Vedras, e portanto, os meses vindouros há sempre alguém que vem a Torres Vedras porque viu o Carnaval de Torres Vedras. Eu dou aqui como exemplo, e

às vezes somos criticados por fazer, os programas de entretenimento da tarde, seja na TVI (que tem sido a televisão oficial), mas no passado foi a SIC, nós fazemos os programas de entretenimento cá, aqueles programas de entretenimento quando são feitos cá transmitem o carnaval, mas depois também tem os cantores populares em palco que não têm muita relação com o nosso carnaval, mas estão sempre a passar imagens do carnaval, fazem-se entrevistas aos foliões, às associações, à organização, à presidente da câmara e tudo mais; previamente a esse programa gravam-se *VTs* que depois passam com reportagem nesses programas, mas também há sempre um conjunto de *VTs* que são precisamente a promover o território (Santa Cruz, Fortificações das Linhas de Torres Vedras, produtores de Pastel de Feijão, produtores de vinho) e tudo isso depois passa durante esses programas de televisão, isso é promoção do território! É algo que nós acrescentamos e adicionamos, e com muito orgulho, trabalhamos isso também. Este ano tivemos a felicidade, foi a TVI a televisão oficial, tivemos cá o “Somos Portugal” que já não é novidade nenhuma, mas de repente o “Festa é Festa” que é uma novela com uma grande audiência na TVI, a produtora contactou-nos com uns meses de antecedência, até fora do acordo de televisão oficial, mas já temos algumas relações com essa produtora e contactaram-nos a dizer «Penetra e Mara, nós queremos é fazer o “Festa é Festa”, como o próprio nome da novela indica, está sempre atrás das festas um pouco por todo o país, e sendo o carnaval, e se nós estamos aqui a gravar no concelho de Alenquer, nós não vamos para outro carnaval a não ser o de Torres Vedras, por isso vão ter de nos receber aí!”, perfeito, se estamos a negociar com a TVI (a televisão oficial) não fazia ter uma novela da SIC (com todo o respeito à SIC) e depois a televisão oficial ser a TVI, ou o contrário. E, então, fez-se aqui o casamento perfeito. Fizemos uma gravação prévia, ou seja, nos fins de semana anteriores gravamos cenas do carnaval, quando o carnaval não estava a acontecer e cortamos aqui o centro da cidade no domingo onde tínhamos o “Tóc’Andar” e tínhamos centenas de foliões mobilizados para fazerem de figurantes para o corso que não estava a existir e esses episódios depois passaram durante o carnaval. Pode dizer-me assim, “mas durante o carnaval já não há interesse em promover”. Há! Porque dessa forma também estamos a trabalhar a notoriedade do evento, dar nota disto que é: nós também defendemos que, não deve ser mais, mais e mais comunicação porque há bocado eu disse que um dos problemas era o excesso de pessoas, certo? Aconteceu, a RFM (Grupo Renascença), rádio oficial do evento, ofereceu-nos (salvo seja) fazia parte do acordo aqui um plano de comunicação do Grupo Renascença e fruto daquilo que era a expectativa por ser ano centenário e por ser dois anos depois de pandemia, a expectativa era de grande afluência de foliões e nós dissemos, olhámos para tudo isso quer plano de comunicação da TVI; o Somos Portugal cá; o “Festa é Festa” vai ser transmitido durante o carnaval; a RFM (que é a rádio mais

ouvida em Portugal); a Rádio Renascença que pertence ao Grupo Renascença (onde a RFM também pertence), mas mais para trabalhar aí as tradições e tudo mais e notoriedade. E houve uma altura em que nós dissemos à RFM: “vamos cortar comunicação, porque nós não temos capacidade para receber tanta gente” e, portanto, sim, as entidades organizadoras têm de ter a capacidade de chegar a um ponto em que têm de dizer que “não podemos fazer mais comunicação, porque a estrutura não suporta muito mais gente” e fizemos isso de forma muito racional (não pode ser de forma apaixonada) para fazer toda essa gestão. E, portanto, sim, e de forma muito resumida, sim, o Carnaval de Torres Vedras causa impacto negativo em residentes (sim, é verdade!), em alguns residentes que têm todo o direito ao seu descanso, nem que seja descanso pelo descanso, têm direito a isso, mas sim, o carnaval tem um impacto económico superior, certamente, a 10/12/13 milhões de euros para toda a economia local/regional e é uma mais valia muito grande até para o estado de espírito dos torrienses, ou seja, temos todos de ter a capacidade de brincar, de nos satirizar, de brincar connosco próprios, de nos gozarmos uns aos outros (gozarmos no sentido positivo da palavra) e traz benefícios enormes, eu diria que o benefício é claramente superior (e acho que isso não deixa grande margem para dúvidas). Se nos permitem esta falta de humildade, mas nós torrienses vemos um benefício muito maior daquele que é o impacto negativo que possa ter junto de algumas pessoas, com isto não estou a dizer que nos devamos esquecer dessas pessoas (não!), mas pronto... tentar encontrar aqui um meio termo, uma solução razoável para tudo isto.

**Exato! E é engraçado porque estava uma vez a ouvir uma professora minha na altura do Externato de Penafirme (quando ainda era lá aluna) a dizer que durante o carnaval tinha de sair da cidade. E eu comecei por pensar, “mas como é que as pessoas não gostam do carnaval?!” e depois é que eu pensei: aquelas pessoas devem levar com tantos constrangimentos que realmente é normal e é perfeitamente compreensível...**

**RP:** Imagina só que resides no meio da cidade e que de repente às nove ou às dez da noite de sábado não podes entrar com o teu carro... nós informamos todos os residentes, todas as caixas de correio – em edital – os editais não são lidos por muitas pessoas, são documentos mais “densos”, mas colocamos a informação em caixas de correio e tudo mais. Mas na verdade, estamos a perturbar o normal dia das pessoas, a sua residência, a propriedade privada... nós estamos a condicionar o acesso (e isso é delicado). Agora passa-se aqui, no Carnaval de Torres

Vedras, passa-se noutros carnavais ou passa-se noutros territórios com outros eventos e com outras características (Festas de Lisboa, como falámos há pouco).

**O que considera que podia ser mudado para, no carnaval, reduzirmos estes mesmos impactos sociais nas pessoas, ou seja, já falámos aqui de alguns pontos que considera que deviam ser melhorados, mas em termos dos impactos sociais, se há alguma coisa que considera que podia ser aqui ajustada para serem reduzidos os impactos negativos na população.**

**RP:** Bem... nós conhecemos o Carnaval de Torres Vedras e sabemos que, apesar de desligarmos todo o som para a rua para o exterior às 4 da manhã, depois a festa continua dentro dos bares que continuam a funcionar de forma interrupta, se assim entenderem, apesar de, depois eles também fecharem portas, naturalmente. Até porque também há aqui uma questão que eu não falei que é a limpeza da cidade, ou seja, quando a cidade acorda, a cidade tem de estar limpa, e está limpa! Se está 100% imaculada, não está 100% imaculada, mas ninguém adivinha, muitas vezes, o que se passou na noite anterior (ou na noite ou duas horas antes). E aí é um trabalho gigante (e desculpa estar aqui a por este parêntesis) que é feito pela empresa privada que nós contratamos para o efeito, pelos serviços municipalizados de Torres Vedras e pela junta de freguesia da cidade (São Pedro, Santa Maria e Matacães). E, portanto, aquilo que nós temos de fazer é tentar não sermos flexíveis e não sermos levados a que o som para a rua possa vir a ser alargado, portanto, isso não! Por outro lado, é tentar, a pouco e pouco, e vamos fazendo isso, criar outros locais de diversão daquilo que é a malha urbana da cidade para que as pessoas possam dispersar mais, o dispersar também traz aqui outro inconveniente que é começamos a perturbar zonas que até à altura não era perturbadas. Mas dessa forma também permite que as pessoas circulem melhor, e as grandes concentrações trazem mais ruído e mais barulho. Para dar aqui um exemplo, que é completamente contrário daquilo que estávamos aqui a falar: os cursos noturnos (só para se perceber aqui a dificuldade desta gestão), por norma, acontecem até à uma/duas da manhã, quando nós chegamos ali às duas da manhã verificámos que as praças estavam completamente cheias e a parte de cima da cidade, onde está o curso noturno, estava completamente cheia de foliões e se, às duas da manhã, o “Tóc’Andar” deixasse de tocar e os carros espontâneos, que é habitualmente aquilo que fazem, toda aquela massa de gente ia deslocar-se para a parte baixa da cidade. Então que decisão tomámos (que é contrária a essa do descanso, mas prevaleceu a segurança)?! O que nós fizemos foi: dar indicações à

equipa e à banda do “Tóc’Andar” e permitir aos carros espontâneos que tivessem até às quatro da manhã na parte de cima, ou seja, nós prolongamos a perturbação na parte de cima do recinto noturno, mas por questões de segurança. Isto para dizer que, há formas de reduzir que em vez de a música terminar às quatro da manhã, tem de terminar à uma, duas ou três da manhã, é uma opção que pode ser tomada, isso não faz com que as pessoas saiam da rua (mas pode ser tomada!), não é uma decisão fácil. E, portanto, é aqui neste jogo entre aquilo que é o interesse geral do território e do evento e aquilo que é a perturbação que acontece em alguns residentes, que nós tentamos sempre por na balança. Voltando a dizer e voltando a pedir desculpas à pequena franja de cidadãos que são perturbados, nós temos sempre de pedir desculpa porque estamos sempre a perturbar... e não há uma solução prática para isso. Há uma solução que pode ser tomada que é (é fácil), a música não é até às quatro da manhã, é até às duas da manhã (pode ser!). Estamos é a alterar aqui as características do evento, é uma decisão que pode ser tomada, mas não se prevê que venha a ser tomada. Acho é que há uma coisa que não se possa fazer que é alargar, até porque falei aqui da questão da limpeza, ou seja, tem que haver aqui períodos em que as pessoas circulam e a densidade de foliões que estão no centro da cidade tem de começar a dispersar (para as discotecas, para casa...), porque depois a cidade tem de acordar limpa e, portanto, precisamos sempre de um período entre as cinco e meia da manhã – a limpeza em bom rigor só termina pela uma da tarde – e as sete/oito da manhã, todo aquele centro histórico tem de estar limpo (as praças, pelo menos isso) e, depois, as equipas vão se espalhando. Não é fácil uma resposta objetiva para isso, porque qualquer decisão que venhamos a tomar vai começar a retirar horas de diversão (que é uma opção!) para permitir mais horas de descanso, mas, para já, é não perturbar demais. Mas depois há uma coisa que também podemos fazer, há todo um processo de informação aos residentes que nós temos de sempre melhorar. Nós, todos os anos, divulgamos, cada vez com mais antecedência, em todas as caixas do correio quais são os condicionamentos de trânsito, a partir de que horas e tudo mais... e aquilo que nós fazemos é, analisamos sempre, e por isso é que começamos logo a reunir em setembro/outubro com as forças de segurança e de socorro (PSP, Proteção Civil...), que é tentar reduzir ao máximo o período em que os acessos são condicionados. No entanto, isso não é fácil porque depois, a partir do momento em que tem massas de pessoas nas ruas, temos então de cortar o mais cedo possível para não aumentar o risco de acidente, mas há uma coisa que nós temos de melhorar: e é a tal perturbação. Eu tive aqui um exemplo, isto parece que “Eh... mas só agora é que se lembraram disso?!” não, se calhar alguém já se lembrou anteriormente, mas só agora é que fomos confrontados de forma muito explícita. Uma das noites, estava em frente à Biblioteca Municipal, e há um jovem que vem ter comigo a perguntar se eu era da organização,

disse que sim, “tenho uma reclamação a fazer” e eu disse “olhe, então, não há melhor pessoa para fazer a reclamação – comigo ou com a presidente da câmara” e ele disse-me assim “eu sou residente dentro do recinto do curso eu, por acaso, precisei de sair do recinto do curso para ir tratar de coisas pessoais. Porque é que eu sou residente e estou numa fila de 1h para entrar no recinto quando eu só quero ir para casa?!” e aquilo que fiz à pessoa foi uma coisa muito simples: “tem roda a razão, pedimos imensa desculpa, vamos tentar resolver no próximo ano”. O que ele me explicou ali de uma forma muito pragmática, e que eu pedi desculpa de imediato, que acontece se calhar com centenas de residentes que é, saem do recinto do curso para ir tratar daquilo que lhes apetecer e quando voltam para vir para casa têm de estar numa fila de entrada, juntamente com alguém que se venha divertir. Isto é perturbação a quem cá reside! Foi uma pergunta muito simples e a resposta foi muito simples: pedir desculpa em primeiro lugar, reconhecer que não faz sentido, que temos de arranjar aqui outra forma (seja uma pulseira diferenciada, seja o que for), tem de ter um acesso muito mais rápido.