



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

**Os Impactos Socioculturais de um Evento num Destino
Turístico**

Estudo de caso: LUMINA Festival da Luz, Cascais

Marta Caeiro Barata

Estoril, outubro de 2017

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

Os Impactos Socioculturais de um Evento num Destino Turístico

Estudo de caso: LUMINA Festival da Luz, Cascais

Marta Caeiro Barata

Dissertação apresentada à

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Para a obtenção do grau de

Mestre em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

Orientador: Professor Pedro Alves Trindade (Especialista de reconhecido mérito pelo CTC da ESHTe)

Co-orientador: Professor Doutor Nuno Gustavo

Estoril, outubro de 2017

Agradecimentos

A presente dissertação não se teria realizado sem o apoio e incentivo de diversas pessoas presentes na minha vida.

Antes de mais, quero agradecer aos meus pais por me terem dado a oportunidade de frequentar este mestrado e por terem apostado sempre na minha educação ao longo dos anos.

Ao Professor Pedro por ter aceite ser meu orientador, pela sua boa disposição e paciência para me guiar nesta aventura quase sem fim.

Às minhas colegas Catarina Albuquerque e Catarina Pestana que me acompanharam nestes últimos 2 anos de mestrado e que foram as minhas companheiras em todos os desafios académicos que enfrentámos.

Ao António, Cati, Daniela, Maria e Syndy por me terem ajudado a recolher respostas para o inquérito e por fazerem parte da minha vida desde sempre.

À minha irmã Joana por ter tido a paciência de ler a minha tese toda do princípio ao fim.

À minha companheira de tese, Joana Carmo, que aguentou até ao fim esta guerra e me deu força para não desistir. Lado a lado, lá terminámos!

Obrigada a todos. Mais uma etapa terminada. Que venha a próxima!

Índice Geral

Índice de figuras.....	viii
Índice de gráficos.....	ix
Índice de tabelas.....	xi
Resumo.....	xiii
Abstract.....	xiv
Lista de abreviaturas.....	xv
Introdução	16
CAPÍTULO I - Metodologia	19
1.1. Pertinência e justificação do estudo	19
1.2. Problemática da investigação	20
1.3. Modelo de investigação	23
1.4. Objetivos específicos	27
1.5. Instrumentos e procedimento de pesquisa	31
1.6. Amostra	32
CAPÍTULO II -Turismo.....	34
2.1. Turismo – Da origem ao conceito	34
2.2. Destino turístico.....	39
2.3. Impactos do turismo.....	41
2.4. Turismo de eventos	45
CAPÍTULO III - Eventos	48
3.1. Eventos – Da origem ao conceito	48
3.2. Classificação e tipologias dos eventos.....	51

CAPÍTULO IV - Impactos dos eventos	58
4.1. Impactos económicos dos eventos.....	59
4.2. Impactos políticos dos eventos.....	61
4.3. Impactos ambientais dos eventos	61
4.4. Impactos psicológicos dos eventos.....	62
4.5. Impactos turísticos dos eventos.....	63
4.6. Impactos socioculturais dos eventos.....	63
CAPÍTULO V - Estudo de caso	69
5.1. Cascais – Breve apresentação do destino turístico.....	69
5.1.1. Enquadramento geográfico e populacional de Cascais	70
5.1.2. Património - Locais a visitar em Cascais.....	71
5.1.3. Eventos em Cascais.....	72
5.2. LUMINA	75
5.2.1. Projeto e atividades do LUMINA.....	79
5.2.2. Apoios do LUMINA	79
5.2.3. Voluntariado no LUMINA.....	81
5.3. Apresentação de resultados	81
5.3.1. Caracterização da amostra.....	82
5.3.2. Conhecimento sobre o LUMINA	85
5.3.3. Impactos socioculturais de outros eventos.....	88
5.3.4. Impactos socioculturais do LUMINA	94
5.3.5. Análise dos resultados e cumprimentos dos objetivos	112
CAPÍTULO VI - Considerações finais	116

6.1. Conclusões.....	116
6.2. Limitações da investigação	119
6.3. Linhas de investigação futuras	120
APÊNDICES.....	129

Índice de figuras

Figura 1 - As Etapas do Procedimento da Investigação Científica	23
Figura 2 – Estrutura da investigação científica	27
Figura 3 - Tipo de impactos.....	58
Figura 4 - Mapa de Portugal	70
Figura 5 - Mapa do concelho de Cascais	70

Índice de gráficos

Gráfico 1 - Residência do inquirido.....	83
Gráfico 2 - Local de trabalho do inquirido.....	83
Gráfico 3 - Idade do inquirido	84
Gráfico 4 - Género do inquirido	85
Gráfico 5 - Conhecimento do LUMINA.....	86
Gráfico 6 - Conhecimento de outros eventos em Cascais	87
Gráfico 7 - Impacto socioculturais de eventos	89
Gráfico 8 - Avaliação da cidade durante a realização de eventos	90
Gráfico 9 - Segurança aquando da realização de eventos.....	91
Gráfico 10 - Avaliação de atos criminosos/terroristas em eventos	92
Gráfico 11 - Convívio entre participantes de eventos e população local ...	93
Gráfico 12 - Preservação do património histórico através dos eventos	94
Gráfico 13 - Participação no evento LUMINA.....	95
Gráfico 14 - Impactos socioculturais dos eventos	96
Gráfico 15 - Impactos socioculturais do LUMINA em Cascais	97
Gráfico 16 - Conhecimentos sobre Cascais através do LUMINA	98
Gráfico 17 - Oportunidade de explorar a cultura local através do LUMINA	99
Gráfico 18 - Recomendação do LUMINA.....	100
Gráfico 19 - Partilha da participação no LUMINA	101
Gráfico 20 - Convite a amigos e/ou familiares para participar no LUMINA	102
Gráfico 21 - Avaliação da vila durante a realização do LUMINA	103
Gráfico 22 - Segurança aquando da realização de eventos.....	104
Gráfico 23 - Aumento de atos criminosos e/ou terroristas aquando da realização de eventos.....	105

Gráfico 24 - Frequência de pessoas fora da comunidade local.....	106
Gráfico 25 - Convívio e relação entre participantes e população local durante eventos	107
Gráfico 26 - Relação entre participantes do LUMINA e população local	108
Gráfico 27 - Visita aos locais culturais	109
Gráfico 28 - Aumento da preservação do património histórico através de eventos	110
Gráfico 29 - Preservação do património histórico de Cascais	111
Gráfico 30 - Conservação de monumentos e locais históricos em Cascais	112

Índice de tabelas

Tabela 1 - Impactos Gerais do Turismo.....	43
Tabela 2 - Impactos do Turismo - A nível económico, ambiental e sociocultural.....	44
Tabela 3 - Classificação dos Eventos.....	53
Tabela 4 - Tipologias de Eventos	55
Tabela 5 - Impactos dos Eventos	66
Tabela 6 - Evolução quantitativa dos residentes de Cascais.....	71
Tabela 7 - Idade do inquirido	84
Tabela 8 - Género do inquirido.....	85
Tabela 9 - Outros eventos em Cascais	87
Tabela 10 - Participação no evento LUMINA	95

Resumo

O turismo, onde se inclui o turismo de eventos, tem vindo a crescer drasticamente ao longo das últimas décadas, sendo atualmente um dos sectores com mais desenvolvimento e importância para muitos países.

Os eventos, em particular, têm surgido cada vez mais e são já para muitas empresas e entidades uma ferramenta fulcral para o seu desenvolvimento e estratégia, uma vez que estes têm a capacidade de transmitir mensagem aos seus participantes bem como a de criar uma imagem favorável ao promotor do mesmo. Para além disso, o seu impacto a nível social, económico, político, entre outros, é inevitável e impressionante.

Com a seguinte investigação temos como principal objetivo explorar os impactos socioculturais da realização de um evento num destino turístico.

Por esse motivo, a temática desta investigação são os eventos turísticos tendo como campo de investigação Cascais, e concretamente o evento LUMINA que decorre neste mesmo local anualmente.

Para atingir o objetivo central, recorreremos à metodologia baseada nos inquéritos por questionário dirigindo-os aos comerciantes e moradores cascalenses conseguindo uma amostra de 131 inquiridos.

O resultado do estudo permitiu-nos perceber quais os impactos socioculturais provenientes do LUMINA em Cascais, em particular que este evento aumenta o orgulho-próprio por parte da comunidade local e permite criar uma interação cultural entre os seus participantes e esta.

Para além disso, o LUMINA permite que haja maior valorização e preservação do património histórico de Cascais.

Palavras-Chave: Eventos, Turismo, Destino Turístico, Cascais, LUMINA

Abstract

Tourism, which includes event tourism, has been growing dramatically over the last decades and is currently one of the most developed and important sectors for many countries.

The events have been gradually growing and are already for many companies and identities a key tool for their development and strategy, since it has the ability to convey messages to its participants as well as to create a favorable image for the promoter of the event. In addition, its social, economic and political impacts, among others, are inevitable and impressive.

With the following investigation, we have as main objective to explore the socio-cultural impacts of the realization of an event in a tourist destination.

For this reason, the theme of this research is the tourist events, having as research field Cascais, and concretely the LUMINA event, that takes place in Cascais.

To reach the central objective, we used the methodology based on the questionnaire surveys, targeting the merchants and residents of Cascais, obtaining a sample of 131 respondents.

The result of the study allowed us to understand the socio-cultural impacts of LUMINA in Cascais especially that this event increases self-esteem on the part of the local community and allows to create a cultural interaction between its participants and local community.

In addition, the LUMINA allows a greater appreciation and preservation of the historical heritage of Cascais.

Keywords: Events, Tourism, Tourist Destination, Cascais, LUMINA

Lista de abreviaturas

CP - Comboio de Portugal

CMC - Câmara Municipal de Cascais

IISLC - Inquérito sobre os impactos socioculturais do Lumina em Cascais

OMT - Organização Mundial do Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

TV - Televisão

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

WTTC – World Travel Tourism Council

Introdução

A presente dissertação, cujo título é “Os impactos socioculturais de um evento num destino turístico – Estudo de caso: LUMINA Festival da Luz, Cascais” tem como principal objetivo explorar os vários tipos de impactos socioculturais derivados da presença e elaboração de um evento num determinado destino turístico, tendo como caso concreto o evento LUMINA, que decorre anualmente em Cascais.

O turismo é uma indústria em constante crescimento, capaz de produzir benefícios económicos, mas também culturais e sociais, entre outros, para os destinos.

Já os eventos têm a capacidade de gerar impactos positivos e importantes para os destinos, como por exemplo o de atrair turistas e visitantes. Os eventos são, portanto, um importante motivador do turismo. (Getz, 2008).

Também o turismo de eventos tem assumindo um papel fundamental no desenvolvimento do turismo nos destinos e é apontado por diversos autores como sendo uma estratégia ou até mesmo uma tendência a aposta em eventos (Getz, 2005; Cooper, Scott, Kester, 2005; Dwyer, *et al.*, 2008).

Uma vez que o sector do turismo bem como o sector dos eventos são sectores que têm estado em constante evolução e que promovem derivados impactos, é essencial que as investigações ou estudos sobre estas temáticas sejam consecutivamente e regularmente atualizadas para que se possa acompanhar progressivamente o seu desenvolvimento e atualizar-se os seus impactos nos respetivos destinos ou campo de atuação.

Para além disso, o tema em análise bem como o evento em estudo ainda não foram investigados exaustivamente ou empiricamente analisado, o que torna esta investigação pertinente.

Através da realização desta dissertação pretende-se aumentar o conhecimento sobre o evento LUMINA, apresenta-lo enquanto campo de estudo e perceber os seus impactos socioculturais, sendo estes os principais contributos desejados para esta investigação.

A dissertação encontra-se estruturada em 3 pilares essenciais: objetivos e metodologias, fundamentação teórica e componente empírica, tendo ao todo um total de 7 capítulos.

A investigação conta com a seguinte estrutura:

Numa primeira fase, apresentaremos os objetivos, pergunta de partida e a metodologia em causa.

Neste caso, a pergunta de partida, que será o fio condutor de toda esta investigação, é: “Quais os principais impactos socioculturais que o Evento LUMINA promove no destino turístico Cascais?”.

Os primeiros capítulos da dissertação serão de cariz mais teórico, uma vez que se irá proceder à análise da literatura existente sobre a temática, pretendendo-se com estes capítulos proceder à fundamentação teórica da temática.

Concretamente, no primeiro capítulo serão definidos os objetivos de investigação e pergunta de partida, bem como a metodologia da investigação utilizada, onde incluiremos os instrumentos de pesquisa, a amostra utilizada e os objetivos específicos que serão empiricamente alcançados.

No segundo capítulo iniciaremos a componente teórica: nesta fase será definido e apresentado o conceito turismo e os seus derivados, fazendo a referida revisão bibliográfica. Conceitos como turismo de eventos e destinos turísticos serão incontornavelmente abordados.

No terceiro capítulo será apresentado o conceito evento, onde faremos a sua caracterização. Neste capítulo, a evolução dos eventos bem como os vários tipos de classificações e tipologias dos mesmos serão naturalmente abordados.

Num quarto momento, sendo uma parte fundamental para a temática em análise, abordaremos os possíveis impactos que os eventos trazem para um destino turístico. Ou seja, perceber quais os possíveis benefícios existentes, definir tipologias de impactos, e categorizá-los.

O quinto capítulo inicia o estudo empírico. Ou seja, neste capítulo apresentamos o evento em análise, o LUMINA, bem como o destino turístico onde o mesmo se realiza: Cascais. Neste capítulo damos a conhecer as características do evento e o campo de observação; apresentado Cascais enquanto destino turístico, nomeadamente a sua história, geografia, património, entre outros.

Ainda no mesmo capítulo, será analisado e discutido os dados recolhidos através do instrumento de pesquisa utilizado, neste caso o inquérito por questionário, adiante

denominado por Inquérito sobre os impactos socioculturais do LUMINA em Cascais (IISLC).

E, por último, o sexto capítulo dedicar-se-á às conclusões e contribuições práticas, de forma a conseguirmos responder à questão de partida e percebermos de facto, quais os impactos que o LUMINA cria para Cascais, enquanto destino turístico. Este capítulo inclui ainda as limitações existentes ao longo da pesquisa bem como possíveis desenvolvimentos futuros da investigação.

CAPÍTULO I - Metodologia

1.1. Pertinência e justificação do estudo

A literatura recente demonstra que os destinos têm apostado cada vez mais em eventos para atrair mais visitantes, conseguindo igualmente que estes se espalhem geograficamente; que combatam a sazonalidade, ajudem no desenvolvimento urbano e económico do destino bem como contribuam para o posicionamento do destino no mercado turístico, acabando por se tornar num catalisador para o desenvolvimento geral (Getz e Page, 2016).

Em particular em Portugal, apenas nas últimas décadas, começou-se a apostar na pesquisa e estudo sobre os eventos (Marques, 2005; Custódio e Gouveia, 2007), não tendo sido inclusivamente publicado nenhum estudo relacionado com o evento em análise - o LUMINA em Cascais.

Apesar de existirem estudos sobre o sector do turismo bem como sobre eventos no geral ou eventos específicos, a oferta existente ainda é relativamente pequena, comparativamente com outros sectores ou temas a serem explorados e investigados.

Para além disso, muitas das investigações existentes sobre o sector do turismo ou sector dos eventos já estão desatualizadas, sendo que muitos dos estudos têm atualmente mais de dez anos de existência.

Uma vez que o sector do turismo bem como o sector dos eventos são sectores que têm estado em constante evolução, é essencial que as investigações ou estudos sobre estas temáticas sejam consecutivamente e regularmente atualizadas para que se possa acompanhar progressivamente o seu desenvolvimento.

Tendo em consideração a falta ou desatualizada informação existente sobre eventos, este estudo torna-se interessante, uma vez que combaterá esta carência no sector.

Em particular, as investigações e estudos em Portugal sobre eventos são igualmente reduzidos. Este é mais um motivo que justifica a pertinência da realização deste estudo sobre eventos.

Especificamente, o evento em análise é o evento LUMINA, que decorre anualmente em Cascais.

Sobre o LUMINA, possivelmente por ser um evento recente, com apenas 6 anos de existência em Portugal, não existe até à atualidade nenhum estudo sobre o mesmo, sendo este o principal motivo para a análise do mesmo, tornando-se esta numa investigação pioneira.

Por outro lado, para além de não haver um estudo ou investigação feita ao evento LUMINA, são poucos os estudos feitos que analisam os impactos socioculturais dos eventos, sendo que, de forma geral, os impactos estudados são os económicos.

Uma vez que o tipo de impactos a serem estudados nesta investigação são os impactos socioculturais, seria interessante recolher informações sobre o mesmo, mas infelizmente e dado a escassez de informação nesta área, o mesmo é dificultado. Contudo, mais uma vez, esta escassez de dados torna esta dissertação essencial para o desenvolvimento do sector do turismo e eventos.

Assim sendo, realizar uma investigação sobre um sector em constante expansão e desenvolvimento como é o turismo e o seu derivado, os eventos, é extremamente interessante; em particular se for estudado um evento que até ao momento nunca foi aprofundado ou estudado em Portugal, como é o caso do LUMINA bem como perceber os seus impactos socioculturais, tipo de impacto pouco aprofundado por investigadores e estudiosos.

1.2. Problemática da investigação

O turismo tornou-se nas últimas décadas num sector fundamental para o crescimento da economia mundial. A razão pela qual o turismo se tornou numa força económica deve-se ao facto de este contribuir para o crescimento do Produto Interno Bruto e de emprego em vários países (World Travel and Tourism Council, 2013). A procura por atividades turísticas tem igualmente aumentado dramaticamente um pouco por todo o globo ao longo das últimas seis décadas (UNWTO, 2015).

De forma geral, a relevância económica do turismo motivou diversos países a apostarem e implementarem estratégias de desenvolvimento turístico em regiões com baixos níveis de desenvolvimento económico (Brown e Gedds, 2007). O turismo é uma indústria em

constante crescimento, capaz de produzir benefícios económicos, mas também culturais e sociais, entre outros, para os destinos.

Em relação aos eventos, também estes têm a capacidade de gerar impactos positivos e importantes para os destinos, como por exemplo o de atrair turistas e visitantes, aumentar o consumo dos mesmos no local do evento, aumentar o número de estadias no destino turístico bem como contrariar a sazonalidade existente. Os eventos são, portanto, um importante motivador do turismo. (Getz, 2008).

O turismo de eventos tem assumido um papel fundamental no desenvolvimento do turismo nos destinos e é apontado por diversos autores como sendo uma estratégia ou até mesmo uma tendência a aposta em eventos (Getz, 2005; Cooper, Scott, Kester, 2005; Dwyer, *et al.*, 2008).

Atualmente, o turismo de eventos é visto pelo autor Getz (2012) como sendo uma atividade económica em desenvolvimento e em constante crescimento.

Em relação à existência de estudos sobre eventos será importante referir que esta ainda é escassa, havendo até à data poucos, tanto que autores como Jago e Dwyer (2006) afirmam que a informação existente sobre, por exemplo, padrões de despesa por participante em diferentes eventos, ainda não é suficiente para que se possa tirar conclusões generalistas sobre a temática.

Porém, a literatura recente, demonstra que os destinos têm apostado cada vez mais em eventos para atrair mais visitantes, conseguindo igualmente que estes se espalhem geograficamente; que combatam a sazonalidade, ajudem no desenvolvimento urbano e económico do destino bem como contribuam para o posicionamento do destino no mercado turístico, acabando por se tornar num catalisador para o desenvolvimento geral (Getz e Page, 2016).

De facto, os governos têm apoiado o planeamento e gestão de eventos, principalmente através da criação de infraestruturas para a realização dos mesmos nos seus locais de atuação, percebendo desta forma o seu objetivo em captar cada vez mais eventos (Dredge e Whitford, 2011; Dredge e Jamal, 2015).

A expansão dos eventos a nível mundial leva à necessidade de se analisarem os seus benefícios e impactos.

Importante de referir que os eventos conseguem gerar benefícios e impactos nos destinos onde estes se realizam.

Até à data os poucos estudos que existem que analisam os impactos dos eventos, focam-se maioritariamente no impacto financeiro, especialmente de megaeventos (Knott, Fyall e Jones, 2015), como tal, será importante perceber os possíveis impactos que um evento, nos diversos campos, pode alcançar, não só na vertente financeira do mesmo.

A particular, tal como mencionado, o estudo sobre impactos socioculturais de um evento não tem sido uma aposta por parte dos investigadores e autores. Contudo, são muitos os impactos socioculturais provenientes da realização de um evento, nomeadamente os seguintes:

Os eventos permitem que a comunidade possa comemorar a sua singularidade cultural e faz desenvolver o orgulho local face a globalização existente, podendo desenvolver e manter a identidade comunitária (Hall, 1992).

Também Deng e Li (2014) afirmam que os eventos oferecem a oportunidade de os turistas conhecerem cultura local e estilo de vida dos sítios onde estes são realizados.

Kim, Gursoy e Lee (2006) declaram que enquanto impacto sociocultural positivo, a participação da comunidade local em atividades relacionadas com a temática do evento pode ser considerada positivo. Para além disso, o aumento do voluntariado e cooperação comunitária aumenta, bem como é criado fortalecimento de tradições e valores regionais.

Após apresentação de apenas alguns possíveis impactos socioculturais providentes de um evento, torna-se claro que este tipo de impacto é de facto interessante de ser estudado, principalmente num evento como o LUMINA, evento para o qual ainda não foi analisado este tipo de impacto.

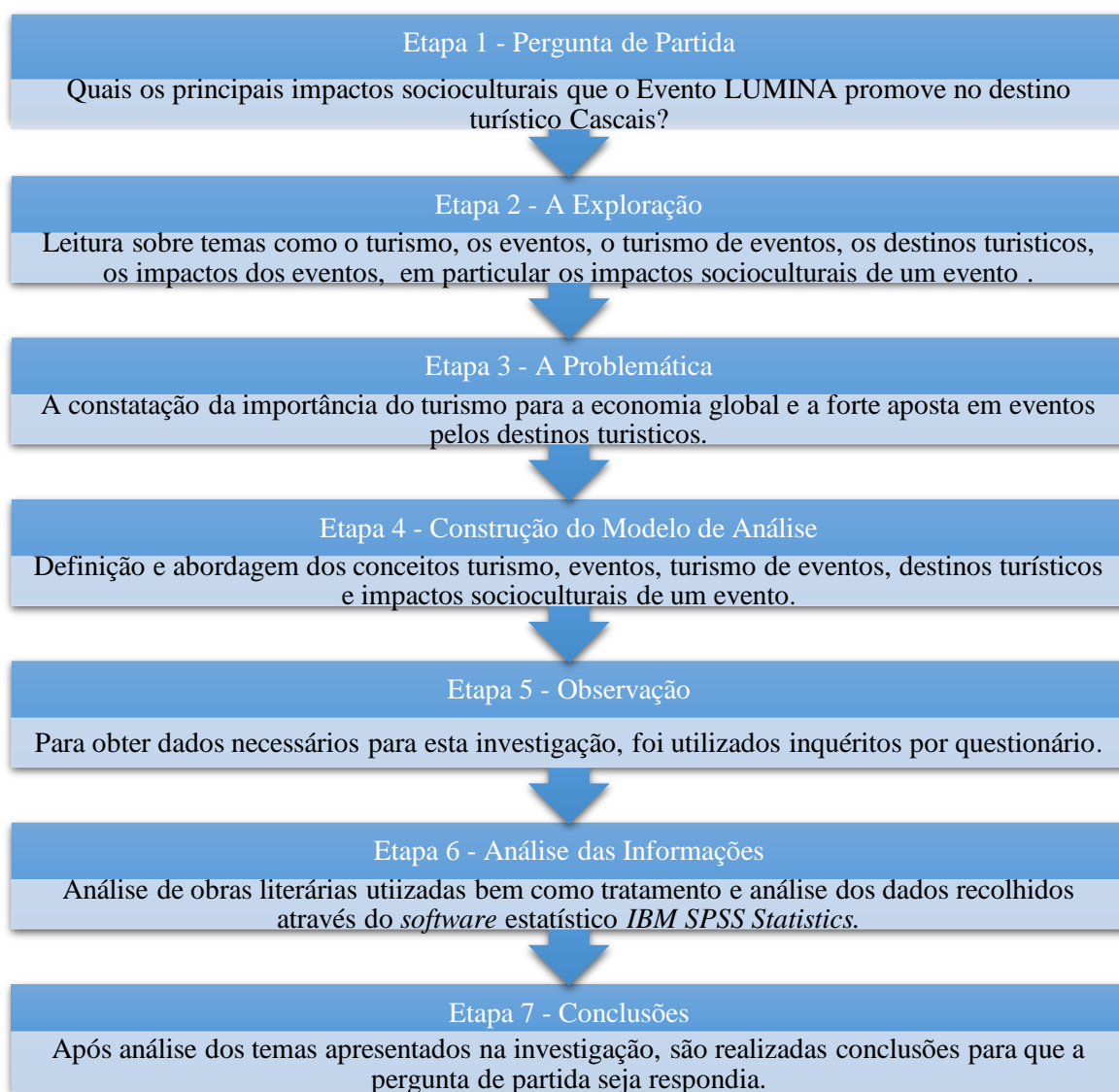
Tendo em conta a importância que o turismo tem para a economia, todos os impactos que proporciona, e tendo também em consideração o crescimento e forte aposta em eventos turísticos, sem considerar ainda a carência existente nos estudos sobre eventos, o estudo sobre esta temática torna-se fundamental e justifica a escolha desta investigação. Será, portanto, interessante perceber os impactos que um evento tem para um destino turístico, em particular os impactos socioculturais que o LUMINA produz em Cascais.

1.3. Modelo de investigação

Ao longo do tempo, foram muitos os modelos do processo de investigação elaborados por diversos autores. Contudo, apesar de ligeiras diferenças, a maioria deles segue as mesmas etapas e ordem do processo, apenas mudando o nome das mesmas.

Primeiramente, será importante referir que esta investigação segue o modelo proposto pelos autores Quivy e Campenhoudt (2008), que é um dos mais utilizados. O mesmo apresenta-se de seguida na figura 1 com as suas respetivas sete etapas.

Figura 1 - As Etapas do Procedimento da Investigação Científica



Fonte: Quivy & Campenhoudt (2008)

A primeira etapa é antes de mais a criação de uma pergunta de partida que será o fio condutor de toda esta investigação, que é neste caso: “Quais os principais impactos socioculturais que o Evento LUMINA promove no destino turístico Cascais?”.

Na segunda etapa surge a exploração, ou seja, é nesta fase que faremos uma revisão de literatura onde estão incluídas as entrevistas exploratórias e as leituras preparatórias. No fundo, o objetivo é conhecer e construir a problemática da investigação, permitindo conhecermos a temática a fundo e encontrar toda a informação necessária para a análise do estudo de caso.

Recorremos fundamentalmente a literatura compilada e artigos científicos específicos bem como a dissertações.

As entrevistas exploratórias realizadas tiveram como objetivo melhorar o conhecimento sobre o destino turístico bem como o evento, tendo estas sido realizadas à diretora da associação de turismo de Cascais, Carla Gomes e à Carole Purnelle, fundadora do evento LUMINA.

Ambas as entrevistas foram realizadas em junho de 2017 por via de correio eletrónico uma vez que é logisticamente difícil contactar presencialmente as entrevistadas. Foi elaborado um guião para as entrevistas e o mesmo foi enviado às entrevistadas que prontamente, pela mesma via, responderam às questões colocadas. Importa referir que o guião das entrevistas se encontra em apêndice para consulta (ver apêndice I).

Esta etapa é essencial pois fornece pistas para construir posteriormente o modelo de análise (Quivy e Campenhoudt, 2008).

A terceira etapa designada por “A problemática” diz respeito à abordagem teórica em que se decide apostar para responder à pergunta de partida. No fundo, numa primeira fase, faremos um balanço dos diferentes aspetos da temática que conseguimos obter através da fase exploratória, de forma a criarmos uma problemática. Numa segunda fase, com base neste balanço, faz-se uma problemática pessoal/própria, definindo desta forma as linhas orientadoras na investigação (Quivy e Campenhoudt, 2008).

Na quarta etapa, “A construção do modelo de análise”, tentaremos estabelecer uma relação entre a problemática e o estudo de caso, criando o modelo de análise, onde se definem as dimensões do estudo e os indicadores a serem usados no mesmo, para

responder aos objetivos específicos propostos, tentando responder igualmente à pergunta de partida.

No estudo de caso, os indicadores permitiram conhecer os impactos existentes, bem como conhecer as opiniões dos stakeholders envolvidos no evento. Ainda nesta fase, será utilizada como unidade de análise os moradores e comerciantes de Cascais, sendo esta a população a ser estudada.

Na quinta etapa constrói-se o instrumento de observação que será utilizado na investigação. Para recolher informação e opinião por parte dos moradores e comerciantes de Cascais foram utilizados inquéritos por questionário, recorrendo assim a uma estratégia quantitativa e numa abordagem extensiva, conseguindo desta forma chegar a mais cidadãos, sendo o inquérito uma ferramenta fundamental quando o objetivo é recolher o maior número de opiniões dentro de um determinado público-alvo.

Foram igualmente utilizadas entrevistas exploratórias para recolher informação por parte da associação de turismo de Cascais e da organização do LUMINA, apostando assim numa abordagem intensiva e numa estratégia qualitativa.

Tanto o questionário como as entrevistas foram formulados tendo por base o estudo e a revisão literária feita previamente, de forma a conseguir-se recolher informação apropriada e direcionada para a temática em estudo e pergunta de partida.

Uma vez que é operacionalmente difícil contactar toda a população envolvente, foi necessário recolher a uma amostra que seja estatisticamente significativa para o estudo. Neste sentido, a recolha de dados aos residentes e comerciantes da cidade de Cascais foi feita utilizando o método por conveniência.

Na sexta etapa, “A análise das informações”, temos como objetivo, analisar as informações recolhidas através do instrumento de observação e tendo por base as obras literárias utilizadas. Estas devem ser resumidas e sintetizadas de forma a poder-se tirar conclusões e resultados das mesmas.

Neste estudo em particular, o tratamento de dados dos inquéritos foi feito através do programa informático *IBM SPSS Statistics* que permite categorizar e analisar os dados recolhidos.

Na sétima etapa, “As conclusões”, são apresentadas as conclusões dos resultados conseguidos bem como são destacados os conhecimentos e informações conseguidas ao

longo da investigação. Esta etapa pode-se dividir em 3 ações, conforme se pode ler de seguida:

- Fazer uma retrospectiva dos procedimentos utilizados;
- Apresentar os contributos do conhecimento gerado pela investigação;
- Fazer breves considerações finais práticas.

Na seguinte figura 2 será apresentada a estrutura a ser seguida em pormenor nesta investigação.

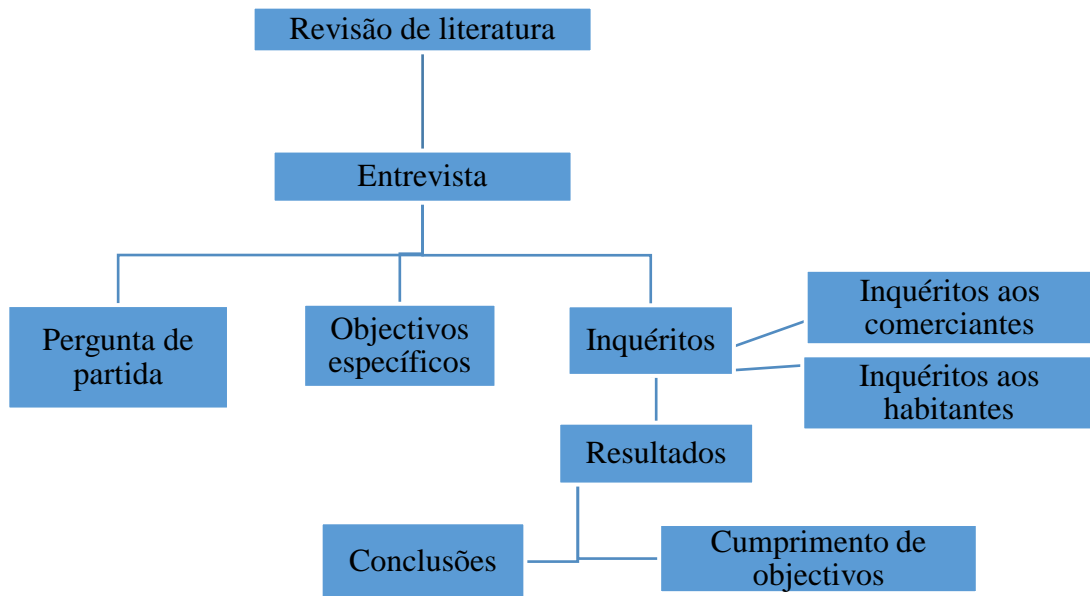
As entrevistas exploratórias são base que desencadeia a investigação. Foi através da informação recolhida das mesmas que a pergunta de partida e os objetivos a serem alcançados foram formulados. Também os questionários foram elaborados com base nas entrevistas.

Contudo, tanto o questionário como as entrevistas foram formulados tendo por base o estudo e a revisão literária feita previamente, de forma a conseguir-se recolher informação apropriada e direcionada para a temática em estudo.

Conforme também visível na figura, os inquéritos foram colocados aos comerciantes e moradores de Cascais, uma vez que são eles que reconhecem com maior facilidade os impactos do LUMINA no seu local de residência e/ou trabalho seja a curto como a longo prazo.

Após a realização dos inquéritos foi possível analisar os seus resultados, conseguindo consequentemente cumprir os objetivos específicos criados inicialmente e retirar conclusões para a investigação.

Figura 2 – Estrutura da investigação científica



Fonte: Elaboração própria

1.4. Objectivos específicos

De seguida serão apresentados os objetivos específicos que, após análise dos inquéritos, serão alcançados, conseguindo desta forma retirar conclusões estatísticas para o estudo em análise. Os objetivos serão alcançados nomeadamente por relação às questões do questionário, ou seja, as perguntas colocadas aos inquiridos serão questões cujas respostas nos permitiram validar ou não os objetivos formulados.

No fundo, os objetivos são criados de forma a conseguirmos responder à pergunta de partida da investigação.

Os objetivos específicos são os seguintes:

Objetivo 1: Perceber se a existência de um evento garante sempre a ocorrência de impactos socioculturais no destino onde este se realiza.

Será interessante perceber, antes de mais, se de facto o LUMINA gere ou não impactos socioculturais, na perspetiva dos inquiridos.

O facto é que o autor Getz (2008) afirma que os eventos têm um papel fundamental na construção e solidificação da comunidade, ou seja, os eventos gerem impactos ao nível sociocultural. Como tal, torna-se pertinente perceber se o evento LUMINA tem igualmente esse papel para os cascalenses.

Também a entrevistada Carla Gomes afirma que, na sua opinião, existem impactos socioculturais provenientes da realização do LUMINA em Cascais, sendo este inclusivamente o mais notório. Será, portanto, interessante perceber se os inquiridos partilham a mesma opinião que a diretora da associação de turismo de Cascais.

Para responder ao objetivo 1 – Perceber se a existência de um evento garante sempre a ocorrência de impactos socioculturais no destino onde este se realiza - analisámos as seguintes afirmações que os inquiridos classificaram no inquérito:

7.1.1. Os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados.

7.1.2. O evento LUMINA gera impactos socioculturais em Cascais.

7.1.3. Durante o evento LUMINA tenho a possibilidade de aumentar os meus conhecimentos sobre a vila.

7.1.4. Durante o evento LUMINA tenho a oportunidade de explorar a cultura local.

Objetivo 2: Perceber se o evento LUMINA aumenta o orgulho-próprio por parte da comunidade local.

Os autores Bowdin *et al.*, (2006) afirmam que um dos impactos socioculturais provenientes de um evento é o facto de este promover o orgulho-próprio por parte da comunidade local.

Assim sendo, será interessante perceber se o mesmo é sentido pelos moradores e comerciantes de Cascais em relação ao LUMINA.

Para alcançar o objetivo 2 – Perceber se o evento LUMINA aumenta o orgulho-próprio por parte da comunidade local - foram analisadas as seguintes afirmações do inquérito:

7.2.1. Recomendaria o LUMINA a familiares e/ou amigos.

7.2.2. Gosto de partilhar com familiares e/ou amigos que participei/gostava de participar no LUMINA.

7.2.3. Costumo convidar familiares e/ou amigos para participarem no LUMINA comigo.

7.2.4. Sinto a vila com mais energia e alegria durante a realização do LUMINA.

Objetivo 3: Comprovar se a presença do LUMINA contribui para o sentimento de insegurança por parte da comunidade local.

Como é expectável, será normal que um evento promova igualmente impactos negativos no destino turístico onde é realizado. Da mesma opinião são os autores Kim, Gursoy e Lee (2006) que afirmam que há incontestavelmente impactos negativos associados aos eventos a nível social e cultural, nomeadamente o aumento da insegurança, seja através da presença de mais crimes e atos de terrorismo ou consumo de substâncias ilícitas.

Posto isto, será pertinente perceber se os moradores e comerciantes de Cascais se sentem mais inseguros e se presenciaram atos criminosos, entre outros, no realizar do LUMINA ao longo das suas edições em Cascais.

Para alcançar o objetivo 3 – Comprovar se a presença do LUMINA contribui para o sentimento de insegurança por parte da comunidade local - foram analisadas as seguintes afirmações do inquérito:

7.3.1. Não sinto a mesma segurança aquando da realização de eventos na minha área de residência/trabalho.

7.3.2. Os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados.

7.3.3. A frequência de pessoas fora da comunidade local cria em mim uma sensação de mal-estar e desconforto.

Objetivo 4: Compreender se o LUMINA permite criar uma interação cultural entre os participantes externos ou interno à comunidade local.

Uma vez que o público-alvo do evento é a população local, turistas e pessoas residentes na zona metropolitana de Lisboa, conforme foi afirmado por Carla Gomes, será interessante perceber se este convívio e interação cultural entre os visitantes e moradores existem no LUMINA. Mais uma vez, Getz (2007) afirma que efetivamente um dos impactos socioculturais positivos por parte de um evento é o facto de este criar cooperação e interação cultural entre comunidade local e participantes do evento.

Para responder ao objetivo 4 – Compreender se o LUMINA permite criar uma interação cultural entre os participantes externos ou internos à comunidade local - foram analisadas as seguintes afirmações do inquérito:

7.4.1. Os eventos, no geral, promovem o convívio e a relação entre participantes e população local.

7.4.2. O LUMINA promove o convívio e a relação entre os participantes e a população de Cascais.

7.4.3. O LUMINA promove a visitação aos locais culturais da vila anfitriã.

Objetivo 5: Constatar se o LUMINA permite que haja maior valorização e preservação do património histórico.

O autor Vieira (2008) afirma que um dos impactos possíveis a nível sociocultural de um evento para um destino é o facto de este permitir criar maior valorização e preservação do património histórico.

Uma vez que o LUMINA decorre na zona histórica de Cascais, zona essa repleta de património histórico, será interessante perceber se essa valorização e preservação do património são notórias em Cascais.

De forma a alcançarmos o objetivo 5 – Constatar se o LUMINA permite que haja maior valorização e preservação do património histórico – foram analisadas as seguintes afirmações do inquérito:

7.5.1. Os eventos, no geral, possibilitam o aumento da preservação do património histórico do local onde estes decorrem.

7.5.2. Considero que o LUMINA contribui para a valorização e preservação do património histórico de Cascais.

7.5.3. Considero que as zonas, locais e monumentos históricos de Cascais são mais conservados devido à presença do LUMINA.

1.5. Instrumentos e procedimento de pesquisa

Nesta investigação, conforme mencionado anteriormente, o instrumento de pesquisa utilizado foram os inquéritos por questionário que foram realizados aos moradores e comerciantes cascalenses que conheçam o LUMINA.

A escolha deste instrumento de observação é sustentada pelo facto de os inquéritos por questionário permitirem optar por uma estratégia quantitativa e numa abordagem extensiva, conseguindo desta forma chegar a mais cidadãos, sendo o inquérito uma ferramenta fundamental quando o objetivo é recolher o maior número de opiniões dentro de um determinado público-alvo, como é o caso.

Uma vez que o evento em análise é o LUMINA, que este ano decorreu entre 22 e 24 de setembro, os questionários foram feitos nesse mesmo período de forma a conseguirmos obter informação mais atualizada possível por parte dos inquiridos.

Através dos inquéritos pretendemos perceber quais os impactos socioculturais que o LUMINA oferece a Cascais do ponto de vista dos moradores e comerciantes, elementos que vivenciam os respetivos impactos na primeira pessoa ao longo dos anos de existência do evento.

Os inquéritos foram formulados tendo por base o estudo e a revisão literária feita previamente, bem como tendo por base as entrevistas exploratórias realizadas.

Desta forma, conseguimos recolher informação apropriada e direcionada para a temática em estudo e pergunta de partida, podendo-se também responder aos objetivos criados.

Com o objetivo de que as respostas dadas pelos inquiridos sejam as mais representativas possível e que a compreensão por parte dos mesmos em relação as questões colocadas seja a mais clara possível, é fundamental que a estrutura dos inquéritos bem como as questões colocadas sejam feitas de forma organizada, bem redigidas, de fácil resposta e essencialmente objetivas, não permitindo que o inquirido seja influenciado.

A construção e estrutura do inquérito permitiu principalmente conhecer as características sociodemográficas dos inquiridos, identificar a opinião destes em relação ao desenvolvimento de Cascais através do LUMINA e identificar os impactos socioculturais conseguidos para Cascais através do LUMINA.

Importa ainda referir que o instrumento de pesquisa utilizado teve a seguinte estrutura temática:

1ª Parte: Dados sociodemográficos: nesta fase serão colocadas questões relacionadas com o inquirido, nomeadamente os seus dados sociodemográficos, permitindo conhecer o perfil da amostra recolhida. Para além disso, nesta etapa foram colocadas duas questões que nos permitiram validar o inquérito. As referidas perguntas são se o inquirido é morador e/ou comerciante em Cascais. Caso o inquirido resposta “Não” a ambas as questões, o inquérito termina de imediato, uma vez que o público-alvo desta investigação é apenas os comerciantes e/ou moradores de Cascais.

2ª Parte: O LUMINA: nesta fase serão colocadas questões sobre o conhecimento e participação do inquirido no evento LUMINA e a sua opinião sobre o evento - a vários níveis - permitindo conhecer a relação dos inquiridos com este evento.

3ª Parte: Impactos do LUMINA: nesta fase serão colocadas questões relacionadas com os impactos que este evento traz para Cascais. Desta forma, conseguimos perceber quais, na opinião dos moradores e comerciantes, os impactos que têm sentido no seu local de residência ou atividade comercial ao longo dos anos ou que impactos pensam vir a ser notados a longo prazo em Cascais.

No total, entre 22 e 24 de setembro de 2017, foram realizados 131 inquéritos.

O modelo do questionário utilizado encontra-se em apêndice (ver apêndice II).

1.6. Amostra

Uma vez que é operacionalmente difícil contactar a população total tendo por base os moradores e comerciantes de Cascais, foi necessário recolher uma amostra. Neste sentido, a recolha de dados aos residentes e comerciantes da cidade de Cascais foi feita utilizando o método por conveniência.

O método por conveniência representa uma amostragem não probabilística que consiste em seleccionar uma amostra da população que seja acessível, ou seja, os inquiridos são seleccionados por estarem disponíveis e acessíveis, sendo um método de maior facilidade operacional, apesar de ser um método com a capacidade de fazer gerar resultados com menor rigor estatístico sobre a população.

Ao todo, a amostra foi constituída por 131 pessoas entre moradores e comerciantes, tendo estas sido contactadas presencialmente em Cascais no decorrer no evento LUMINA. Desta forma, a captação de moradores e comerciantes de Cascais tornou-se mais fácil uma vez que os inquéritos foram realizados exatamente nesse mesmo local. Os inquiridos foram abordados aleatoriamente, mas sempre com o objetivo de se conseguir obter uma amostra homogénea.

Em relação ao inquérito será importante referir que a investigação teve como objetivo conhecer primeiramente a amostra, apresentando algumas características sociodemográficas dos inquiridos e, posteriormente, perceber os impactos socioculturais do LUMINA em Cascais.

Para obter a informação necessária foram realizados, conforme dito anteriormente, inquéritos ao público-alvo escolhido - moradores e comerciantes de Cascais - uma vez que são eles quem mais facilmente deteta os impactos que o LUMINA tem no seu local de residência e/ou trabalho.

O tratamento dos dados foi feito através do programa *SPSS Statistics* e o formulário do inquérito pode ser consultado na íntegra em apêndice (ver apêndice II).

Os resultados obtidos através da realização dos inquéritos permitiram-nos posteriormente cumprir os objetivos do estudo em causa que serão apresentados posteriormente.

O inquérito teve como primeira parte a recolha dos dados sociodemográficos dos inquiridos de forma a conseguirmos conhecer melhor a amostra, mas também para validar os inquéritos. Isto porque, para que os inquéritos fossem válidos para o estudo, os inquiridos tinham de morar e/ou trabalhar em Cascais.

Como tal, a pergunta 1 e pergunta 2 no inquérito colocam exatamente essas questões: “Reside no concelho de Cascais?” e “Trabalha no concelho de Cascais?”. O inquirido deve responder “Sim” a pelo menos uma das questões para que o inquérito fosse validado.

Para além disso, foi ainda perguntado a idade dos inquiridos bem como o seu género, de forma a conhecer em profundidade a amostra e percebermos se a mesma é estatisticamente significativa para o estudo.

CAPÍTULO II -Turismo

2.1. Turismo – Da origem ao conceito

Apesar de o evento em estudo não ser dirigido a turistas, mas sim a excursionistas e população local e, como tal, não ter um impacto tão significativo no turismo como outros eventos, o LUMINA é, para todos os efeitos, um evento e como tal insere-se e nasce no sector do turismo.

O turismo é muitas vezes influenciado e afetado através da presença de eventos nos destinos turísticos onde estes são realizados, uma vez que para muitos turistas a razão para a sua deslocação para destinos turísticos é a participação num evento.

Assim sendo, é essencial apresentar primeiramente o conceito turismo, percebendo o seu desenvolvimento e definição para que consigamos perceber a relação forte que tem com os eventos. Será igualmente feita uma reflexão crítica sobre como o turismo beneficiou e tem beneficiado com a presença e realização de eventos ao longo dos tempos.

Na opinião de Barreto (2003, p. 43), o termo turismo é proveniente da palavra francesa *tour* com o seu equivalente em inglês de *turn* que significa volta. Posto isto, “significava fazer um percurso de ida e volta com características peculiares quanto aos locais a serem visitados, ao tempo de permanência neles e às motivações tanto para a viagem, quanto para a estadia”.

Já para Haulot, citado por Barreto (2003), o conceito turismo poderá ter a sua origem mais remota, mais concretamente no hebraico *Tur*, que surge na Bíblia como sendo uma “viagem de reconhecimento”.

A origem do turismo propriamente dita, inicia-se quase que igualmente com a origem da humanidade (Gee e Fayos-Solá, 1999).

Para Cunha (2003), o desenvolvimento da atividade turística pode ser dividida em 3 etapas distintas: a idade clássica, a idade moderna e a idade contemporânea que serão de seguida apresentadas, de forma a perceber-se a origem e percurso do turismo.

Idade clássica: A idade clássica inicia-se com as primeiras civilizações conhecidas, prolongando-se até ao século XVII. Pires (2004) afirma que turismo, em termos históricos, iniciou-se quando o ser humano deixou de ser sedentário e passou a viajar,

particularmente devido ao comércio existente com outros povos. Considera-se o início desta fase com a civilização Suméria que criou condições para viajar, nomeadamente através da criação da moeda, com o desenvolvimento do comércio e pela criação da roda que levou à construção de carruagens, aptas para viajar.

No que toca a atrações turísticas, o Egipto, 3000 anos antes de Cristo, já era um destino com elevada procura, devido às magníficas pirâmides e monumentos existentes. Já na Grécia, a principal atração turística era os Jogos Olímpicos. Também em Roma, as instalações termais tornaram-se motivo de procura (Cunha, 2006 e Pires, 2004).

O século XVII foi o século onde houve um grande melhoramento a nível de transportes, tendo sido nesta altura o momento da construção das primeiras linhas regulares de diligência, momento igualmente importante para o desenvolvimento do turismo.

Idade moderna: Esta fase inicia-se no século XVII e termina no início do século XX. Durante este período evidenciam-se inúmeras mudanças a nível tecnológico, económico e social que influenciaram as viagens.

A partir da segunda metade do século XVII, a conhecida *grand tour* começa a ser divulgada entre os aristocratas, principalmente ingleses. A *grand tour* consiste em viagens realizadas por países europeus, com duração aproximada de três anos em que o seu grande objetivo era cultivar o espírito (Cunha, 2006).

Na segunda metade do século XVII surge a máquina a vapor, que serviu de catalisador para a transformação existente e que por sua vez desencadeou a revolução industrial, um marco para o turismo também, pois foi devido à industrialização que as cidades sofreram alterações a nível paisagístico, o que levou a que as classes mais elevadas tomassem a decisão de viajar para fora dos centros urbanos de forma a fugir dos ambientes poluídos presentes nos centros das cidades.

Foi já no século XIX que foram desenvolvidas as linhas de caminhos-de-ferro, um forte impulsionador do turismo, uma vez que foi através desta criação que se tornou possível fazer grandes trajetos, percorrendo distâncias mais longas em menos tempo (Ignarra, 2003). Igualmente neste século, surgem os primeiros hotéis - essencial para o turismo também.

Particularmente o ano 1841 foi importante para o desenvolvimento do turismo. Foi neste ano que Thomas Cook organizou a primeira viagem coletiva, onde conseguiu recrutar

570 pessoas, tornando-se desta forma no inventor do turismo organizado (Cunha, 2006; Ignarra, 2003 e Murphy, 1985).

Por fim, mas não menos importante, será interessante referir que foi graças à criação de férias remuneradas e mais tempo de lazer, conseguido pelos trabalhadores no início do século XX, que o turismo ganhou mais ênfase (Pires, 2004).

Idade contemporânea: A I Guerra Mundial, a Grande Depressão e a Guerra Civil de Espanha não foram sinónimos de paragem para o turismo, que conseguiu alcançar dimensão significativa em 1939, tendo-se apenas registado uma paragem durante a II Guerra Mundial. Porém, foi exatamente no decorrer deste conflito que a aviação se desenvolveu e é exatamente este meio de transporte que acaba por revolucionar o sector do turismo (Ignarra, 2003 e Murphy, 1985).

Foi também nesta etapa que o automóvel se tornou num meio de transporte mais corrente, facilitando igualmente a deslocação dos turistas.

Neste período também o turismo interno ganhou mais destaque, uma vez que houve uma redução do trabalho diário e semanal. Porém, foi igualmente nesta altura que as viagens começaram a ser encaradas como bens de primeira necessidade, registando-se um índice de maior procura por férias mais económicas e em destinos mais próximos (Cunha, 2006).

Após 1990 e até a atualidade, o turismo continua a crescer, mas de uma forma menos abrupta, havendo, contudo, previsões de que até 2020 a indústria turística vá continuando a aumentar em média 4.1% por ano (OMT, 1998).

Após apresentação da evolução e origem do turismo, será pertinente definir o conceito, conseguindo desta forma conhecer aprofundadamente em que consiste, na ótica de diversos autores.

Será, antes de mais, essencial compreender que não existe uma definição do conceito turismo universalmente aceite, havendo ao longo do tempo várias definições criadas por vários autores, todas elas devidamente sustentadas. Esta dificuldade em criar-se uma só definição, aceite por todos, prende-se com o facto de o turismo ser um conceito multifacetado e como tal, a definição do mesmo terá sempre em vista a perspetiva e abordagem usadas por cada agente e stakeholders envolvidos do sector do turismo. O turismo pode, inclusivamente, ser analisado do ponto de vista da oferta bem como da procura.

De seguida serão apresentadas, de forma sucinta, algumas definições que tentam demonstrar várias perspetivas de análise do conceito turismo, sendo a principal a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT).

Segundo a autora Barreto (2003), a primeira definição de turismo remonta a 1911 e foi escrita por Hermann von Schullern zu Schattenhofen, para o qual o turismo é o conceito que se manifesta na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.

Tendo em conta a definição da Organização Mundial do Turismo (1995), o turismo define-se como sendo a atividade do viajante que visita uma localidade fora de seu entorno habitual, por período inferior a um ano e com propósito principal diferente do exercício de atividade remunerada por entidades do local visitado. Este engloba vários motivos de lazer, como por exemplo o repouso, saúde, religião, família, naturalmente as férias, entre outros.

Segundo a mesma definição, existem dois tipos de visitantes possíveis: o turista e o excursionista, ambos com características distintas. O turista é um visitante que permanece por um mínimo de 24 horas no destino visitado. Já o excursionista é um visitante que permanece menos de 24 horas no destino visitado.

Porém há de facto exceções. Da classificação acima descrita, ficam excluídos os membros das forças armadas, os passageiros em trânsito, os trabalhadores de fronteiras, refugiados, diplomatas, nómadas, emigrantes e estudantes.

Contudo, há quem defina o turismo com ligeiros ajustes em relação à definição da OMT.

Murphy (1985) define o turismo como uma atividade que se encontra relacionada com a deslocação das pessoas para fora da sua área habitual de residência desde que essas deslocações não venham a tornar-se numa permanência definitiva na área visitada.

- Desta forma, o conceito turismo é descrito como um conjunto de atividades que englobam aos seguintes elementos:
- Equipamentos, tais como meios de alojamento, centros de comércio, unidades de restauração, entre outros;
- Infraestruturas, tais como sistemas de abastecimentos de águas, fornecimentos de energia, saneamentos básicos e comunicações;

- Elementos intangíveis;
- Serviços complementares

Já Middleton e Clarke (2001) consideram o turismo como uma indústria, graças à diversidade de atividades económicas que engloba, e também devido à sua dimensão e impacto.

Como pode ser validado pela bibliografia referenciada, várias são as formas como o conceito de turismo é definido, todavia, devido à sua importância; ao seu efeito multiplicador; stakeholders envolvidos e à evolução que apresenta, o turismo é um dos fenómenos sociais e económicos mais importantes registados no século XX, sendo que atualmente continua sólido e em constante evolução, assumindo com grande certeza uma presença no futuro de forma próspera e evolutiva.

De facto, nas últimas décadas o turismo apresentou uma expansão contínua e diversificada, acabando por se tornar num dos maiores sectores económicos e com maior crescimento no mundo (OMT, 2012).

Cooper *et al.*, (2001) e Theobald (2001) confirmam este cenário, afirmando que atualmente, o turismo é um dos sectores que mais cresce dentro nos países mais industrializados.

Após análise destes valores, conclui-se que o turismo passou de uma mera atividade sectorial para um fenómeno mundial e multifacetado.

Rodrigues (1997, p.17) afirma que “o turismo é incontestavelmente um fenómeno económico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais. Movimenta, a nível mundial, um enorme volume de pessoas e de capitais, inserindo-se materialmente de forma cada vez mais significativa ao criar e recriar espaços diversificados”.

Percebemos, desta forma, a importância que o turismo tem vindo a alcançar nas sociedades e destinos turísticos atuais. Porém, este sucesso prende-se igualmente com a aposta cada vez mais acentuada em eventos por parte dos destinos turísticos.

Uma vez que os destinos turísticos são afetados pela presença de eventos, é essencial apresentar igualmente o conceito, conforme será feito de seguida.

2.2. Destino turístico

Não existe consenso na literatura existente sobre a definição de destino turístico. Há, contudo, um ponto em comum entre a maioria das definições; a de que um destino turístico é o local onde se desenrola todas as atividades turísticas existentes.

De seguida, serão apresentadas algumas definições de destinos turístico de forma a conseguirmos perceber com mais clareza e pormenor em que é que consiste um destino turístico, como é o caso de Cascais, destino a ser abordado no estudo de caso.

De forma sucinta, o autor Buhalis (2000) define o conceito destino turístico como uma área geográfica definida que oferece um conjunto de serviços e produtos turísticos que são oferecidos e consumidos pelos turistas.

Um destino turístico pode ainda ser definido como sendo uma unidade de ação onde diversos stakeholders interagem entre si através da cocriação de experiências (Saraniemi e Kylanen, 2010).

Valls (2004) afirma que um destino turístico é composto por uma série de elementos, todos eles interdependentes entre si, que por sua vez têm como objetivo servir todas as necessidades e desejos dos clientes, ou seja, dos turistas. Os ditos elementos são por exemplo as estruturas urbanísticas, culturais e sociais. Como tal, Mill e Morrison (2006) concluem que um destino turístico é composto por:

- Infraestruturas;
- Transportes;
- Atrações;
- Hospitalidade;
- Serviços (que permitam servir diversas necessidades específicas dos visitantes).

Dois anos mais tarde, Valls (2006) define o destino turístico como sendo um país, cidade, estado ou lugar com espaço geográfico devidamente delimitado, com características, serviços e edificações próprias, com capacidade administrativa capazes de desenvolver um planeamento e gestão dos mesmos, que adquire centralidade atraindo os turistas mediante produtos adaptados à satisfação procurada por estes.

Também Leiper (1995, p. 87) citado por Buhalis (2000) afirma que um “destino turístico é um lugar para onde as pessoas viajam e onde escolhem ficar por algum tempo de modo a conhecer alguns aspetos ou características presentes no destino”.

Já Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd e Wanhill (2008) definem destino turístico como sendo um local onde se concentram os serviços e condições para satisfazer as necessidades dos turistas.

Buhalis (1999) assume que um destino turístico é, no fundo, uma combinação de todos os serviços, produtos e experiências existentes no local.

Manentes e Minghetti (2006) acrescentam ainda que um destino turístico é também um conjunto de produtos e serviços, tal como os mencionados autores referiam, mas também um conjunto de recursos naturais, elementos artificiais e informação capaz de atrair um número de turistas para o destino.

Após apresentadas diversas definições, constatamos que existem elementos em comum na maioria das definições, mas que, atualmente, uma definição unânime não é possível, uma vez que o conceito destino turístico é efetivamente vago, o que leva a discordâncias na literatura existente.

Importa referir que, apesar de não haver unanimidade na definição do conceito destino turístico, é essencial para este estudo percebê-lo e defini-lo com clareza, uma vez que o objetivo do estudo é perceber os impactos socioculturais de um evento num determinado destino turístico. Em particular, o destino turístico em análise será Cascais e o evento LUMINA, conforme foi dito anteriormente. O facto de se tratar de Cascais, um concelho altamente reconhecido enquanto destino turístico e com o elevado fluxo de turistas, justifica novamente a importância de se apresentar e definir o conceito destino turístico.

Será igualmente pertinente revelar que, atualmente, são muitos os destinos turísticos que apostam nos eventos como ferramenta para aumentar o fluxo de turistas. O planeamento e promoção de eventos pode ajudar igualmente a transformar a imagem que o turista tem do destino (Liu, 2014).

Para além disso, cada vez mais um destino turístico enfrenta uma competição intensa (Hildebrandt e Isaac, 2015) uma vez que os turistas comparam diversos destinos que apresentem atributos semelhantes antes de decidirem o seu destino de eleição. Por esse motivo, cada vez mais é importante que os destinos se tentem diferenciar da concorrência,

tentando aliciar os turistas através de atrações, nomeadamente eventos (Aarstad *et al.*, 2015).

Conseguir criar uma identificação pode ser igualmente a chave para o destino conseguir captar mais turistas e, conseqüentemente, mais receitas (Hultman *et al.*, 2015).

2.3. Impactos do turismo

São muitas as entidades que consideram o turismo como um motor para a mudança social e como ferramenta de desenvolvimento económico (Pulido Fernandez e Sanchez Rivero, 2010, World Travel Tourism Council (WTTC), 2005).

De facto, com base na recente pesquisa feita pelo WTTC, em conjunto com a Oxford Economics, é demonstrado que a contribuição do turismo para o PIB mundial já ultrapassou a economia global pelo sexto ano consecutivo em 2016, representando ao todo 10,2% do PIB mundial, ou seja, 7,6 biliões de dólares.

Para além disso, o sector atualmente oferece emprego a cerca de 292 milhões de pessoas por todo o mundo, que no fundo significa que uma em cada 10 pessoas trabalha no sector do turismo. (WTTC, 2017). Ainda através do mesmo estudo, percebemos que a perspetiva para o ano atual, 2017, continua a ser positiva, uma vez que o sector do turismo continuará a liderar a riqueza e criação do emprego a nível global, sendo que a previsão para os próximos dez anos para este sector é igualmente promissora; estima-se uma taxa de crescimento de 3,9% ao ano.

Em particular em Portugal, em 2016, o turismo representou 16,6% do PIB, afirmando a sua importância enquanto sector no país. Para além disso, espera-se em Portugal um crescimento de 2,6% para o ano atual, 2017 (WTTC, 2017).

Já em 2014, o turismo representou 6% das exportações mundiais e a procura chegou a alcançar 1133 milhões de turistas (UNWTO, 2015), o que demonstra um claro aumento face ao estudo mais recente do ano 2016.

Ao longo dos anos, a maioria das entidades responsáveis, como por exemplo os governos, focaram-se apenas nos efeitos e impactos económicos positivo provenientes do turismo. Contudo, tem-se vindo a reconhecer os potenciais benefícios ao nível ambiental e social,

e a necessidade de investigar e analisar os efeitos não económicos (Lui, Sheldon e Var, 1987, Murphy, 1985).

Gunn (1988) e Law (2001) afirmam que a atividade turística pode trazer diversos impactos positivos para o destino.

Porém, os autores afirmam que a atividade turística pode igualmente reproduzir impactos negativos para os destinos, como por exemplo o facto de diversas infraestruturas serem criadas para servir a população local, mas acabarem por estar em sobrecarga.

Os acessos aos hospitais, o aumento de tráfego rodoviário, a poluição e especulação imobiliária são aspetos que são igualmente influenciados e afetados pela presença do turismo no destino, causando desconforto aos residentes,

Também Baud-Bovy, citado por Moniz (1993) reconhece os impactos negativos do turismo, apontando que este pode promover a degradação ambiental natural e produzir choques culturais entre os visitantes e a população local, podendo ainda levar à perda de identidade das populações residentes e a sua destruição social.

Os impactos do turismo, para além de serem divididos entre positivos e negativos, podem ainda ser divididos em subcategorias, tais como as categorias socioculturais, económicas e ambientais. De seguida será apresentada uma tabela que sintetiza todos os possíveis impactos, sejam eles positivos ou negativos, provenientes da presença do turismo em destinos turísticos, na opinião de Perreira (2008) citado por Ferreira (2011).

Tabela 1 - Impactos Gerais do Turismo

Positivos	Negativos
<ul style="list-style-type: none"> - Reforça a preservação do património e da tradição; - Oferece oportunidades de emprego, tanto especializado como não especializado, dado tratar-se de um sector de mão-de-obra intensiva; - Justifica a proteção e as melhorias ambientais; - Contribui para a diversificação da economia; - Melhora a qualidade de vida, principalmente no que diz respeito aos rendimentos; - Gera a criação de instalações turísticas e recreativas que podem ser utilizadas pela população local; - Gera a entrada de moeda estrangeira, aumentando as receitas locais; - Contribui para o Produto Interno Bruto; - Tem um elevado efeito multiplicador; - Reforça infraestruturas que desenvolverão as indústrias e comércio local; - Diminui barreiras linguísticas, socioculturais, de classe, raciais, religiosas e políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cria excesso de utilização dos recursos naturais; - Causa inflação; - Gera dependência económica; - Degrada e polui o ambiente; - Propicia a ocorrência de conflitos na sociedade anfitriã e entre comunidade e visitantes; - Contribui para a ocorrência de doenças; - Aumenta a incidência de crime, prostituição e jogo; - Estimula a ocorrência de mudanças bruscas nos modos de vida locais; - Gera problemas de tráfego; - Aumenta a vulnerabilidade a mudanças económicas e políticas; - Gera dificuldades devido à sazonalidade; - Pode contribuir para desenvolvimento económico desequilibrado.

Fonte: Elaboração própria. Baseada em Perreira (2008) citado por Ferreira (2011)

Porém, Vieira (2005), especifica ainda outros impactos do turismo a nível económico ambiental e sociocultural, que serão apresentados de seguida na tabela 2.

Tabela 2 - Impactos do Turismo - A nível económico, ambiental e sociocultural

	Positivos	Negativos
Impactos económicos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de emprego e criação de novos postos de trabalho; - Abertura ao mundo de sociedades geralmente fechadas; - Aumento de rendimento e qualidade de vida da comunidade local; - Desenvolvimento local - melhoria de infraestruturas; - Aumento de receitas físicas; - Modificação da estrutura económica e social; - Aumento das trocas comerciais com o exterior; - Desenvolvimento de outros sectores económicos por arrastamento; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de empregos mal remunerados; - Custos elevados na construção de infraestruturas; - A sazonalidade provoca efeitos negativos nas localidades; - Degradação da economia local por causa do aumento da inflação; - Acréscimo dos preços dos produtos e serviços em zonas turísticas; - Abandono de outros sectores económicos.
Impactos ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de programas de preservação de áreas naturais; - Financiamento e implementação de equipamentos e medidas de preservação; - A nível ecológico, verifica-se uma melhor utilização de espaços públicos; - Criação de medidas de preservação e conservação ambiental, com o objetivo de manter a qualidade e a atração dos recursos naturais; - Aumento de consciência para o património natural existente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poluição das águas, do ar e poluição sonora; - Destruição da fauna e flora; - Destruição de paisagem natural; - Degradação de monumentos artísticos; - Construção de empreendimentos turísticos prejudiciais para o meio ambiente.

Impactos socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> – Apoio a iniciativas culturais; – Preservação do património local; – Intercâmbio cultural e de conhecimento de raças e crenças diferentes; – Financiamento de investimentos na recuperação e na manutenção do património histórico; – Promoção do orgulho local; – Organização de eventos culturais; – Promoção de produtos locais; – Partilha de valores; – Aumento de tolerância entre populações. 	<ul style="list-style-type: none"> – Redução de estatuto social dos residentes; – Aumento da tensão social; – Problemas de drogas e alcoolismo; – Aumento de criminalidade e prostituição; – Perda de coesão social; – Confronto com turistas: xenofobismo; – Comercialização excessiva do património; – Choque cultural entre moradores e turistas; – Sobrecarga populacional; – Perda de identidade das populações locais; – Destruição de estruturas sociais.
--------------------------------	---	---

Fonte: Elaboração própria. Baseada em Vieira (2008).

Após análise dos possíveis impactos do turismo para o destino, será importante ter em conta o seguinte: todos estes impactos sejam eles ambientais, socioculturais ou económicos, devem ser tidos em conta num processo de planeamento sustentável do turismo. Desta forma, face ao aumento do turismo a nível mundial é essencial que as entidades responsáveis tenham os impactos em consideração de forma a orientar as suas ações com base num plano estratégico que cumpra os padrões de sustentabilidade.

2.4. Turismo de eventos

Após estudado o conceito de turismo, conhecidos os seus impactos, bem como apresentado o conceito destino turístico, será fundamental analisar igualmente o conceito turismo de eventos de forma a que se faça um enquadramento para o futuro conceito ser apresentado; os eventos, objeto de estudo.

O conceito “turismo de eventos” foi cunhado em 1980 e formalizou a relação entre o turismo e os eventos (Getz, 2005). “A relação dos eventos com o turismo estabelece-se na própria natureza dos mesmos, enquanto acontecimentos num dado momento e por um

período específico, representando um “*snapshot*” do modo de vida mais alargado da comunidade, que também adota nesse momento um comportamento diferente do resto do ano” (Ribeiro e Ferreira, 2009, p. 158).

O turismo de eventos pode ser definido como sendo o segmento de mercado cuja motivação do seu público incide naqueles que viajam para poderem estar presentes num determinado evento, ou os que são atraídos por esse mesmo evento já estando no destino turístico.

O termo turismo de eventos tem vindo a ganhar interesse por parte dos investigadores e do sector do turismo e eventos (Connel, Page e Meyer, 2015; Kim, Jun, Walker e Drane, 2015), especialmente por este ter vindo a ser adotado como uma estratégia por parte dos destinos turísticos (Benur e Bramwell, 2015; McKercher, 2016).

Inclusivamente, Stokes (2008) e Getz (2008) declaram que os eventos são um motivo forte para se viajar e tem sido uma forte aposta no plano de desenvolvimento e de marketing dos eventos. Por este motivo, o turismo de eventos é considerado um segmento de mercado com elevado potencial, sendo que a indústria turística tem uma função fundamental no seu sucesso.

Para além disso, a perceção que um turista tem de um destino turístico onde um evento decorre pode influenciar bastante a decisão de participar num determinado evento (Deng e Li, 2014).

Segundo Zanini e Faria (2003) o turismo de eventos gera riqueza para as regiões e cidades e para as partes envolvidas no processo, através da obtenção de impostos, criação de emprego diretos e indiretos para além de dinamizar o sector hoteleiro, gastronómico e comercial.

O turismo de eventos foi o segmento que mais aumentou nas últimas duas décadas na indústria do lazer e, como tal, tem recebido uma enorme atenção por parte de investigadores académicos (Nicholson e Pearce, 2000).

“O turismo de eventos tornou-se um sector bastante competitivo, em parte devido ao carácter apelativo generalizado dos eventos e à capacidade de cada lugar para realizar eventos. Estes são bastantes apreciados pelo turismo e pelos organismos públicos por motivos de ordem estratégica” (Getz, 2007, p. 459). Desta forma, este tipo de turismo tem como principal objetivo a criação de uma imagem positiva para o destino turístico e a

captação de novos visitantes, sejam eles nacionais ou internacionais. Está visto que, efetivamente, são muitos os eventos, sejam eles de âmbito regional, nacional ou internacional, que conseguem promover a atividade turística e gerar o desenvolvimento do país, região ou localidade onde este decorre.

Segundo Bahl (2004, p. 18), o turismo de eventos é um “acontecimento que ocorre a partir de um motivo e de atividades programadas a serem desenvolvidas num local e tempo determinado, congregando indivíduos com interesses e objetivos comuns, de mobilização de cadeia produtiva e serviços público de má localidade”. Tendo por base esta definição, considera-se que o turismo de eventos comprova a necessidade de haver um planeamento adequado uma vez que, tal como o turismo, trata-se de uma atividade plurisectorial, que envolve uma série de atores no seu processo (Allen *et al.*, 2008, Gadotti dos Anjos e Stock, 2009).

Torna-se essencial perceber e definir o conceito turismo de eventos, uma vez que o estudo em causa tem como objetivo apresentar os impactos de um evento, o LUMINA.

É igualmente importante revelar que, naturalmente, um dos objetivos principais de um evento é o de conseguir captar o seu respetivo público-alvo, sendo que para muitos eventos, o público-alvo podem ser os turistas.

Posto isto, e relembando o tema do estudo, é essencial apresentar o conceito turismo de eventos de forma a se poder posteriormente perceber com mais clareza o estudo de caso em causa.

CAPÍTULO III - Eventos

3.1. Eventos – Da origem ao conceito

Uma vez que o elemento de análise é o evento LUMINA, torna-se essencial primeiramente perceber a origem dos eventos e o seu desenvolvimento até à atualidade.

Como tal, será de seguida apresentada a evolução dos eventos ao longo dos séculos bem como, posteriormente, a sua conceptualização na perspetiva de diversos autores e investigadores.

Desta forma, conseguiremos compreender melhor a essência e base do evento LUMINA quando este for analisado empiricamente.

A presença dos eventos remonta à “Grécia antiga, no ano 776 antes de Cristo, com a realização dos primeiros Jogos Olímpicos” (Andrade, 1999, p. 75).

Na antiguidade, os eventos de maior destaque eram os de cariz religioso, que podiam ir de uma simples procissão a festas mais complexas e longas.

As informações sobre a origem e sobre os primeiros eventos realizados são bastante contraditórias na literatura existente. Há autores que consideram a Santa Ceia como o primeiro evento na história, mas há quem diga que os eventos já estavam presentes na pré-história quando os homens das cavernas se reuniam para estabelecer rituais religiosos e comemorações.

Ao longo dos anos, outros tipos de eventos foram tomando maior importância. Em cada época foram ganhando características económicas, religiosas, histórias, sociais e políticas de acordo com a sociedade vigente.

Um pouco por todo o globo, foram realizadas celebrações ligadas à cultura onde, inclusivamente no Egipto, se faziam rituais em redor do faraó.

Já na idade média havia um calendário de eventos, onde constavam, por exemplo, feiras, festivais, dias santos e celebrações associadas ao carnaval que serviam de entretenimento ao povo.

Foi com a revolução industrial que surgiram as feiras industriais, dando maior incentivo ao comércio. Nesta fase, os eventos começaram a ser visto como possíveis promotores de

marcas ou empresas, tornando-se em valiosas ferramentas para as instituições (Canton, 2002).

Atualmente, o turismo é uma atividade e sector económico capaz de alavancar investimentos nos destinos turísticos ao transformá-los em polos recetores de eventos e, como tal, os eventos têm ganho uma importância elevada nas sociedades atuais.

Conforme dito anteriormente, após apresentação da evolução dos eventos é pertinente explorar e analisar as várias definições apresentadas por diversos autores, conseguindo desta forma conhecer as diversas perspetivas em relação ao conceito eventos, o que será feito de seguida.

No que diz respeito ao conceito evento em si, este significa, no sentido lato, “acontecimento, ocorrência, sucesso” (Pedro, Caetano, Christian e Rasquilha, 2007).

De facto, a palavra “evento” deriva de diversas palavras do Latim (Tara-Lunga, 2012 e Goldblatt, 2011):

- “Eventus”, que significa resultado, efeito, sucesso;
- “Eventum”, que significa acontecimento;
- “E-venire”, que significa resultado, acontecer.

Ao significado original anteriormente apresentado, foram adicionadas novas características como a especificação espaço-temporal, a sociabilidade, competição e ocasião, presentes nas definições de vários autores (Tara-Lunga, 2012).

Porém, Getz (2007) afirma que a área dos eventos é agora tão vasta que é impossível apresentar uma só definição que inclua todas as variedades e especificidades dos eventos.

Posto isto, são vários os autores que tentam definir o conceito evento, sendo de seguida apresentadas diversas perspetivas do mesmo.

“Não existe consenso quanto a um conceito universal de evento. Ele é dificultado pela própria natureza intrínseca da atividade: o seu dinamismo e a sua abrangência. (...) Evento é todo o facto inusitado que envolve pessoas. É praticamente impossível defini-lo num só conceito, uma vez que é muito abrangente. Pode-se considerar evento desde uma simples reunião familiar que acontece semanalmente até um megaevento como o Mundial, no qual milhões de pessoas são envolvidas.” (Saraniemi, 2010, p. 5).

Reuniões de trabalho, funerais ou casamentos, bem como furacões e tempestades são considerados eventos, uma vez que reúnem os elementos necessários para o desenvolvimento de uma atividade. Para além disso, o conceito de eventos está conectado à ideia de eventualidade, ou seja, só existirá um evento caso haja uma eventualidade, ou seja, um motivo de algo (ibidem).

Para Meirelles (1999, p. 30), “todo o evento nada mais é do que uma forma de reunião: a reunião caracteriza-se como o embrião de todos os tipos de eventos. Trata-se de um encontro de duas ou mais pessoas, a fim de discutir, debater e solucionar questões sobre determinado tema relacionado com suas áreas de atividade”.

Também Zanella considera os eventos como sendo uma reunião, definindo-os como sendo “uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, etc.” (2004, p. 69).

Conforme Britto e Fontes (2002, p. 20) o evento é “uma ação profissional que envolve pesquisa, planeamento, organização, coordenação, controle e implementação de um projeto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados”.

Identicamente, Giácomo (1993) define evento como um acontecimento planeado, que ocorre no mesmo lugar e tempo de forma a minimizar esforços de comunicação, com o objetivo de angariar pessoas.

Os eventos são acontecimentos temporais e espaciais – planeados ou não-planeados - que por sua vez são fenómenos únicos, uma vez que existe uma interação única entre o local, sistema de gestão e as pessoas. A característica principal que atrai o público ao evento é o seu carácter único, sendo essencial estar presente no momento para usufruir da experiência (Getz, 1997, 2007, 2008 e OMT, 2005).

Armstrong e Kotler (2003) concordam na medida em que afirmam que os eventos são ocorrências planeadas e acrescentam ainda que os eventos têm a capacidade de passar mensagens ao seu público-alvo.

É o facto de ter um carácter único, que torna os eventos num fenómeno especial e crescente a nível mundial, aumentando no decorrer do tempo o número e popularidade,

funcionando como produto turístico, sejam eles pequenos eventos, festivais comunitários ou megaeventos (Small, 2007).

Será importante referir que, de facto, os eventos têm um carácter único, o que torna impossível criar dois eventos iguais, onde em cada um o participante tem a oportunidade de ter experiências únicas, não mais possíveis de serem reproduzidas a 100%.

Os eventos têm também grande presença ao nível empresarial, uma vez que são já muitas as empresas de marketing que utilizam os eventos para promover determinados acontecimentos empresariais, nomeadamente o aniversário da empresa ou feiras de negócio (Kotler, 2000).

De forma resumida, o evento é um acontecimento com início e fim, restringe-se espacialmente, tem um objetivo concreto: promover uma atividade específica de carácter social, político, religioso etc. e de atrair um grupo de pessoas pertencentes a um determinado segmento, tendo, portanto, as seguintes características:

- Atrair o público-alvo;
- Aumentar o conhecimento da marca (quando aplicável);
- Criar imagem positiva junto da população local;
- Associar a marca ao evento (quando aplicável);
- Reduzir barreiras entre participantes e população local;
- Tornar-se num instrumento de comunicação eficiente;
- Entreter a população local contribuindo para o seu bem-estar;
- Criar experiências únicas para os participantes.

3.2. Classificação e tipologias dos eventos

Para se perceber e analisar com clareza um evento em particular, o que será feito mais à frente nesta investigação com o evento LUMINA, é fundamental saber classificar e categorizar o mesmo para que consigamos conhecer todas as suas características com clareza.

Para tal, serão apresentadas de seguida as classificações e tipologias de eventos existentes, na perspetiva de alguns autores.

Em relação à sua dimensão, Wagen (2001), Bowdin *et al.*, (2006) e Getz (1997, 2007) revelam que os eventos têm diversas dimensões e, conseqüentemente, classificações, que são as seguintes:

Megaeventos: São os eventos de maior dimensão existentes, em que na maioria dos casos, são igualmente de renome internacional. Este tipo de eventos tem a capacidade de criar grande influência e impacto em termos de fluxo e afluência turística, bem como gerar grandes impactos económicos e atracção mediática, influenciando necessariamente as economias mundiais. São os eventos com maior projeção mundial, tendo a capacidade de atrair os media mundiais (Allen *et al.*, 2002). Como exemplo, surge o Campeonato do mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos.

Eventos Hallmark: Estes eventos distinguem-se dos megaeventos pelo facto de estarem focados nas características dos destinos com o objetivo de atrair visitantes locais. Ritchie (1984) afirma que os eventos Hallmark foram criados para aumentar a consciência, a rentabilidade e os recursos de um destino turístico, seja a curto como longo prazo. Os eventos Hallmark conseguem igualmente trazer enormes receitas turísticas bem como forte sentimento de orgulho pela população local, tal como acontece com os megaeventos (Allen *et al.*, 2002). O Carnaval do Rio ou o Tour de France são eventos Hallmark.

Eventos Principais: São eventos que captam o interesse local, tendo desta forma um elevado fluxo de procura e que igualmente geram elevadas receitas turísticas. Congressos e campeonatos desportivos são considerados eventos principais.

Pequenos Eventos: São eventos com menor impacto e procura, como por exemplo as festas regionais.

O evento pode ser também definido em relação à sua temática e não só em relação à sua dimensão, como foi visto anteriormente. Também Wagen (2001), Bowdin *et al.*, (2006) e Getz (1997) classificam os eventos tendo por base a sua temática, sendo estas as principais:

- Festivais;
- Desportivos;

- Entretenimento, espetáculos e artes;
- Familiares (ex.: Casamentos e funerais);
- Angariação de fundos;
- Marketing promocional e comercial;
- Conferências, exposições e encontros;

Para Getz (2007), existem oito tipologias de eventos, sendo estas baseadas nas características, finalidade e programa do evento. As tipologias são as seguintes:

- Eventos de Negócio, tais como as reuniões, feiras, exposições ou convenções;
- Eventos Privados, tais como os casamentos, reuniões familiares ou festas;
- Eventos Políticos, tais como cimeiras, visitas ou ocasiões especiais;
- Eventos Artísticos e de Entretenimento, tais como os concertos ou cerimónias de entrega de diplomas e prémios;
- Eventos Culturais, como carnavais, comemorações, festivais ou eventos religiosos;
- Eventos Educacionais ou Científicos, como seminários, conferências ou formação;
- Competições desportivas, tais como campeonatos mundiais de futebol ou Jogos Olímpicos;
- Atividades Recreativas;

Já Santo e Rocha (2011) consideram a seguinte classificação dos eventos que será demonstrado através da seguinte tabela, e aprofundadas de seguida.

Tabela 3 - Classificação dos Eventos

Dimensão	Periodicidade	Abrangência	Finalidade	Zona de Ação	Público-Alvo
----------	---------------	-------------	------------	--------------	--------------

Pequeno	Esporádico	Locais	Culturais	Internos	Corporativos
Médio	Periódico	Regionais	Comerciais	Externos	Clientes
Grande	De	Nacionais	Institucionais		Fornecedores
Mega	oportunidade	Internacionais	Desportivos		Crianças
			Científicos/Educação		Jovens
			Entretenimento		Famílias
			Políticos		Seniores
			Sociais/Particulares		Mulheres/Homens

Fonte: Elaboração própria. Baseado em Santo e Rocha (2011).

No que diz respeito à dimensão, um evento pode ser de pequena dimensão, que vai até 200 pessoas, pode ser de média dimensão, podendo ir entre 200 a 600 pessoas. Pode também ainda ser considerado um grande evento se tiver mais de 600 participantes ou até mesmo um megaevento se tiver milhares de pessoas.

Em relação à periodicidade, um evento pode ser esporádico, não tendo periodicidade definida, mas também pode ser periódico. Há ainda uma terceira hipótese; a de ser um evento de oportunidade, ou seja, realiza-se no âmbito de ações externas.

A nível de abrangência, um evento pode ser local, ou seja, contempla apenas uma localidade, ou pode ser regional, abrangendo uma área geográfica composta por várias cidades ou localidade. Para além disso pode ser nacional ou até mesmo internacional, estando presente em mais do que um país e tendo representantes de diversos países.

Quanto à finalidade, os eventos podem ser classificados como eventos culturais, institucionais, desportivos, comerciais, científicos/educacionais, entretenimento/lazer, sociais/particulares ou políticos que se definem da seguinte forma, conforme Santo e Rocha (2011, p. 7):

- Eventos culturais: “Visam divulgar, promover e valorizar os recursos culturais de um local, região ou país, satisfazendo as necessidades culturais dos diferentes públicos”;
- Eventos institucionais: “Destinam-se a comunicar algo sobre a entidade organizadora”;

- Eventos desportivos: “Proporcionam entretenimento com atividades de foro desportivo”;
- Eventos comerciais: “Divulgam ou promovem bens ou serviços oferecidos por uma determinada entidade, para impulsionar vendas dos produtos”;
- Eventos científicos/educacionais: “Desenvolvem competências e conhecimento dos públicos numa área específica”;
- Eventos de entretenimento/lazer: “Têm como função assegurar o entretenimento, fundamental para garantir o bem-estar e qualidade de vida”;
- Eventos sociais/particulares: “Visam proporcionar o convívio entre as pessoas em torno de um tema específico com forte componente de entretenimento”;
- Eventos políticos: “Divulgam e informam, partilham conhecimento e experiência, tomada de decisões e formulações de políticas”.

Em relação à zona de ação, os eventos podem ser internos ou externos à instituição, ou seja: se internos, são realizados na própria empresa; se externos, são realizados fora das instalações da mesma.

Por fim, os eventos podem ainda ser classificados segundo o seu público-alvo, que pode ser: clientes, fornecedores, jovens, crianças, séniores, famílias, homens/mulheres ou corporativos. Os mesmos autores defendem ainda que o evento pode ser classificado de acordo com a sua tipologia, que são as seguintes:

Tabela 4 - Tipologias de Eventos

Assembleia	Curso	Olimpíadas	Concurso
Campeonato	Debate	Palestra	Conferência
Casamento	Desfile	Regata	Congresso
Concerto	Encontro	Reunião	Convenção
Concílio	Excursão	Sarau	Concílio
Festival	Exposição	Seminário	Torneio

Fórum	Feira	Sorteio	Visita
<i>Open day</i>	<i>Workshop</i>	Salões	Simpósio
Oficinas	Jornada	<i>Coffee breaks</i>	<i>Cocktail</i>
Espetáculo	Lançamentos	Inauguração	Almoço
<i>Roadshow</i>	Sessão de autógrafos	Opera	Entrevista

Fonte: Elaboração própria. Baseado em Santo e Rocha (2011).

Tendo por base as classificações e tipologias apresentadas pelos diversos autores em cima apresentados, será interessante aplicar as mesmas ao evento em estudo, o LUMINA.

Tendo em conta a sua dimensão, o LUMINA pode ser considerado um evento principal, uma vez que é um evento que capta o interesse local, tendo desta forma um elevado fluxo de procura e que igualmente gera elevadas receitas turísticas.

Em relação à sua temática, o LUMINA enquadra-se em duas categorias: Festival; uma vez que é um festival da luz, mas também se enquadra na categoria de entretenimento, espetáculos e artes, já que é um evento dedicado à arte da luz, multimédia e interatividade.

Em relação à sua tipologia, o LUMINA é claramente um evento cultural uma vez que visa divulgar, promover e valorizar os recursos culturais de Cascais satisfazendo as necessidades culturais do seu público. Pode, contudo, ser também considerado um evento social, pois proporciona o convívio entre as pessoas em torno de um tema específico com forte componente de entretenimento (Getz, 2007).

Tendo por base a classificação dos autores Santo e Rocha (2011), o LUMINA é considerado um megaevento periódico, com abrangência local. Em relação à sua finalidade, o LUMINA pode ser considerado como um evento social e cultural. Por fim, o seu público-alvo são famílias e sua tipologia é festival.

Após definição e apresentação do termo evento, concluímos que este é vasto e repleto de interpretações e classificações. Será igualmente interessante perceber quais os impactos dos eventos para um destino turístico onde este decorre. Como tal, será de seguida apresentado um capítulo dedicado aos impactos dos eventos, uma vez que esta

investigação tem como objetivo principal conhecer os impactos dos eventos num destino turístico, sendo em particular os impactos socioculturais os analisados empiricamente.

CAPÍTULO IV - Impactos dos eventos

A expansão dos eventos a nível mundial leva à necessidade de se analisarem os seus benefícios e impactos.

Importante de referir que os eventos conseguem gerar benefícios e impactos nos destinos onde estes se realizam.

Até à data os poucos estudos que existem que analisam os impactos dos eventos, focam-se maioritariamente no impacto financeiro, especialmente de megaeventos (Knott, Fyall e Jones, 2015), como tal, será importante perceber os possíveis impactos que um evento, nos diversos campos, pode alcançar, não só na vertente financeira do mesmo.

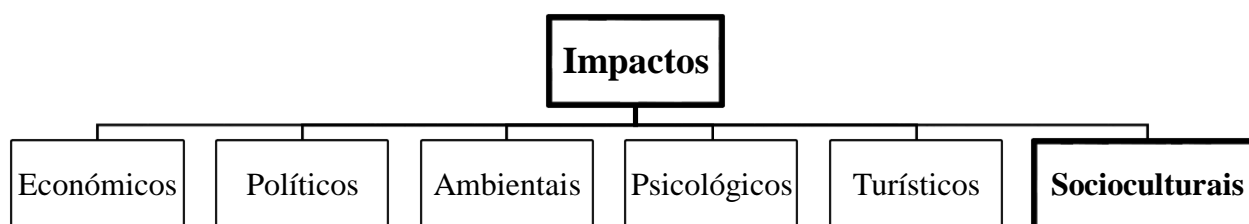
Conforme foi possível constatar anteriormente, os eventos têm de facto a capacidade de oferecer uma série de vantagens para um destino devido às suas características. Ou seja, os eventos, enquanto fenómeno temporal e único facilitam a atração do público pela sua temática. Para além disso, permitem que haja uma prosperidade económica, fortalecem a promoção do destino, podendo este ser associado enquanto marca, tendo ainda a capacidade de combater a sazonalidade (Lee, 2014; Weber e Ali-Knight, 2012).

Têm também um efeito catalisador no desenvolvimento e melhoria de condições existentes, podendo ainda aumentar as experiências turísticas dos visitantes durante a sua estadia no destino (Allen *et al.*, 2002).

Posto isto, são vários os contributos para o destino conseguidos através da presença e elaboração de eventos no mesmo.

De seguida serão apresentados os possíveis impactos, sejam eles positivos ou negativos nos seguintes campos possíveis de análise:

Figura 3 - Tipo de impactos



Fonte: Elaboração própria.

Será importante referir que foram escolhidos para estudo as supramencionadas 6 categorias (ver figura 2), uma vez que estes são, para a entrevistada Carla Gomes, Diretora da Associação de Turismo de Cascais, as categorias mais representativas que um evento pode trazer para um destino turístico.

De referir que a entrevistada escolhida foi, conforme dito anteriormente, Carla Gomes, Diretora da Associação de Turismo de Cascais, uma vez que o destino turístico em análise é Cascais e o evento é o LUMINA. Como tal fazia todo o sentido entrevistar um elemento representativo para a investigação.

Na dita entrevista realizada, Carla Gomes afirma que dentro destes 6 tipos de impactos possíveis, o mais representativo ao longo dos anos da realização do LUMINA é o impacto sociocultural que será, por esse motivo, o impacto a ser estudado e a analisado empiricamente neste estudo.

4.1. Impactos económicos dos eventos

Tendo por base os impactos económicos, o turismo de eventos permite, de acordo com Getz (1997, 2007, 2008), Andersson e Getz (2008) e Bowdin *et al.*, (2006), gerar emprego: a grande maioria dos eventos gera de facto pouco emprego permanente, salvo exceção dos eventos de grande escala que necessitam de uma equipa constante para gerir.

Em especial os megaeventos, onde é necessário um planeamento temporal mais alargado, têm a capacidade de gerar emprego principalmente nas fases de operacionalização e encerramento de atividades e também porque por vezes é necessário a criação de infraestruturas para a realização dos eventos, sendo necessária mão-de-obra.

O turismo de eventos consegue também gerar patrocínios: os patrocínios – entre públicos e privados – têm a capacidade de ajudar na criação e sustento do evento. Uma vez que, através da realização dos eventos, há uma vinda de turistas, visitantes e ainda uma atividade economia associada aos acontecimentos, os eventos ganham grande sucesso e como tal atraem desta forma mais patrocínios que têm interesse em estar associados a estes.

Não menos importante, os eventos conseguem gerar gastos turísticos: tendo em conta que os eventos têm a capacidade de atrair turistas nacionais e internacionais, permitem que

seja gerado receitas inerentes à atividade turística, quer isto dizer que, por exemplo, o número de dormidas e a procura por serviços associados à atividade turística, tais como a restauração, transporte e comércio, tendem a sofrer um acréscimo.

Por fim, os eventos têm a capacidade de gerar o aumento da estadia: os eventos têm a capacidade de se tornarem no motivo da visita a determinado destino turístico tendo ainda a capacidade de aumentar a sua estadia no mesmo.

Em relação a eventuais impactos negativos, os eventos podem gerar inflação de preços: os preços podem vir a ser inflacionados devido à presença destes e pela presença de maior fluxo de turistas, bem como podem gerar custos de oportunidade: gastos inerentes à atividade turística que podiam ser dispensados pelos habitantes caso não se realizassem.

Por fim, mas não menos importante, Beni (2003) afirma que este é o sector do turismo que apresenta o maior crescimento no mercado mundial do turismo, gerando anualmente cerca de 35 bilhões de dólares, segundo dados da OMT.

Estes indicadores revelam que o gasto realizado por um participante de um evento é três vezes maior que o gasto de um turista convencional, estimando-se inclusivamente que o valor a ser alcançado seja de 90 bilhões de dólares (OMT, 2012).

Hodur e Leistriz (2006) afirmam que os impactos económicos positivos gerados pelos eventos são o facto de estes produzirem receitas antes, durante e depois da sua realização pelos turistas, também através das taxas de bens e serviços turísticos associados. A criação de emprego de forma direta e indireta é também considerado pelo autor como um fator positivo, sobretudo durante a construção de infraestruturas para o evento, apesar de reconhecer que a maioria destes empregos não são de longa duração, sendo que muitas vezes os organizadores de eventos optam por voluntários, contratos de part-time e contratação temporária.

Já Bowdin *et al.*, (2006) reconhecem, enquanto impacto económico proveniente dos eventos, o facto de estes criarem visibilidade para novos investimentos, criando igualmente dinamização da atividade comercial local.

Por outro lado, os autores identificam uma série de impactos negativos que são os seguintes: inflação dos preços, especulação imobiliária, grande necessidade de recursos financeiros, estimativas erradas de custos e receitas do evento, concentração de

investimento no local de investimento (distribuição desequilibrada) e por último, pressão sobre os serviços locais, que podem não conseguir dar resposta adequada à procura.

4.2. Impactos políticos dos eventos

Tendo em conta que muitas das vezes o sucesso dos destinos passa pela aposta em turismo de eventos, é normal que muitas das políticas desenvolvidas no destino passem pelo turismo, com a inclusão de eventos nas suas estratégias. O mesmo é visível desde o império romano onde as entidades políticas utilizavam os eventos para legitimar o seu poder e ideologias (Allen *et al.*, 2002).

A nível de impacto político, os eventos têm a capacidade de melhorar e criar as imagens dos destinos bem como de corrigir/alterar imagens ou preconceitos estabelecidos dos destinos turísticos, sendo desta forma normal que estes sejam incluídos nas estratégias políticas dos mesmos.

Para além disso, os eventos criam prestígio nacional e internacional para o destino onde decorrem.

Afifi, Jones e Morgan (2016), afirmam ainda que os eventos têm como impacto político a capacidade de realçar a imagem de uma cidade e em particular a imagem de um regime político.

Incontornavelmente, podem vir a criar uma relação muito próxima com propaganda política, o que pode ser menos favorável, havendo também a possibilidade de haver má distribuição de fundos.

A utilização de eventos para legitimar ideologias e promulgar estratégias são vistas igualmente como impactos negativos. (Bodwin, *et al.*, 2006).

4.3. Impactos ambientais dos eventos

O meio ambiente é sempre um fator a ter em conta quando se pensa em realizar um evento, sendo que também nesta área há impactos positivos e negativos, sendo necessário em todos os casos adotar métodos ecológicos ao nível da operacionalização do evento. Ao fazê-lo, e considerando já como impacto positivo, o organizador do evento pode transmitir uma mensagem ecológica aos participantes para que estes adotem métodos

ecológicos também no seu dia-a-dia. Ou seja, os eventos conseguem oferecer benefícios não só à atividade turística em geral como também conseguem oferecer benefícios ao meio ambiente (Getz, 2007, e Bowdin *et al.*, 2006).

Desta forma, os eventos têm a capacidade de criar consciencialização ambiental e de incentivar ao uso de práticas ecológicas.

Prentice e Anderson (2003) afirmam que os eventos podem ainda ajudar a diferenciar ambientes físicos ameaçados pela reprodução em série, sendo desta forma benéfico para o ambiente. Por outro lado, Marques (2005) declara que os eventos podem ser igualmente um complemento aos equipamentos culturais já existentes, criando flexibilidade às estruturas físicas e aumentando o valor da paisagem, monumento ou equipamento existente.

Allen *et al.*, (2002) afirmam que são muitos os benéficos físicos e ambientais criados pelos eventos, nomeadamente os seguintes: construções e melhorias de infraestruturas e acessibilidade a locais de apoio ao evento, que resulta numa renovação urbana e permitem também divulgar recursos e características do destino turístico onde este se insere. Porém, o autor reconhece igualmente impactos menos positivos provenientes dos eventos, principalmente os possíveis danos ambientais, tais como a poluição sonora, visual e atmosféricas; utilização de recursos e construções de forma incorreta; aumento de tráfego, levando a dificuldades a nível de acessibilidade e falta de estacionamento, principalmente para os moradores.

O congestionamento de tráfego, a poluição, a produção de resíduos sólidos urbanos e a possível destruição de património ambiental são, entre muitos, alguns impactos negativos a nível ambiental provenientes da realização de eventos em destinos turísticos que também Getz (2007) e Bowdin *et al.*, (2006) reconhecem existir.

4.4. Impactos psicológicos dos eventos

Os impactos psicológicos positivos associados aos eventos podem ser os que se seguem: aumento do orgulho local e espírito comunitário; reconhecimento e tolerância face a outras culturas e entusiasmo face à presença do evento, associado ao aumento do

otimismo e autoestima, que pode ser considerado o “bem-estar da estrutura social” (Allen *et al.*, 2002).

Por outro lado, há sempre impactos negativos, que podem ser considerados os seguintes: a possível alteração de hábitos, costumes e estilo de vida da comunidade residente; hostilidade para com os participantes/turistas e sentimento de tristeza e monotonia após a finalização do evento (Marques, 2005).

4.5. Impactos turísticos dos eventos

Inevitavelmente, tem de se averiguar quais os impactos turísticos provenientes dos eventos, uma vez que estes têm a sua origem no turismo.

Para Allen *et al.*, (2002), os impactos positivos são os seguintes: crescimento do número de visitas e visitantes num determinado destino turístico onde o evento decorre; reconhecimento e visibilidade do local enquanto destino turístico, concedendo-lhe uma imagem renovada e vantagem competitivas face a outros destinos e na atração de novos mercados; o aumento de permanência dos turistas no destino e a redução da sazonalidade, facto este muito influenciado e de grande importância para o turismo, enquanto algo a ser combatido.

Um dos possíveis objetivos dos eventos, e conseqüentemente um impacto turístico, é o facto de estes terem a capacidade de aumentar o número de turistas num destino turístico em época baixas de turismo (Casteran e Roederer, 2013).

Para além de aumentar o número dos turistas, os eventos têm a capacidade de aumentar o número de noites de estadia por parte deste (Palma, Palma e Aguado, 2013).

Porém, Marques (2005) afirma que os eventos podem trazer também impactos negativos ao destino, nomeadamente a possível deterioração da qualidade dos serviços turísticos, uma vez que, no decorrer do evento, o fluxo de procura aumenta drasticamente.

4.6. Impactos socioculturais dos eventos

Os eventos pertencem maioritariamente ao domínio público e como tal faz todo o sentido que sejam abordados os seus impactos na comunidade local.

Na maioria dos casos, os eventos têm um papel fundamental na constituição e solidificação da comunidade, sendo que são inúmeros os benefícios que os eventos podem transmitir aos residentes onde estes decorrem, entre os quais Getz (1997, 2007, 2008) e Bowdin *et al.*, (2006) apresentam:

- Fortalecimento das tradições e valores;
- Adaptação a novos padrões culturais através da exposição do evento;
- Aumento de voluntariado;
- Aumento do envolvimento de grupos e de atividades da comunidade;
- Aumento do orgulho-próprio por parte da comunidade;
- Participação nas atividades associadas à temática do evento por parte da comunidade;
- Interação cultural e cooperação entre participantes/visitantes e população local.

Os eventos permitem que a comunidade possa comemorar a sua singularidade cultural e faz desenvolver o orgulho local face a globalização existente, podendo desenvolver e manter a identidade comunitária (Hall, 1992). Importa referir que a comunidade é uma peça chave tanto para o sucesso de um evento bem como para a criação de uma imagem positiva do destino turístico onde o evento é realizado. Tanto que, na opinião dos autores Papadimitriou, Kaplanidou e Apostolopoulou (2015), os residentes conseguem influenciar os visitantes a voltarem a visitar o seu local de residência e, conseqüentemente, voltarem ao evento.

Para além disso, se num evento a comunidade local fizer parte da organização ou pelo menos se sentir envolvida no evento, a probabilidade de esta aceitar os impactos menos positivos de um evento é maior (Hartman e Zandberg, 2015)

Também Deng e Li (2014) afirmam que os eventos oferecem a oportunidade de os turistas conhecerem cultura local e estilo de vida dos sítios onde estes são realizados.

Kim, Gursoy e Lee (2006) declaram que enquanto impacto sociocultural positivo, a participação da comunidade local em atividades relacionadas com a temática do evento

pode ser considerada positivo. Para além disso, o aumento do voluntariado e cooperação comunitária aumenta, bem como é criado fortalecimento de tradições e valores regionais. Não menos importantes, os autores consideram que através da presença dos eventos, estes podem introduzir novas ideias, padrões e oportunidades socioculturais, podendo ainda promover a solidariedade.

Os autores Van Winkle, Woosnam e Mohammed (2013) concordam, na medida em que acreditam que os eventos conseguem efetivamente criar a sensação de comunidade por parte dos residentes.

Para além disso, Pavlukovic, Armensky e Alcántara-Pilar (2017) afirmam ainda que os eventos conseguem dar mais vida às cidades e locais onde estes se realizam bem como, e consequentemente, gerar orgulho por parte dos residentes.

Porém, há sempre impactos negativos igualmente associados, nomeadamente a sobrecarga das infraestruturas e a possibilidade de a comunidade não colaborar e interagir com os visitantes, bem como a aculturação.

Craik (2003) e Urry (1996) acrescentam ainda que os eventos podem transformar a cultura das comunidades do destino turístico, transformando-a num objeto de mercantilização.

Kim, Gursoy e Lee (2006) reconhecem que há incontestavelmente impactos negativos associados aos eventos a nível social e cultural, nomeadamente o aumento da insegurança, seja através da presença de mais crimes e atos de terrorismo, consumo de substâncias ilícitas e alteração na estrutura social da comunidade onde o evento é inserido. Para além disso, há possibilidade de existência de choques culturais entre visitantes e moradores.

Após análise dos possíveis impactos organizados pelas várias categorias, será interessante de seguida sintetizá-los numa tabela.

Serão, portanto, resumidos os impactos apresentados anteriormente pelos diversos autores, mas serão também exibidos impactos apresentados por outros autores não mencionados anteriormente. A tabela 5, de seguida apresentada, apresentará os impactos agrupados em categorias, conforme dito anteriormente.

Tabela 5 - Impactos dos Eventos

	Positivos	Negativos
Impactos económicos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da receita turística; - Contribuição para a balança de pagamentos; - Elemento potenciador de novos investimentos; - Melhoria de qualidade de vida; - Criação de novos empregos; - Angariação de patrocínios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inflação de preços; - Especulação imobiliária; - Existência de custos de oportunidade; - Falhanço na atração das receitas estimadas; - Inadequada estimativa de custos do evento; - Grande necessidade de recursos financeiros; - Distribuição não uniforme de benefícios.
Impactos políticos	<ul style="list-style-type: none"> - Reconhecimento internacional do destino, cultura, modo de vida e valores; - Projeção pública e mediática dos principais intervenientes; - Criação de prestígio nacional e internacional; - Coesão social; - Desenvolvimento administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exploração económica da população para satisfação das ambições da elite política e dirigentes; - Utilização do evento para legitimar ideologias; - Distorção dos valores reais do evento; - Acréscimo dos custos administrativos; - Propaganda negativa; - Má distribuição de fundos.
Impactos ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivos para a melhoria do ambiente; - Requalificação urbanística e limpeza urbana; - Estimulo para a preservação do património cultural e ambiental; - Aumento de consciência ambiental; - Convívio direto com a natureza. 	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas ecológicos e ambientais; - Deterioração de património construído; - Excesso de visitantes e acréscimo de tráfego; - Poluição atmosférica, sonora e visual; - Alterações prejudiciais do meio ambiente;

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Impactos psicológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de sentimento de orgulho e do espírito comunitário; - Reforço do otimismo e autoestima nacional; - Aumento de reconhecimento e interesse sobre outras culturas e modos de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alteração dos estilos de vida, costumes e hábitos da população local; - Possibilidade de sentimento de “fim de festa” após finalização do evento; - Excessiva tolerância e flexibilidade das normas comunitárias e da legislação durante a realização do evento; - Hostilidade e atitudes defensivas entre visitantes e comunidade local.
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Impactos turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de potencial para a atração de novos investimentos turísticos; - Construção e melhoria de equipamentos, infraestruturas e acessibilidade; - Redução ou atenuação da sazonalidade; - Criação de estruturas e atrações turísticas; - Acréscimo de reconhecimento e visibilidade da região/local enquanto destino turístico; - Melhoramento da imagem do destino turístico; - Promoção do destino; - Aumento de fluxo turístico; - Alargamento do período de permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falhanço na atração de turistas estimada; - Deterioração da qualidade dos serviços; - Possível contestação das empresas existentes à entrada de novos concorrentes no mercado; - Excessiva “turistificação” do destino turístico; - Efeito de deslocação; - Resistência da comunidade ao turismo; - Perda de autenticidade; - Alteração da natureza do evento para acomodar a atividade turística.

Impactos socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento de participação e interessa da população em atividades relacionadas com o evento; - Estabelecimentos de intercâmbio cultural; - Revitalização de tradições; - Preservação da identidade cultural; - Novas oportunidades sociais e culturais; - Compartilha de experiências; - Legitima grupos comunitários; - Aumento de atividades de lazer e recreio, contribuindo para melhor qualidade de vida; - Acréscimo de revitalização social dos centros urbanos; - Reforço de coesão social e fortalecimento das tradições e dos valores regionais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comercialização de atividades que podem ser de natureza pessoal ou privada; - Alteração da estrutura social da comunidade; - Aumento do consumo de drogas, álcool e prostituição; - Aumento do potencial de insegurança e escândalos ou atentados; - Efeito de deslocação social; - Choque cultural e conflitos entre participantes do evento e comunidade local; - Difusão de imagem estereotipada; - Uso excessivo de recursos; - Aculturação.
--------------------------------	--	--

Fonte: Elaboração própria. Baseado em Bowdin *et al.*, (2006), Small (2007), Getz (2005,2007 2008), Ritchie (1984), Hall (1989,1992), Ritchie e Smith (1991), Belsky (2004), Anderson e Getz (2008)

CAPÍTULO V - Estudo de caso

5.1. Cascais – Breve apresentação do destino turístico

Cascais é uma vila situada no distrito de Lisboa, na sub-região da Grande Lisboa com cerca de 209 869 habitantes (Pordata, 2017). Localiza-se na região conhecida por Riviera portuguesa.

Cascais é conhecida pelas suas fantásticas praias de areia branca, encantadoras ruas de comércio e pela sua vila piscatória que se reinventou e se tornou numa refinada estância à beira-mar. Cascais é ainda considerada por muitos um dos destinos mais sofisticados da área de Lisboa, estando a poucos quilómetros da foz do Tejo, e a cerca de trinta quilómetros da capital. A cidade situa-se entre a baía de Cascais e a imponente serra de Sintra.

Estando junto ao mar, apresenta uma atmosfera marítima e com temperaturas agradáveis ao longo do ano que atrai visitantes, sendo naturalmente o verão a época de maior procura por parte dos turistas, muito por ser considerado um destino de sol e mar.

Em relação à sua história, Cascais foi outrora um retiro de verão da monarquia portuguesa durante o século XIX e um porto de abrigo para a maioria da realeza europeia durante a Segunda Guerra Mundial tendo em conta o estatuto neutral do país (Turismo de Cascais, 2017).

Atualmente, Cascais é um polo cultural, com grande oferta turística e cultural, tendo a título de exemplo um dos maiores e mais antigos casinos da Europa, o Casino do Estoril, com uma ativa vida noturna.

As suas fortalezas, marina, praias e cidadela do século XVII mantêm-se e tornam esta cidade num local único.

Cascais tem ainda excelentes acessos e infraestruturas que permitem a mobilização e chegada de turistas vindos de todos os cantos do país e até mundo, tendo o aeroporto de Lisboa a cerca de trinta e cinco quilómetros de distância, excelentes acessos rodoviários e ainda uma linha férrea que se inicia em Lisboa e termina exatamente em Cascais, percorrendo a panorâmica estrada marginal.

5.1.1. Enquadramento geográfico e populacional de Cascais

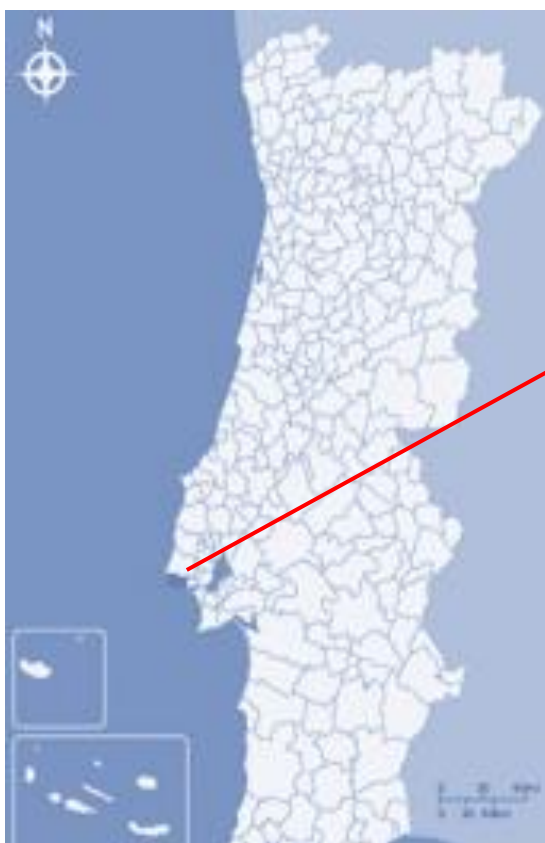
Cascais é sede de município e conta com 97,40 km² de área terrestre, 119km² de área marítima, 32 km² de parques naturais e 6 km² de área verde (Visitcascais, 2017). Para além disso, conforme dito anteriormente, tem cerca de 209 869 habitantes (Pordata, 2017), sendo que deste valor, estima-se que 20 653 habitantes sejam estrangeiros (Cascaisdata, 2016). Cascais é subdividido em 4 freguesias que são as seguintes:

- Alcabideche;
- Cascais e Estoril;
- Carcavelos e Parede;
- São Domingos de Rana.

Os municípios vizinhos são Sintra - a norte -, Oeiras - a leste-, tendo ainda o Oceano Atlântico a sul e a oeste, completando a famosa Costa do Estoril.

Cascais é ainda a quinta vila mais populosa de Portugal, apenas atrás de Algueirão-Mem Martins, Corroios, Rio de Mouro e Oeiras.

Figura 4 - Mapa de Portugal



Fonte: INE, 2017

Figura 5 - Mapa do concelho de Cascais



Fonte: INE, 2017

Com base nos dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística, seguidamente apresentamos tabela que realça a evolução quantitativa dos residentes de Cascais desde 2001 até 2015. O mesmo indica que tem havido aumentos graduais ao longo dos anos.

Tabela 6 - Evolução quantitativa dos residentes de Cascais

2001	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
171.997	201.258	204.767	207.187	208.123	208.418	208.945	209.869

Fonte: Elaboração própria. Baseado em Pordata (2016)

5.1.2. Património - Locais a visitar em Cascais

Cascais, conforme foi dito anteriormente, é uma zona rica em oferta turística e infraestruturas para serem conhecidas, muitas delas visitadas pelos turistas diariamente. Um dos sítios mais visitados e de grande esplendor é o parque natural Sintra-Cascais, que se estende desde a serra de Sintra à Praia do Guincho e ao Cabo da roca – o ponto mais ocidental do continente europeu (Turismo de Cascais, 2017).

As praias, como por exemplo a praia do Guincho, a praia de Cascais ou Estoril ou praia do Tamariz, são praias muito conhecidas e visitadas, pontos obrigatórios de passagem.

A *boca do inferno* é uma ravina formada pela fúria do atlântico contra os rochedos, sendo um ponto turístico também bastante conhecido uma vez que oferece um espetáculo de enormes ondas que batem nas rochas.

A nível de museus, Cascais tem muito a oferecer, nomeadamente o Museu “Casa das Histórias” - Museu Paula Rego, inaugurado em 2009, dedicado às obras e vida da famosa pintora portuguesa. Também o museu do mar é conhecido e trata-se de um museu que homenageia o legado marítimo de Cascais e o rei D. Carlos, o monarca pioneiro da oceanografia portuguesa. Neste museu é possível encontrar-se raros fósseis, barcos antigos e vestígios de navios naufragados no rio Tejo e no rio Sado (Turismo de Cascais, 2017)

Por fim, também o Casino do Estoril é um local digno de ser visitado, sendo um dos mais antigos casinos da europa.

Resumidamente, será importante referir que em Cascais, uma vez que se encontra junto à costa, a maioria do património monumental se relaciona com a navegação. Como tal, destacam-se os fortes, mas também as ruínas romanas e visigóticas, igrejas, capelas e casas de antiga nobreza portuguesa.

5.1.3. Eventos em Cascais

Cascais tem apostado ao longo dos anos cada vez mais na realização de eventos no seu concelho, apresentando atualmente eventos ao longo de todo o ano, para todos os gostos e faixas etárias.

No início do ano de 2017, o vice-presidente da Câmara Municipal, Miguel Pinto Luz apresentou os eventos principais e de maior aposta para o ano a decorrer, 2017.

De seguida, serão demonstrados de forma sucinta alguns dos eventos apresentados, divididos em categorias, onde é incluído o evento LUMINA, evento a ser estudado enquanto estudo de caso. De notar que a lista que seguidamente apresentamos foi elaborada em janeiro de 2017 pela Câmara Municipal de Cascais, aquando da apresentação dos eventos a realizar na cidade em 2017 (Câmara Municipal de Cascais, 2017)

Conhecimento

- Horasis Global Meeting - Debate sobre futuro sustentável, que reuniu 350 Chefes de Estado;
- Conferências do Estoril - Debate sobre a globalização e as suas consequências;
- Youth Summit - Integrado nas Conferências do Estoril, direcionado para 600 jovens estudantes de todo o mundo de forma a promover networking entre eles;
- Estoril Political Forum - Debate com enfoque na ciência política e relações internacionais;
- Campus Party - Festival da inovação e criatividade que reuniu mais de 5.000 jovens e oradores internacionais;

- Vidyou - Maior encontro de youtubers com mais de 100 youtubers;
- DNA Boat Challenge - Evento a bordo de um cruzeiro pelo mediterrâneo que reuniu empreendedores, empresários e investidores;

Cultura

- Orquestra Sinfónica de Cascais e Oeiras - Diferentes atuações ao longo do ano, tais como concerto de primavera, verão, outono e inverno;
- Teatro - Mais de 5 peças de teatro a decorrer ao longo do ano;
- Exposições - 29 exposições a decorrer no bairro dos museus;
- Concertos no casino do Estoril - 8 concertos gratuitos bem como o festival de fado, concerto de Tony Carreira entre outros;
- Outjazz e Outfest - Concertos de música Soul, Funk, Jazz e Hip-hop, a decorrer nos jardins de Cascais;
- LUMINA - Festival de Luz, único em Portugal, contando com mais de 400 mil pessoas anualmente. Este ano, o festival terá com tema a natureza;

Eventos

- Expocascais - Dirigido aos jovens, reúne ofertas disponíveis em Cascais em matéria de ensino superior, formação profissional, workshops e saídas profissionais;
- Festival Musa - Evento de referência para o Reggae nacional;
- Fiartil - Feira de artesanato mais antiga de Portugal que conta com centenas de artesãos e uma vasta programação de animação cultural;
- Festas do Mar - Maior evento musical do concelho com 10 dias de espetáculo diários que junta cerca de meio milhão de pessoas;
- Cascais Christmas Village Vila Natal - Evento para a toda a família com espírito natalício que em 2016 reuniu 56.000 pessoas;

Desporto

- Millenium Estoril Open – Maior torneio de ténis integrado no ATP World Tour, onde em 2016 estiveram presentes 38.000 espectadores, tornando-se num recorde de audiências;
- World Corporate Golf Challenge – Para gestores de topo que partilham a paixão pelo golfe, onde 52 países são representados com um total de 400 participantes;
- Surf - Eventos como o Cascais Womens Pro 2017 e Billabong Pro Cascais 2017 estiveram mais uma vez presentes este ano;
- Rock'n'roll Marathon EDP Lisboa – Considerada uma das maratonas com o cenário mais bonito do mundo, que conta com cerca de 6.000 atletas; uma maratona que alia a atividade física à música.

Após apresentação de apenas alguns, mas importantes, eventos a serem realizados ao longo do ano 2017, conclui-se que Cascais, enquanto destino turístico, apresenta-se com uma forte aposta nos eventos. O mesmo é afirmado pela entrevistada Carla Gomes.

De forma a conseguirmos recolher mais informações sobre a aposta em eventos por parte do município de Cascais, foi realizada a mencionada entrevista à diretora da associação de turismo de Cascais.

Através da dita entrevista realizada a Carla Gomes, sabe-se quais os motivos para a aposta em eventos por parte da Câmara de Cascais: “a aposta em eventos acontece por 3 ordens de razões: para o aumento da atratividade ao destino oferecido pela multiplicidade de experiências; promoção da notoriedade e o impacto económico direto que cada um dos eventos encerra.”.

Para além disso, a entrevistada acrescenta ainda que o objetivo que a Câmara pretende alcançar com a aposta é eventos é criar “uma melhor experiência ao turista, colocar Cascais no *top-of-mind* do potencial consumidor e aumento das receitas das empresas que direta ou indiretamente fazem parte do ecossistema do turismo.”.

Através da lista anteriormente apresentada dos eventos a serem realizados em Cascais em 2017, conclui-se que a Câmara aposta em eventos de várias temáticas e com o objetivo de atrair diversos públicos.

O mesmo é confirmado por Carla Gomes: “há uma aposta clara na diversidade, porque serve a característica principal do destino – diversidade concentrada – promovendo eventos que encontram afinidade com a oferta turística endógena, mas sempre tendo em mente o posicionamento do destino, junto de um segmento mais elevado.”.

Conforme foi anunciado, o evento LUMINA faz parte da lista de eventos a ser realizado este ano e é objeto de estudo desta dissertação. Como tal, o mesmo será de seguida apresentado.

5.2. LUMINA

O LUMINA é um evento, conhecido pelo festival da luz, criado em 2011 por Carole Purnelle e Nuno Maya, dois artistas multimédia.

Uma vez que é um evento recente, há ainda pouca informação e estudos sobre o mesmo e, como tal, as fontes utilizadas para a apresentação do mesmo baseiam-se no website do evento, que dispõe de diversas informações e áreas de interesse do evento.

O evento apresentou-se pela primeira vez em Portugal em Sintra, contando já com cinco edições anuais (em 2012 não se realizou). Trata-se de um evento gratuito dedicado à arte da luz, multimédia e interatividade com diversas intervenções ao longo das paisagens urbanas e naturais dos lugares e monumentos da vila de Sintra, estando desde a sua segunda edição e até a atualidade a decorrer em Cascais (LUMINA, 2017)

O evento decorre sempre em setembro, altura ainda de temperaturas favoráveis durante a noite, mas com dias mais curtos, onde anoitece mais cedo, permitindo iniciar o evento mais cedo.

Ao longo das edições, as temáticas vão mudando sendo, por exemplo em 2015, as quatro estações o tema escolhido. Já na edição de 2016 o tema foi “Mundos Fantásticos da Luz”. Este ano, 2017, o tema é a natureza. Nos restantes anos (2014, 2013 e 2011), o evento não teve nenhum tema concreto (LUMINA, 2017)

O LUMINA pertence a uma rede internacional de Festivais de Luz, sendo criado e produzido pelo atelier OCUBO com direção artística de Nuno Maya e Carole Purnelle – referências internacionais nas áreas de projeções interativas e vídeo mapping.

Carla Gomes define o LUMINA como sendo “um evento que apela à visitação e à experiência de Cascais, das suas ruas, cultura e tradição”. Em relação ao público-alvo do evento, a entrevistada afirma que o mesmo é “para além dos turistas, os locais, bem como todos aqueles que vivem na zona metropolitana de Lisboa.”.

O LUMINA é um evento elaborado com investimento da Câmara Municipal de Cascais, União Europeia, mas também de embaixadas e investimentos privados, tendo a capacidade de reforçar a identidade e imagem, de Cascais, local onde é realizado, tendo sido, portanto, uma forte aposta por parte do concelho, conseguindo desta forma criar maior diversidade a nível da oferta cultural no concelho (LUMINA, 2017).

Para além disso, Carla Gomes acrescenta ainda que “o objetivo deste evento foi aumentar a diversidade do calendário de eventos e assim captar mais pessoas ao destino e consequentemente, ter um maior retorno económico para as empresas locais.”.

Atualmente, o investimento e a aposta demonstram ter sido uma decisão acertada, uma vez que o evento tem vindo a ganhar notoriedade tendo atraído, por exemplo, em 2015 cerca de 400.000 visitantes. Em média, conforme informação prestada através de segunda entrevista realizada, desta vez a Carole Purnelle - fundadora do evento - o evento LUMINA “é visitado, anualmente por cerca de 450 mil visitantes” e “é classificado pelo The Guardian, no Top 10 dos melhores Festivais de Luz da Europa.”.

O evento apresenta-se da seguinte forma: ao longo das 3 ou 4 noites do evento, o público é convidado a seguir um percurso sequencial, onde ao longo deste terá a oportunidade de ver e sentir as diversas obras expostas, criando uma atmosfera mágica e oferecendo uma experiência sensorial e vivência cultural inesquecíveis. São muitos os materiais ou estilos de apresentação utilizados pelos artistas, mas os mais dinâmicos são sem dúvida os vídeo mappings e projeções de luz sobre os edifícios mais emblemáticos de Cascais. Desta forma, o LUMINA tem a particularidade de conseguir realçar o património histórico de Cascais ao mesmo tempo que fornece momentos únicos aos visitantes.

Tendo em vista a experiência sensorial oferecida pelo evento, será importante realçar que neste, o público pode por vezes fazer parte de obras expostas, sendo convidado a intervir na própria obra, dando continuidade ao mote de inclusão e interação presente no evento, algo único em Portugal (LUMINA, 2017).

O evento conta com cerca de 40 artistas nacionais e internacionais bem como um percurso de mais de 22 obras e com cerca de 3 km de distância, conforme é confirmado por Carole Purnelle.

O LUMINA oferece ainda uma aplicação móvel, onde os participantes podem obter informação adicional sobre as obras e percurso, dando mais um elemento diferenciador ao evento face a outros (LUMINA, 2017).

Em relação à comunicação feita pela organização do evento, Carole Purnelle afirma que a comunicação do LUMINA é “feita em meios above the line (TV, Rádio, Outdoors e Mupis) e em meios below the line (suplementos promocionais, cartazes, monofolhas e brochuras), e ainda nas redes sociais.”.

A título de exemplo, segue em baixo cartaz do percurso apresentado na edição de 2016, onde é possível ver o número de obras, o percurso sugerido e o local onde o evento decorre.

Figura 5 - Cartaz - Percurso da Luz, LUMINA, 2016



Fonte: LUMINA, 2017

5.2.1. Projeto e atividades do LUMINA

O LUMINA Festival da Luz de 2016 apresenta diversas obras pertencentes ao programa Spectrum 16.

Este programa é financiado com o apoio da comissão Europeia e tem como principal objetivo promover a cultura da luz em espaços públicos. O programa é feito através da cooperação de 4 países, todos eles europeus: Portugal; Polónia; Croácia e Eslovénia, onde os artistas apresentam as suas obras. Porém, o programa conta ainda com diversos países convidados, nomeadamente França, Itália, Alemanha, Reino Unido, Áustria e Finlândia (LUMINA, 2017)

Também aqui, o *atelier* OCUBO é o líder deste projeto.

O evento LUMINA apresenta igualmente diversas atividades paralelas, entre elas a Spectrum Conference que reúne artistas, organizadores e o público e consiste na partilha de ideias criativas e histórias dos percursos profissionais dos participantes. É ainda possível ao público conhecer os artistas, participar em debates entre outras atividades.

O LUMINA oferece ainda um concurso de Fotografia, *workshops* para a comunidade local com a colaboração dos artistas do evento, e também faz parte de um projeto social, afirmando-se como um festival solidário, onde conta com a presença da associação dos cegos e amblíopes de Portugal. Este projeto promove o combate à discriminação com base na deficiência, baseado no princípio da inclusão social (LUMINA, 2017).

5.2.2. Apoios do LUMINA

Para que um evento se possa realizar, por vezes torna-se fundamental contar com diversos parceiros e apoios.

Será, portanto, numa fase inicial, importante definir dois conceitos essenciais; o patrocínio e o mecenato, sendo ambos fundamentais para a realização e sustentação da maioria dos eventos realizados.

O patrocínio define-se como sendo uma relação comercial em que uma empresa dá apoio monetário ou semelhante a um individuo ou organização para que este/esta realize as suas atividades, conseguindo paralelamente obter um conjunto de medidas compensatórias

definidas previamente (Nelli e Bensi, 2005). Já Collet e Fenton (2011) definem o patrocínio como sendo uma ferramenta empresarial de marketing que acrescenta valor a uma marca e paralelamente valor comercial ao patrocinador e a atividade patrocinada pelo mesmo.

Meenahan (2011) define o conceito da seguinte forma: o patrocínio é uma “prestação de assistência financeira ou em bens para uma atividade por uma organização comercial com a finalidade de atingir os objetivos comerciais” (citado em Zarantonello, 2011, p.149).

Contudo, com alguns pontos em comum surge o conceito mecenato. O conceito mecenato e patrocínio, de acordo com o Bochand, *et al.*, (1999) apresentam as seguintes diferenças; a motivação principal do patrocínio é claramente comercial, enquanto que a motivação do mecenato é social. Em relação ao objetivo, o patrocínio pretende criar vínculos entre uma marca ou produto e um acontecimento importante. Já o mecenato tem como objetivo encontrar uma identidade para uma empresa enquanto instituição. Também a sua mensagem difere: a do patrocínio é claramente uma mensagem de marketing, enquanto que o mecenato apresenta uma mensagem cívica e social. Em relação ao público-alvo, os potenciais consumidores são o público do patrocínio enquanto que no mecenato é o público em geral. Em relação aos resultados, o patrocínio procura resultados a curto e médio prazo enquanto que o mecenato procura resultados a longo prazo.

Após breve e sucinta definição dos conceitos patrocínio e mecenato serão de seguida apresentados os apoios, seja de que carácter for, que o LUMINA adquiriu ao longo das edições.

O LUMINA foi criado e produzido pelo *atelier* OCUBO tendo ainda como coprodução a Câmara Municipal de Cascais. Conta com apoios como a marca de automóveis Renault, a CP (Comboios de Portugal), GeoStar (agência de Viagens), Marina de Cascais, Turismo de Portugal, Bombeiros Voluntários de Cascais, Polícia de Segurança Pública, a embaixada da república federal da Alemanha, Áustria, França, Suécia, Polónia, Israel entre outras, bem como o de vários hotéis tais como o hotel Cidadela, Vila Bicuda, Sabóia Estoril hotel, entre outros (LUMINA, 2017).

Ao todo, são nove parceiros estratégicos, seis parceiros institucionais, trinta e oito apoios e 3 parceiros *media*, sendo eles a TVI, a Rádio Comercial e o Jornal Destak (LUMINA, 2017).

5.2.3. Voluntariado no LUMINA

São muitos os eventos que contam com voluntários para a realização dos mesmos sendo estes, por vezes, elementos chave para o sucesso do mesmo. O LUMINA não é exceção. O evento conta com uma vasta equipa de voluntários focados e dedicados ao evento e têm como principal missão ajudar os visitantes a orientarem-se ao longo do percurso, prestar informações sobre as obras expostas bem como a de dar apoio à montagem e desmontagem das instalações criadas para o evento, prestando desta forma apoio às equipas técnicas. Por fim, mas não menos importante, os voluntários são também importantes pois colaboram igualmente nos *workshops* anteriormente mencionados (LUMINA, 2017).

Após análise do evento LUMINA e de todas as suas características, constata-se que este é um evento de grande sucesso e com forte capacidade de continuação em Portugal, mais concretamente em Cascais, sendo uma forte aposta por parte da Câmara Municipal de Cascais.

Como tal, faz todo o sentido perceber quais os seus impactos, sejam eles positivos ou negativos. Uma vez que é operacionalmente difícil conhecer todos os seus impactos, será de seguida apresentado os resultados do estudo realizado em que o instrumento de pesquisa foi inquéritos e a amostra os comerciantes e moradores de Cascais.

5.3. Apresentação de resultados

Este capítulo apresenta a metodologia que serviu de suporte ao trabalho de investigação usado.

A investigação teve como objetivo conhecer primeiramente a amostra, apresentando algumas características sociodemográficas dos inquiridos e posteriormente perceber os impactos socioculturais do LUMINA em Cascais.

Para obter a informação necessária, foram realizados inquéritos ao público-alvo escolhido; moradores e comerciantes de Cascais, uma vez que são eles que mais

facilmente detetam os impactos que o LUMINA tem no seu local de residência e/ou trabalho. Ao todo foram inquiridas 131 pessoas.

O tratamento dos dados foi feito através do programa *SPSS Statistics* e o formulário do inquérito pode ser consultado na íntegra em apêndice (ver apêndice II).

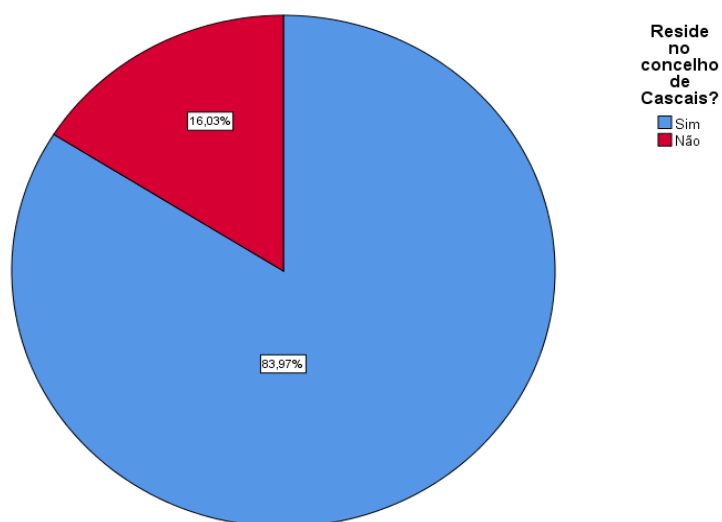
De seguida serão apresentados os resultados obtidos através da realização dos inquéritos que posteriormente nos permitiram cumprir os objectivos específicos estipulados para o estudo em causa.

5.3.1. Caracterização da amostra

Tal como foi mencionado, o inquérito teve como primeira parte a recolha dos dados sociodemográficos dos inquiridos de forma a conseguirmos conhecer melhor a amostra, mas também para validar os inquéritos. Isto porque, para que os inquéritos fossem válidos para o estudo, os inquiridos tinham de morar e/ou trabalhar em Cascais.

Em relação à pergunta 1, “Reside no concelho de Cascais?”, a grande maioria dos inquiridos afirma residir em Cascais, representando 83,97% do total da amostra. Ou seja, apenas 16,03% dos inquiridos não reside em Cascais. O mesmo pode ser comprovado através do gráfico 1 apresentado de seguida.

Gráfico 1 - Residência do inquirido

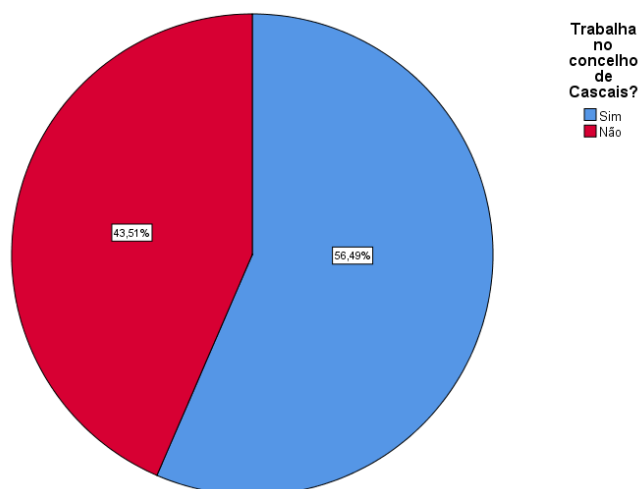


Fonte: IISLC, 2017

Através do gráfico 2, percebemos que 56,49% dos inquiridos, fazendo assim a maioria da amostra, trabalha no concelho de Cascais apesar de, igualmente com um valor significativo, 43,51% dos inquiridos trabalharem fora do concelho ou não trabalharem de todo.

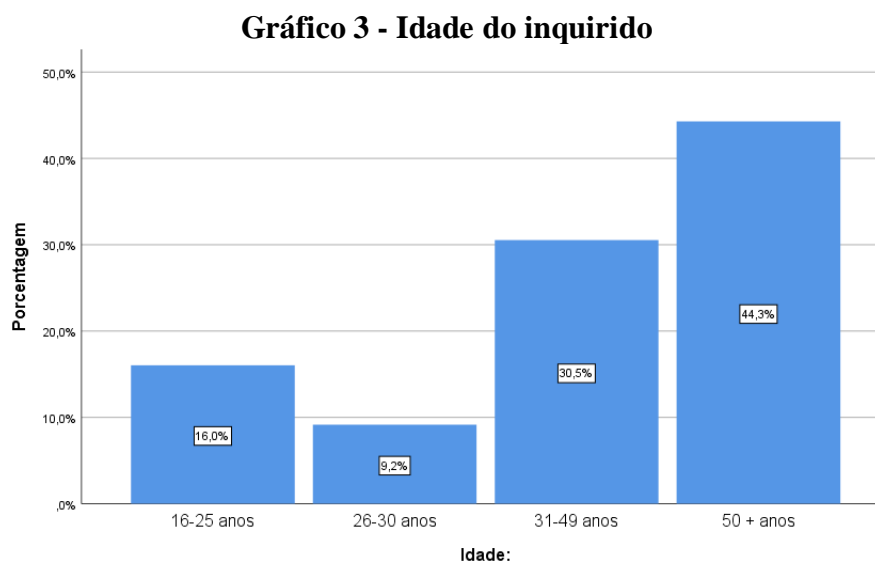
É interessante constatar que apesar de 83,97% dos inquiridos viverem em Cascais (conforme gráfico 1), apenas cerca de 56,49% trabalha igualmente em Cascais.

Gráfico 2 - Local de trabalho do inquirido



Fonte: IISLC, 2017

Em relação ao intervalo de idades da amostra, importa referir que 44,3% dos inquiridos tem mais de 50 anos, 30,5% tem entre 31 a 49 anos, 16,00% tem entre 16 e 25 anos e por fim, com um valor percentual inferior aos restantes intervalos, surge o intervalo dos 26 aos 30 anos representado apenas 9,2% da amostra. O mesmo é possível constatar através do gráfico 3 de seguida apresentado.



Fonte: IISLC, 2017

Podemos ainda concluir que $\frac{1}{4}$ da amostra (25,2%) tem até 30 anos de idade, sendo que 55,7% da amostra tem até 49 anos de idade. O mesmo é demonstrado através da tabela 7 abaixo exibida, que apresenta a percentagem cumulativa em relação às respostas da questão 3 do inquérito.

Tabela 7 - Idade do inquirido

Idade:

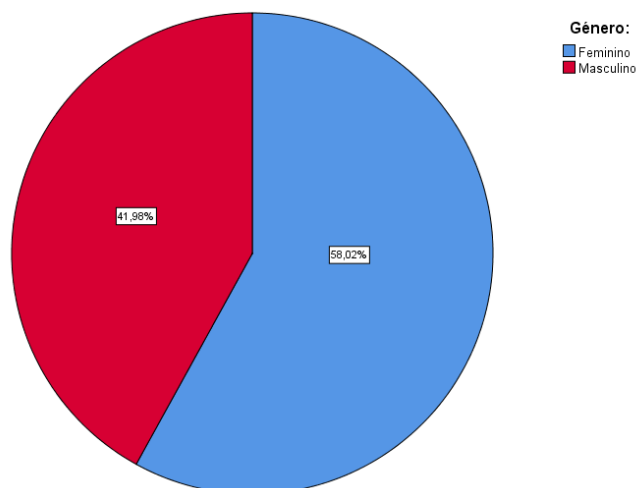
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	16-25 anos	21	16,0	16,0	16,0
	26-30 anos	12	9,2	9,2	25,2
	31-49 anos	40	30,5	30,5	55,7
	50+ anos	58	44,3	44,3	100,0
	Total	131	100,0	100,0	

Fonte: IISLC, 2017

Para finalizar a parte sociodemográfica, é questionado aos inquiridos qual o seu género, não tendo sido uma pergunta de resposta obrigatória. Concluímos que a maioria dos

inquiridos é do género feminino, representando 58,02% da amostra, sendo que 41,98% são do género masculino, conforme é visível através do gráfico 4 em baixo representado.

Gráfico 4 - Género do inquirido



Fonte: IISLC, 2017

Ou seja, dos 131 inquiridos, 76 pessoas são do género feminino e 55 pessoas do género masculino. O mesmo é possível ser comprovado através da tabela 8 em baixo apresentada.

Tabela 8 - Género do inquirido

		Gênero:			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Feminino	76	58,0	58,0	58,0
	Masculino	55	42,0	42,0	100,0
Total		131	100,0	100,0	

Fonte: IISLC, 2017

5.3.2. Conhecimento sobre o LUMINA

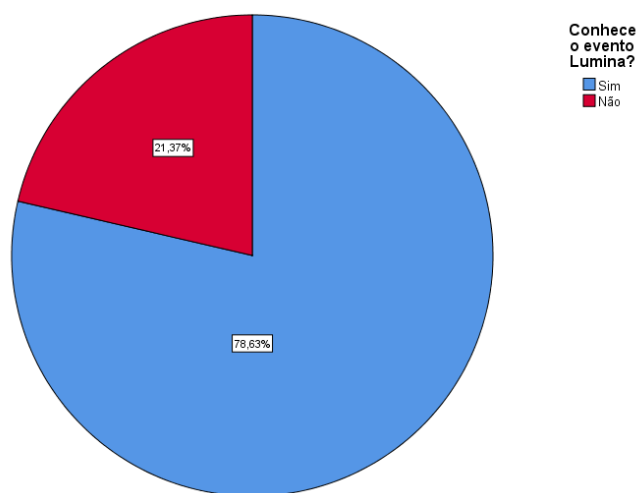
Após apresentação dos dados sociodemográficos dos inquiridos, iniciamos a análise da 2ª parte do inquérito, onde o objetivo foi perceber primeiramente se os inquiridos conheciam o evento LUMINA.

Caso o inquirido não conhecesse o evento LUMINA, o inquérito era igualmente válido, uma vez que, nesse caso, foi questionado ao inquirido se conhecia outros eventos e se sim, quais os dois principais eventos que conhece que decorram em Cascais.

Se os inquiridos respondessem que não conheciam nenhum evento em Cascais, o inquérito terminaria de imediato para essa parte da amostra. Caso o inquirido afirmasse conhecer outros eventos em Cascais, e mencionasse dois dos mesmos, seriam apresentadas 6 afirmações para classificação, com o objetivo de perceber os impactos socioculturais dos eventos, em geral, para esse nicho da amostra.

De seguida serão apresentados os resultados das perguntas colocadas aos inquiridos que afirmaram não conhecer o LUMINA, sendo que a pergunta 5 apresenta exatamente quantas pessoas não conhecem o evento LUMINA. Especificamente, 21,37% dos inquiridos não conhece o LUMINA, sendo que a grande maioria, 78,63% dos inquiridos, conhece o evento.

Gráfico 5 - Conhecimento do LUMINA



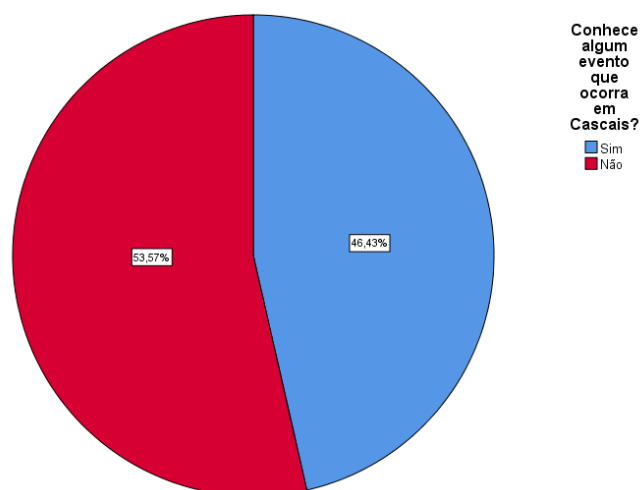
Fonte: IISLC, 2017

Para os 21,37% da amostra que respondeu “Não” à questão 5 “Conhece o evento LUMINA?”, foi de seguida colocada a pergunta “Conhece algum evento que ocorra em Cascais?”. Mais de metade, concretamente 53,57% dos inquiridos que não conhecem o LUMINA, não conhecem igualmente outros eventos que decorrem em Cascais, sendo que para estes, o inquérito terminou nesta questão.

Porém, 46,43% dos inquiridos que responderam não conhecer o LUMINA, conhecem, contudo, outros eventos que decorrem em Cascais.

O mesmo é apresentando no gráfico 6, de seguida apresentado.

Gráfico 6 - Conhecimento de outros eventos em Cascais



Fonte: IISLC, 2017

Dos 46,43% dos inquiridos que afirmaram conhecer outros eventos em Cascais, representando assim apenas 13 pessoas, 9 referiram as Festas do Mar, conforme é visível através da tabela 9. Porém, dessas 9 pessoas, 2 referiram ainda os seguintes eventos:

- Festival das Cores
- Festa da Sardinha
- Festa dos Cavalos

Os restantes 4 inquiridos referiram os seguintes eventos:

- Feira do Chocolate
- Mercado da Sardinha
- Feira dos Automóveis
- Desfile de Barcos

Tabela 9 - Outros eventos em Cascais

Qual/Quais o(s) evento(s) ocorrido(s) em Cascais que conhece?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Festas do Mar	9	6,9	69,2	69,2
	Outros	4	3,1	30,8	100,0
	Total	13	9,9	100,0	
Omisso	Sistema	118	90,1		
Total		131	100,0		

Fonte: IISCL, 2017

5.3.3. Impactos socioculturais de outros eventos

Conforme afirmado anteriormente, aos inquiridos que não conhecem o LUMINA, mas que conhecessem outros eventos que ocorreram em Cascais, foram apresentadas 6 afirmações que os mesmos classificaram numa escala de 1 a 5 sendo que 1 representava “Discordo totalmente”, 2 representava “Discordo”, 3 representava “Não concordo nem discordo”, 4 representava “Concordo” e por último o 5 que representava “Concordo totalmente”.

As afirmações visavam perceber até que ponto os inquiridos concordavam ou não com possíveis impactos socioculturais dos eventos para o destino turístico onde estes decorrem.

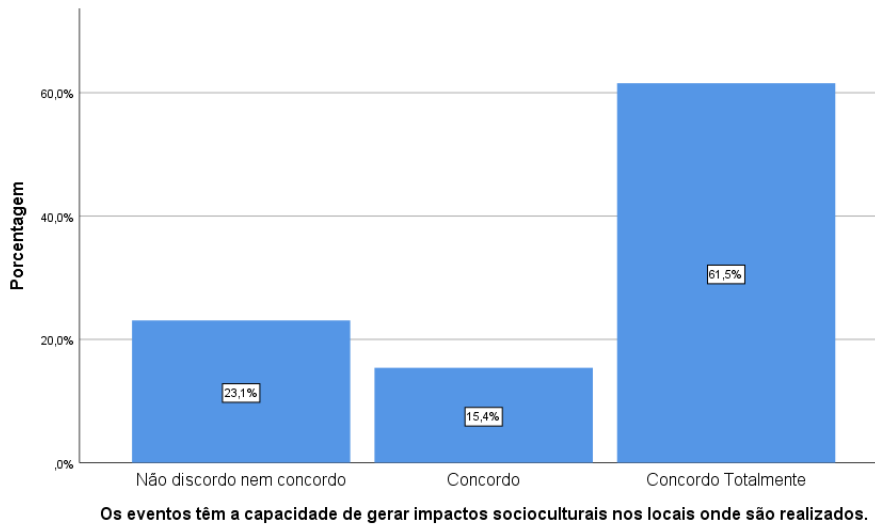
Em relação à primeira afirmação “Os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados”, a grande maioria, concretamente 61,5%, concorda totalmente com a afirmação e, como tal, afirmam que os eventos, de facto, têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados. Igualmente de acordo estão os 15,4% dos inquiridos que responderam “Concordo”.

Apenas 23,1% afirmam não discordar nem concordar com a afirmação em análise.

De forma geral, podemos afirmar que os inquiridos que não conhecem o LUMINA, mas que conhecem outros eventos que decorrem em Cascais, reconheceram que os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos destinos turísticos onde se realizam.

O mesmo é representado no gráfico 7.

Gráfico 7 - Impacto socioculturais de eventos

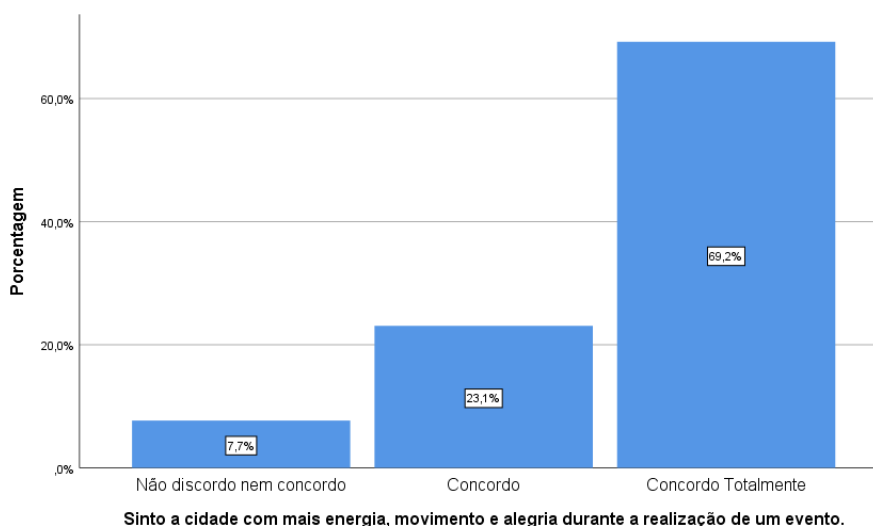


Fonte: IISCL, 2017

Em relação à 2ª afirmação, “Sinto a cidade com mais energia, movimento e alegria durante a realização de um evento”, quase 70% (69,2%) dos inquiridos concordam totalmente com a afirmação. Para além disso, 23,1% concordam com a afirmação.

Apenas 7,7% não discorda nem concorda com a mesma, o que demonstra que, de forma geral, os inquiridos concordam com a afirmação e, como tal, sentem a cidade com mais movimento, energia e alegria durante a realização de um evento. O gráfico 8 apresenta estes mesmos resultados.

Gráfico 8 - Avaliação da cidade durante a realização de eventos



Fonte: IISCL, 2017

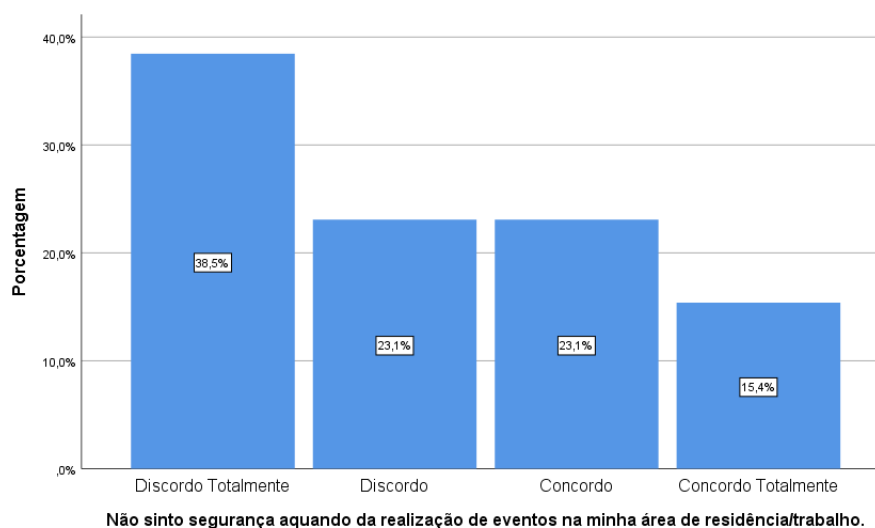
A classificação da afirmação “Não sinto segurança aquando da realização de eventos na minha área de residência/trabalho” teve um resultado oposto das restantes anteriormente mencionadas.

Dos 38,5% dos inquiridos que não conhecem o LUMINA, afirmam discordar totalmente com a afirmação, sendo que outros 23,1% também discordam com a mesma, fazendo com que a maioria, 61,6%, não concorde com o facto de não se sentir seguro durante a realização de eventos na sua área de residência ou área de trabalho.

Porém, igualmente 23,1% dos inquiridos concordam com o facto de se sentirem inseguros, juntando-se a eles os restantes 15,4% de inquiridos que concordam totalmente com a afirmação, não se sentindo de todo seguro aquando da realização de eventos na sua área de residência e trabalho.

O gráfico 9, em baixo, permite a visualização dos resultados mencionados.

Gráfico 9 - Segurança aquando da realização de eventos



Fonte: IISCL, 2017

A classificação da afirmação “os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados” é muito dispersa, apesar de haver uma clara predominância para discordar totalmente. Ou seja, 46,5% (quase metade dos inquiridos), responderam não concordar totalmente com a afirmação.

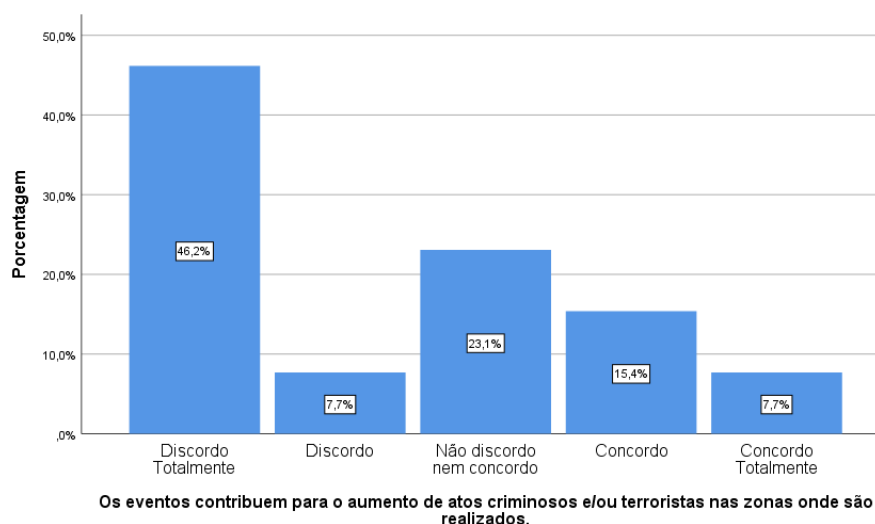
Outros 7,7% juntam-se, ao não concordar igualmente com a afirmação.

Em contraste surgem as pessoas que concordam (15,4%) ou concordam totalmente (7,7%) com a afirmação e que, como tal, acreditam que os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas áreas onde os mesmos são realizados.

Por último, e com o valor percentual considerável, surgem as pessoas que não discordam nem concordam com a afirmação, representando um total de 23,1% das respostas.

De forma geral, podemos afirmar que a maioria dos inquiridos não concorda com o facto de que os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas e o mesmo é sustentado através do gráfico 10.

Gráfico 10 - Avaliação de atos criminosos/terroristas em eventos



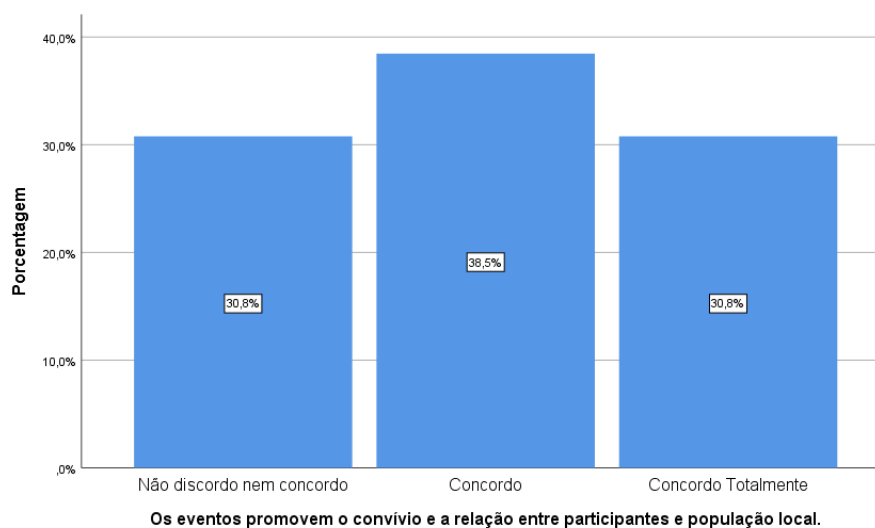
Fonte: IISCL, 2017

Com o objetivo de perceber a opinião das pessoas em relação à existência de convívio e relação entre participantes de um evento e a comunidade local onde estes decorrem, foi apresentada a afirmação “Os eventos promovem o convívio e relação entre participantes e população local”.

A grande maioria dos inquiridos que não conhecem o LUMINA, mas que conhecem outros eventos em Cascais, concorda com a afirmação. Mais concretamente, 38,5% concorda e 30,8% concorda totalmente com a afirmação. Porém, com valor igual, surge a categoria “Não discordo nem concordo” que 30,8% dos inquiridos escolheu para classificar a afirmação.

De forma geral, podemos constatar que os moradores e comerciantes de Cascais concordam que os eventos têm a capacidade de promover o convívio e relação entre os participantes dos mesmos e a população local onde estes decorrem. O gráfico 11, de seguida apresentado, ilustra os resultados obtidos.

Gráfico 11 - Convívio entre participantes de eventos e população local



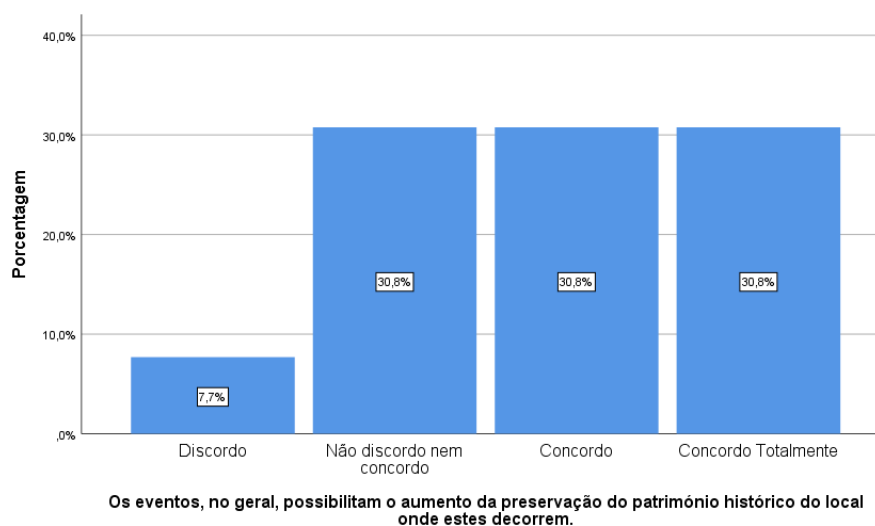
Fonte: IISCL, 2017

A última afirmação apresentada a quem não conhece o LUMINA, mas que conhece outros eventos que decorram em Cascais é a seguinte: “Os eventos, no geral, possibilitam o aumento da preservação do património histórico do local onde estes decorrem”.

O resultado da classificação desta afirmação é interessante, uma vez que exatamente 30,8% dos inquiridos concordam totalmente com a afirmação, outros 30,8% concorda com a mesma e, mais uma vez, 30,8% não discorda nem concorda com afirmação. Por último, com apenas 7,7% surgem os inquiridos que discordam com a afirmação.

Conclui-se, desta forma, que a opinião dos inquiridos relativamente a esta afirmação é díspar, havendo valores iguais em 3 níveis de classificação. Porém, 61,6% concorda ou concorda totalmente com a afirmação, representando assim a maioria, conforme é possível constatar através do gráfico 12.

Gráfico 12 - Preservação do património histórico através dos eventos



Fonte: IISCL, 2017

5.3.4. Impactos socioculturais do LUMINA

Conforme referido anteriormente, a pergunta 5 do inquérito visou perceber quem é que, da amostra, conhecia o LUMINA, de forma a, consoante a resposta, conduzir de seguida a perguntas distintas do inquérito. Mais uma vez recordamos que as perguntas/afirmações em cima apresentadas, foram perguntas/afirmações colocadas a quem respondeu à pergunta 5 “Conhece o evento LUMINA?” com “Não”.

De seguida serão apresentadas as questões/afirmação colocadas a quem respondeu “Sim” à pergunta 5, ou seja, aos inquiridos que afirmaram conhecer o LUMINA, representando um total de 78,63% da amostra, conforme gráfico 5 apresentado anteriormente.

Entramos desta forma na 3ª parte do Inquérito onde seguidamente serão analisados e classificados os impactos socioculturais do LUMINA.

A primeira pergunta colocada a quem diz conhecer o LUMINA, é “Já alguma vez participou no LUMINA?”.

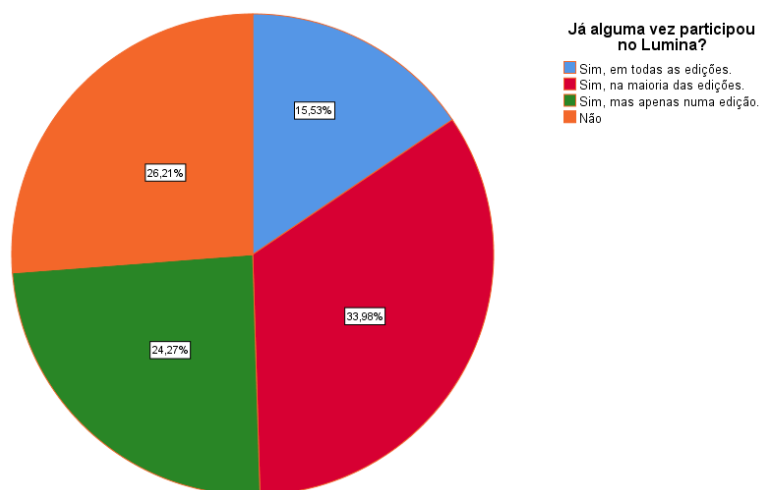
A grande maioria dos inquiridos, 33,98%, afirma ter participado na maioria das edições. Já com 26,61%, surgem os inquiridos que afirmam nunca terem participado no evento LUMINA.

Com um valor percentual semelhante, 24,27% dos inquiridos afirmam terem participado no LUMINA, mas apenas numa edição.

Por fim, do total da amostra, apenas 15,53% dos inquiridos declararam terem participado em todas as edições do LUMINA, tal como apresentado no gráfico 13.

Resumidamente, podemos constatar que 73,8% dos inquiridos participou em pelo menos uma edição do LUMINA, conforme visível na tabela 10.

Gráfico 13 - Participação no evento LUMINA



Fonte: IISCL, 2017

Tabela 10 - Participação no evento LUMINA

Já alguma vez participou no Lumina?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim, em todas as edições.	16	12,2	15,5	15,5
	Sim, na maioria das edições.	35	26,7	34,0	49,5
	Sim, mas apenas numa edição.	25	19,1	24,3	73,8
	Não	27	20,6	26,2	100,0
	Total	103	78,6	100,0	
Omisso	Sistema	28	21,4		
Total		131	100,0		

Fonte: IISCL, 2017

Após questionada a participação do inquirido no LUMINA, foi pedido aos moradores e comerciantes de Cascais que classificassem numa escala de 1 a 5 uma série de afirmações,

sendo que 1 representava “Discordo totalmente”, 2 representava “Discordo”, 3 representava “Não concordo nem discordo”, 4 representava “Concordo” e por último o 5 que representava “Concordo totalmente”.

As afirmações visavam perceber até que ponto é que os inquiridos concordavam ou não com possíveis impactos socioculturais do LUMINA em Cascais e de eventos, no geral, nos destinos turísticos onde estes decorrem.

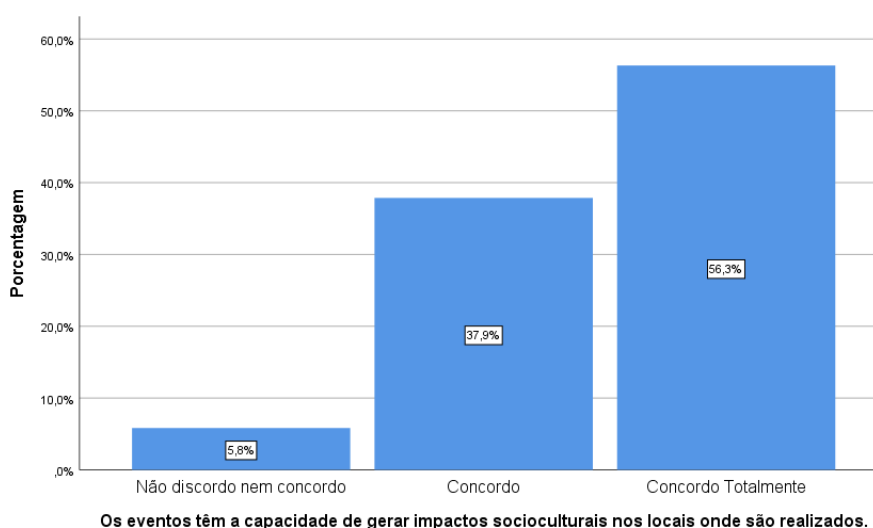
A primeira afirmação é “Os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados”.

A maioria dos inquiridos que conhecem o LUMINA, representando assim 56,3% da amostra, concorda totalmente com a afirmação, sendo que 37,9% também concorda.

Apenas 5,8% não discorda nem concorda com afirmação.

Podemos, portanto, constatar que ninguém discorda com a afirmação e como tal, podemos concluir que, de modo geral, os comerciantes e moradores de Cascais concordam que os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde estes são realizados e o mesmo é possível de ser observado através do gráfico 14 em baixo apresentado.

Gráfico 14 - Impactos socioculturais dos eventos



Fonte: IISCL, 2017

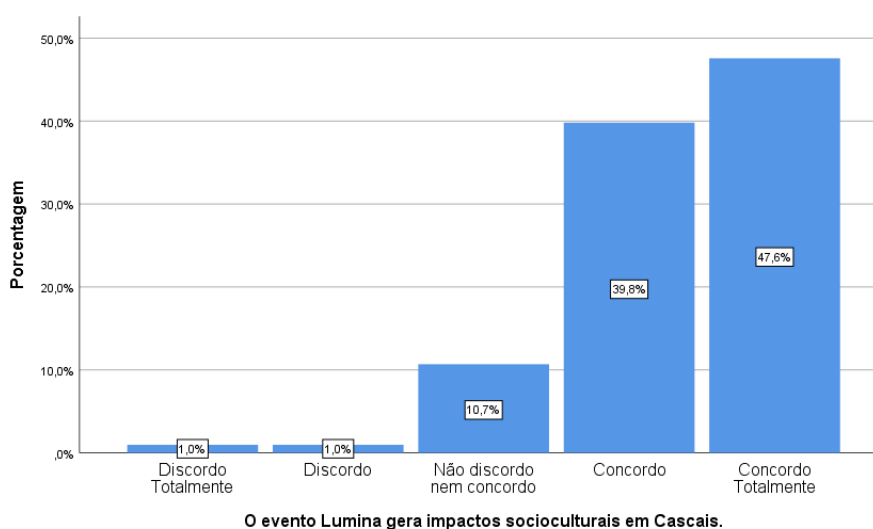
Em relação à afirmação “O evento LUMINA gera impactos socioculturais em Cascais”, quase metade dos inquiridos (47,6%), concorda totalmente com a mesma. Para além disso, 39,8% concorda igualmente com a afirmação.

Existe ainda quem não discorde nem concorde com a afirmação, perfazendo um total de 10,7% dos inquiridos.

Todavia, e com valores percentuais pouco significativos, surgem os inquiridos que discordam totalmente (1%) ou discordam (1%) com a afirmação.

Concluimos que a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais acredita que o LUMINA tem a capacidade de gerar impactos socioculturais no seu local de residência e/ou trabalho. O mesmo é visível no gráfico 15 em baixo apresentado.

Gráfico 15 - Impactos socioculturais do LUMINA em Cascais



Fonte: IISCL, 2017

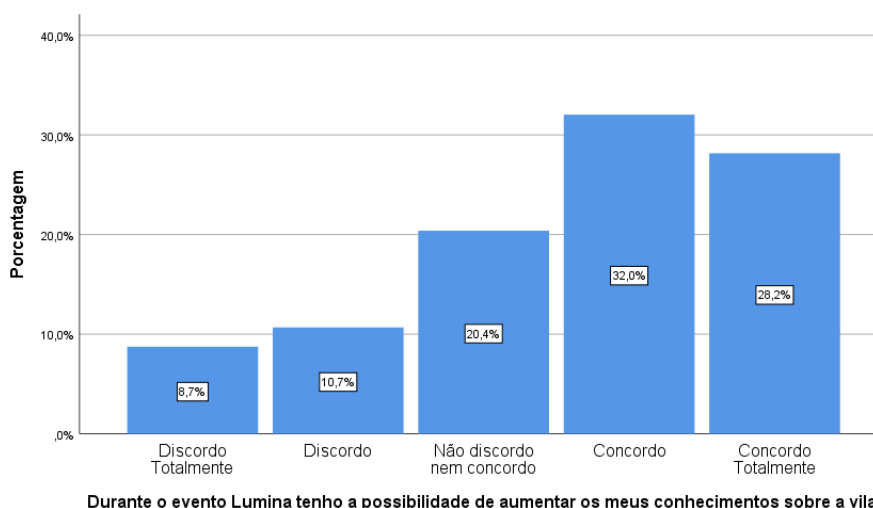
Dos 32,00% dos inquiridos que conhecem o LUMINA, concordam com a afirmação “Durante o evento LUMINA tenho a possibilidade de aumentar os meus conhecimentos sobre a vila”. Juntando-se a este conjunto, surgem os inquiridos que concordam totalmente com a afirmação com um valor percentual de 28,2%.

De seguida, com um valor semelhante, 20,4% da amostra não discorda nem concorda com a afirmação.

Por fim, 19,4% dos inquiridos discorda com a afirmação, mais concretamente, 10,7% discorda e 8,7% discorda totalmente.

De forma geral, podemos constatar que os moradores e comerciantes de Cascais concordam que durante o evento LUMINA têm a possibilidade de aumentar os seus conhecimentos sobre Cascais. O gráfico 16 apresenta estes mesmos resultados.

Gráfico 16 - Conhecimentos sobre Cascais através do LUMINA



Fonte: IISCL, 2017

A afirmação “Durante o evento LUMINA tenho a oportunidade de explorar a cultura local” apresentou resultados semelhantes à afirmação anterior.

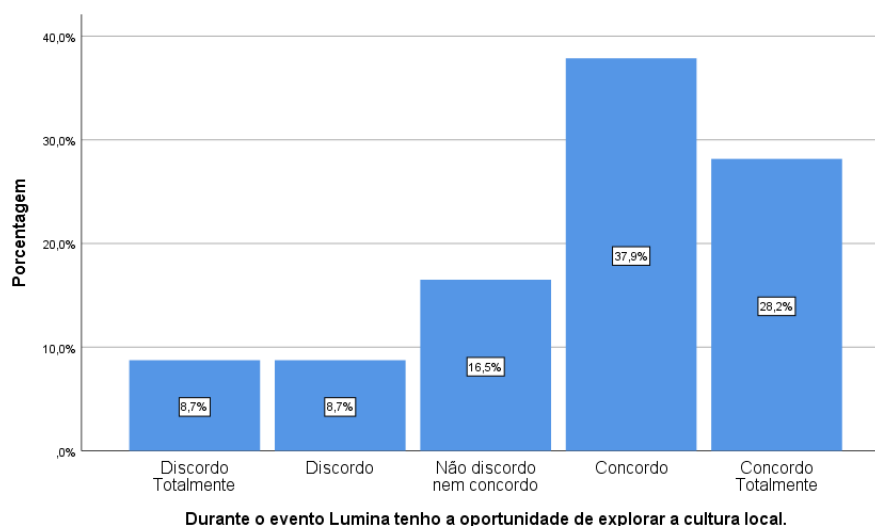
Ou seja, mais uma vez, a maioria, 37,9%, concorda com a afirmação, sendo que 28,2% concorda totalmente com a mesma.

Há que nem discorde nem concorde com a mesma, representando 16,5% da amostra.

Com valores iguais, surgem os inquiridos que discordam ou discordam totalmente com a afirmação, representando no total 17,4% da amostra.

Conclui-se que, mais uma vez, a grande maioria, 66,1% concorda ou concorda totalmente com a afirmação, ou seja, a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais é da opinião de que durante o evento LUMINA, têm a oportunidade de explorar a cultura local, conforme é visível através do gráfico 17.

Gráfico 17 - Oportunidade de explorar a cultura local através do LUMINA



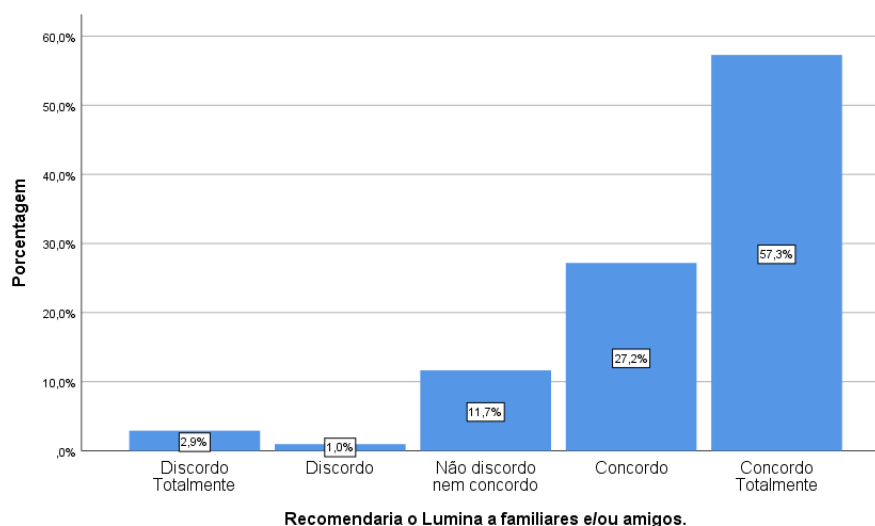
Fonte: IISCL, 2017

Em relação à afirmação “Recomendaria o LUMINA a familiares e/ou amigos”, a grande maioria, 57,3%, concorda totalmente com a afirmação e 27,2% concorda com a mesma. Quer isto dizer que 84,5%, ou seja, a esmagadora maioria dos comerciantes e moradores de Cascais, concorda com a afirmação e, como tal, recomendaria o LUMINA a familiares e/ou amigos.

Não descurando quem discorda com a afirmação, 2,9% discorda totalmente com a afirmação e 1% discorda.

Apenas 11,7% dos inquiridos não discorda nem concorda com a afirmação. O mesmo é representado através do gráfico 18.

Gráfico 18 - Recomendação do LUMINA



Fonte: IISCL, 2017

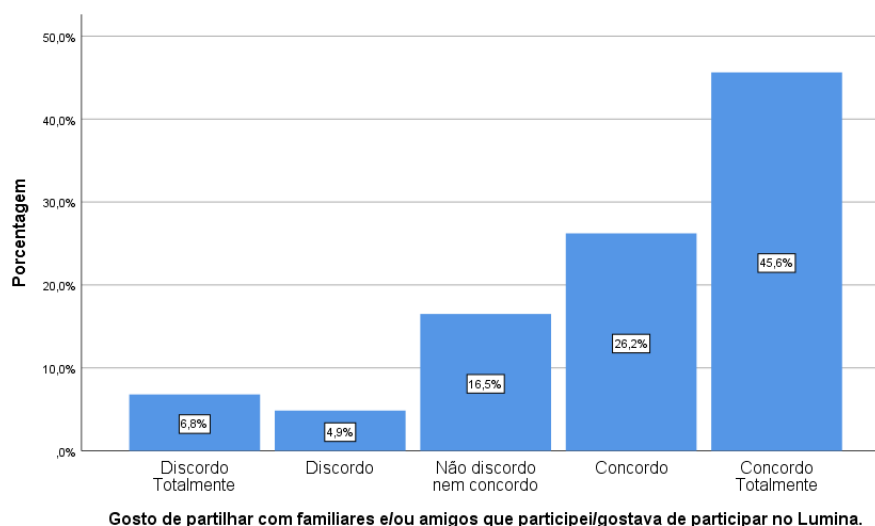
Quase metade da amostra (45,6%) que diz conhecer o LUMINA, concorda totalmente com a afirmação “Gosto de partilhar com familiares e/ou amigos que participei/gostava de participar no LUMINA”. Com 26,2% surgem os inquiridos que igualmente concordam com a afirmação.

Com um valor percentual mais reduzido, 16,5% surgem os inquiridos que não discordam nem concordam com a afirmação.

Apenas 6,8% discorda totalmente com afirmação e 4,9% discorda com a mesma.

Conclui-se que a grande maioria dos comerciantes e moradores de Cascais gostam de partilhar com os familiares e/ou amigos que já participou no LUMINA ou que tenciona participar no LUMINA. O mesmo é constatado através do gráfico 19 em baixo apresentado.

Gráfico 19 - Partilha da participação no LUMINA



Fonte: IISCL, 2017

A sétima afirmação para classificação é a seguinte: “Costumo convidar familiares e/ou amigos para participarem no LUMINA comigo”.

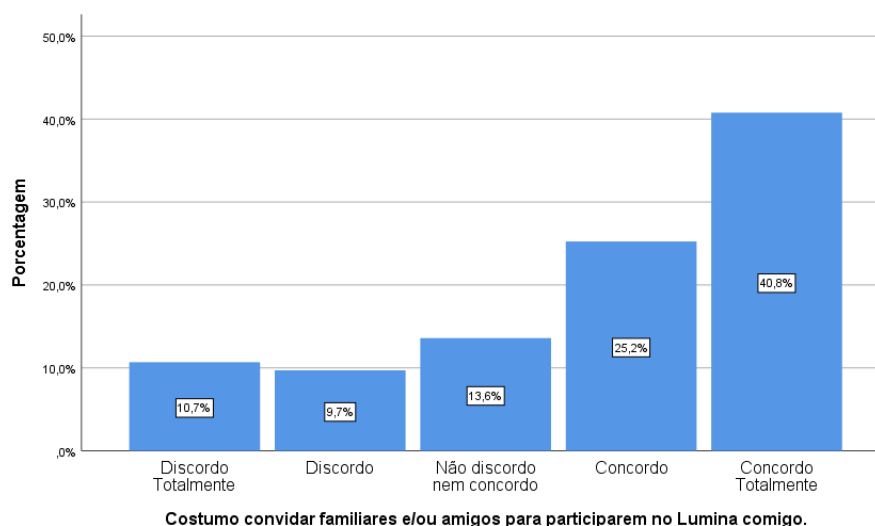
Os 40,8% da amostra concorda totalmente com a afirmação sendo que também 25,2% concorda com a mesma.

Contudo, 13,6% não discorda nem concorda com a afirmação.

Com um valor percentual de 10,7%, surgem os inquiridos que não concordam de todo com a afirmação. Junta-se ainda 9,7% da amostra que também não concorda com a afirmação.

Resumidamente, concluímos que a maioria dos inquiridos costuma convidar amigos e/ou familiares para participarem com eles no evento LUMINA. O gráfico 20 apresenta exatamente isso.

Gráfico 20 - Convite a amigos e/ou familiares para participar no LUMINA



Fonte: IISCL, 2017

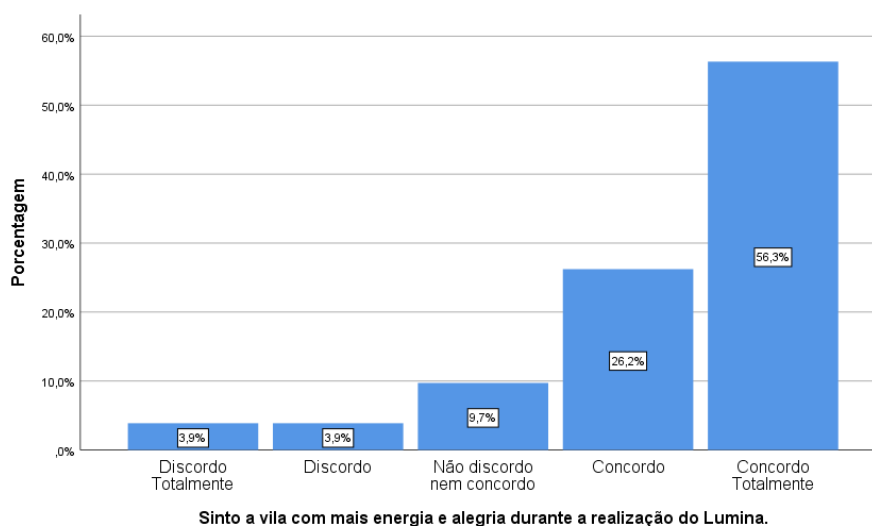
Dos 56,3% dos inquiridos que conhecem o LUMINA concordam totalmente com a afirmação “Sinto a vila com mais energia e alegria durante a realização do LUMINA”.

Para além disso, 26,2% dos inquiridos concorda igualmente com a afirmação, perfazendo um total de 82,5% de respostas afirmativas em relação à afirmação.

Contudo, apesar de menos estatisticamente significativo, 9,7% da amostra, não discorda nem concorda com a afirmação. Ao todo, 23,5% não concorda ou não concorda totalmente com a afirmação.

De modo sintetizado, a maioria dos comerciantes e moradores cascalenses sente a vila de Cascais mais alegre e energética durante o decorrer do LUMINA. O gráfico 21 refere o mesmo.

Gráfico 21 - Avaliação da vila durante a realização do LUMINA



Fonte: IISCL, 2017

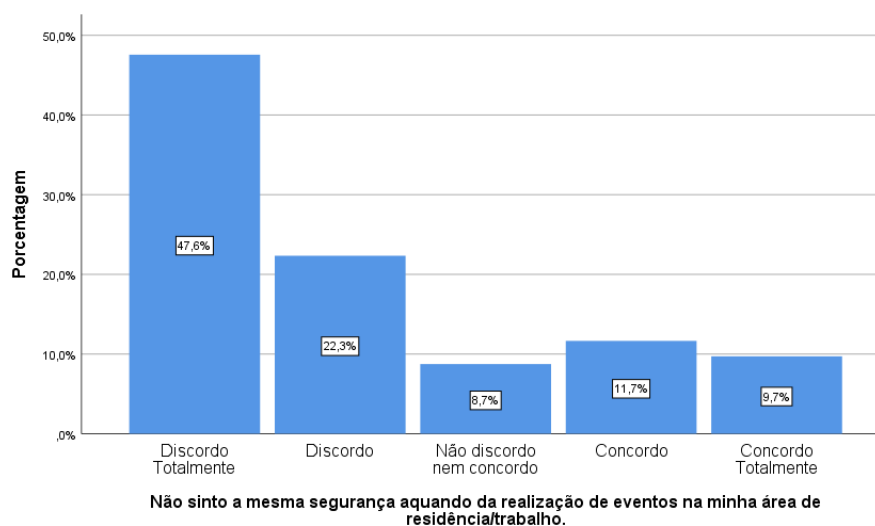
De forma a avaliar o nível de segurança sentido por parte dos comerciantes e moradores cascalenses, foi pedido a classificação da seguinte afirmação: “Não sinto a mesma segurança aquando da realização de eventos na minha área de residência/trabalho”.

Quase metade dos inquiridos que conhecem o LUMINA discorda totalmente com a afirmação (47,6) e 22,3% apenas discorda.

Os 11% da amostra concorda com a afirmação em análise e 9,7% concorda totalmente com a mesma. Restam apenas 8,7% que representam os inquiridos que não discordam nem concordam com a afirmação.

Como tal, concluímos que a grande maioria dos inquiridos se sente seguro aquando da realização de eventos na sua área de residência ou trabalho, tal como é possível de constatar através do gráfico 22.

Gráfico 22 - Segurança aquando da realização de eventos



Fonte: IISCL, 2017

À afirmação “Os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados”, 47,6% não concorda totalmente com a mesma.

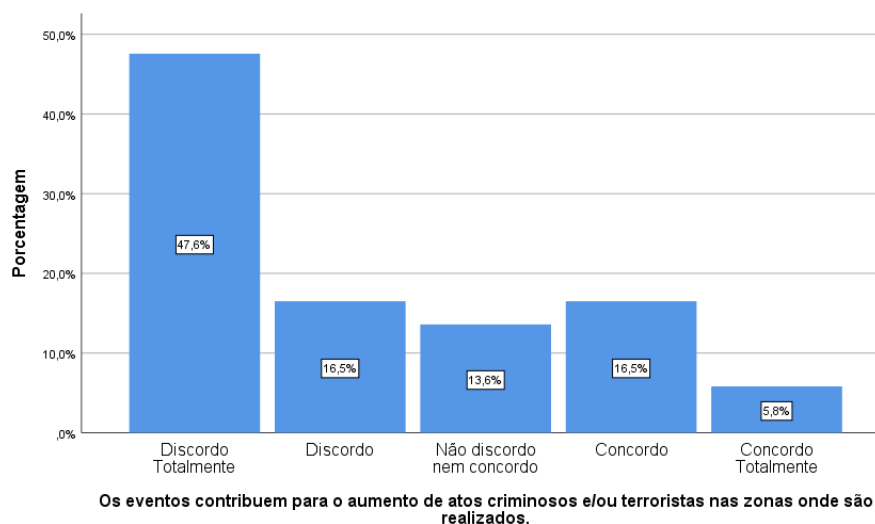
Já com valores iguais, surgem os inquiridos que discordam e os que concordam com a afirmação, com exatamente 16,5% em cada categoria.

Com um valor percentual ligeiramente inferior surgem 13,6% da amostra que declara não discordar nem concordar com a afirmação.

Por fim, com apenas 5,8%, surgem os comerciantes e moradores de Cascais que concordam totalmente com a afirmação em análise.

Percebemos através do gráfico 23 que a maioria dos inquiridos não acredita que os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nos locais onde estes são realizados.

Gráfico 23 - Aumento de atos criminosos e/ou terroristas aquando da realização de eventos



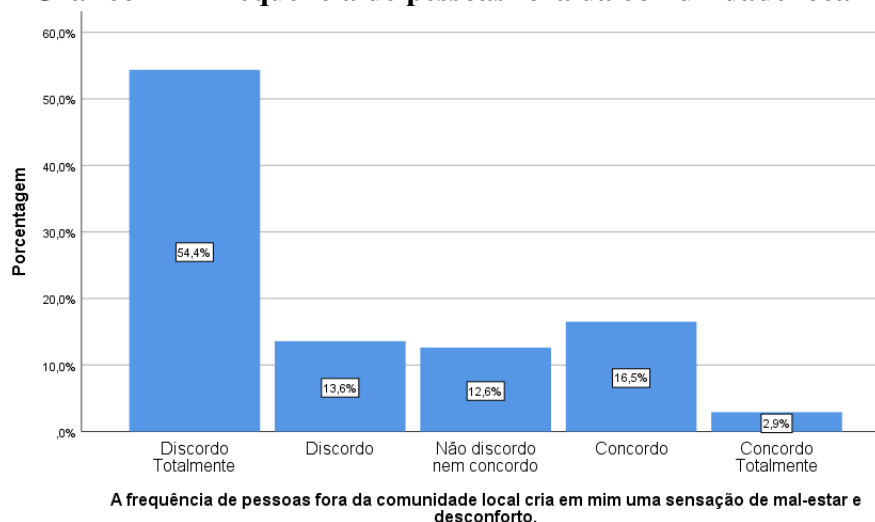
Fonte: IISCL, 2017

Dos 54,4% dos inquiridos que conhecem o LUMINA, discordam totalmente com a afirmação “A frequência de pessoas fora da comunidade local cria em mim uma sensação de mal-estar e desconforto”. Porém, apesar de com um valor drasticamente inferior, 16,5% dos inquiridos concorda com a afirmação.

Segue 13,6% da amostra que discorda e 12,6 que não discorda nem concorda. Com um valor percentual mais pequeno encontram-se 2,9% do total da amostra, que diz concordar totalmente com a afirmação.

Conclui-se que a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais não se sente desconfortável com a presença de pessoas fora da comunidade local na sua zona de residência e/ou trabalho. O mesmo é comprovado através do gráfico 24 que apresenta os resultados mencionados.

Gráfico 24 - Frequência de pessoas fora da comunidade local



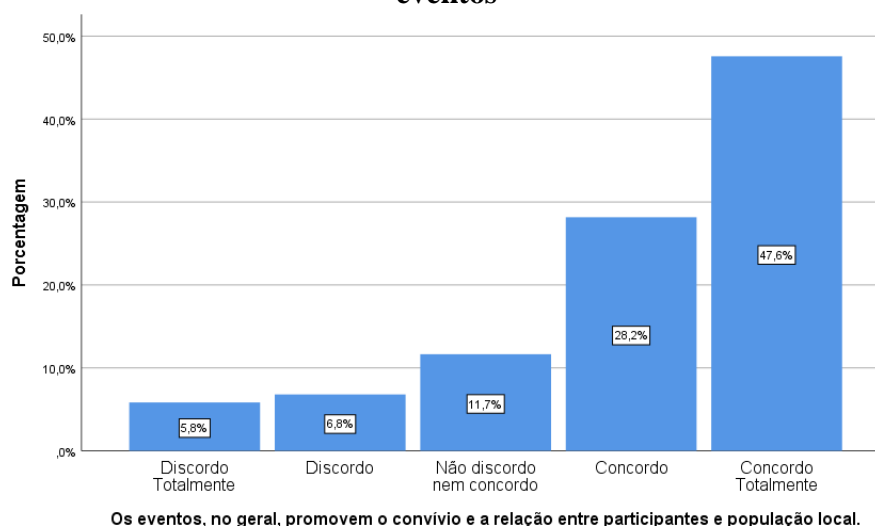
Fonte: IISCL, 2017

Em relação à classificação da afirmação “Os eventos, no geral, promovem o convívio e a relação entre participantes e população local” importa referir que 47,6% dos inquiridos concordam totalmente com a mesma, sendo que também 28,2% concordam com esta.

A nível decrescente seguem as categorias “Não discordo nem concordo” com 11,7%, “Discordo” com 6,8% e por último 5,8%.

Desta forma, constata-se que a maioria dos inquiridos acredita que os eventos, em geral, promovem o convívio e a relação entre participantes e população local, conforme é visível no gráfico 25 em baixo apresentado.

Gráfico 25 - Convívio e relação entre participantes e população local durante eventos



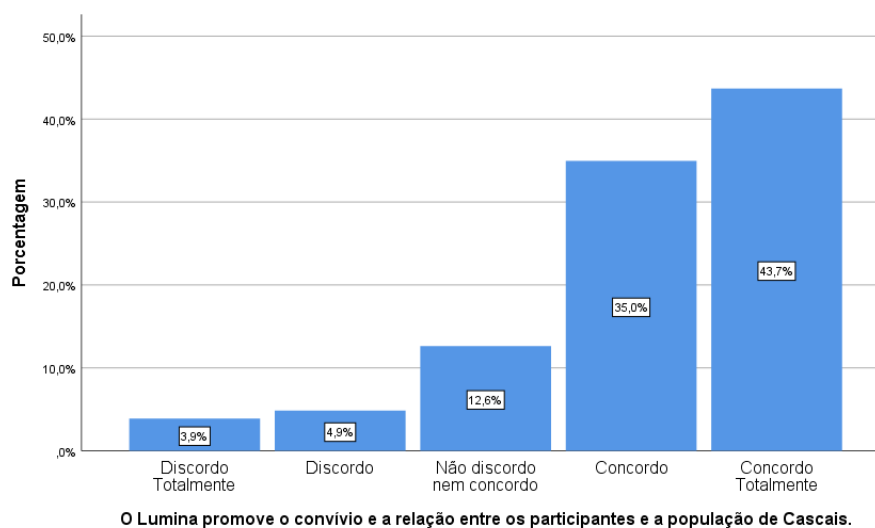
Fonte: IISCL, 2017

Os 43,7% dos inquiridos concordam totalmente com a afirmação “O LUMINA promove o convívio e a relação entre os participantes e população de Cascais”. Com igualmente um valor significativo surgem 35% da amostra que concorda com a afirmação.

Com apenas 12,6%, há inquiridos que não discordam nem concordam com a afirmação. Por último, com 8,8% surgem os comerciantes e moradores de Cascais que não concordam ou não concordam totalmente com a afirmação e, como tal, são da opinião que o LUMINA não promove o convívio e relação entre os participantes e população local.

Resumidamente, a maioria acredita que o convívio e relação existe, conforme é visível através do gráfico 26.

Gráfico 26 - Relação entre participantes do LUMINA e população local



Fonte: IISCL, 2017

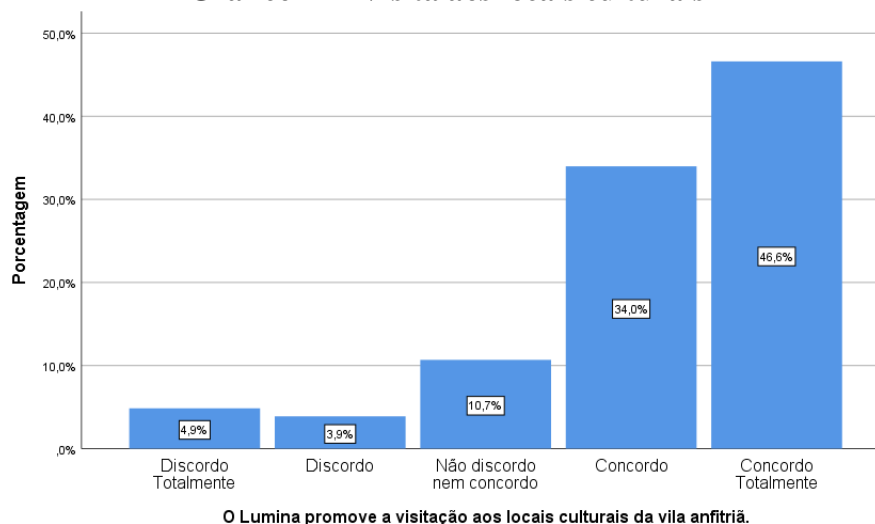
Em relação à classificação da afirmação “O LUMINA promove a visitação aos locais culturais da vila anfitriã”, importa referir que 46,6% dos inquiridos concorda totalmente com a afirmação, sendo que 34% concorda.

Apenas 10,7% do total da amostra não discorda nem concorda com a afirmação.

Por fim, somente 8,8% dos inquiridos discordam ou discordam totalmente com a afirmação.

Conclui-se, portanto, que a maioria dos inquiridos são da opinião que o LUMINA promove a visitação aos locais culturais de Cascais, conforme o gráfico 27 apresenta.

Gráfico 27 - Visita aos locais culturais



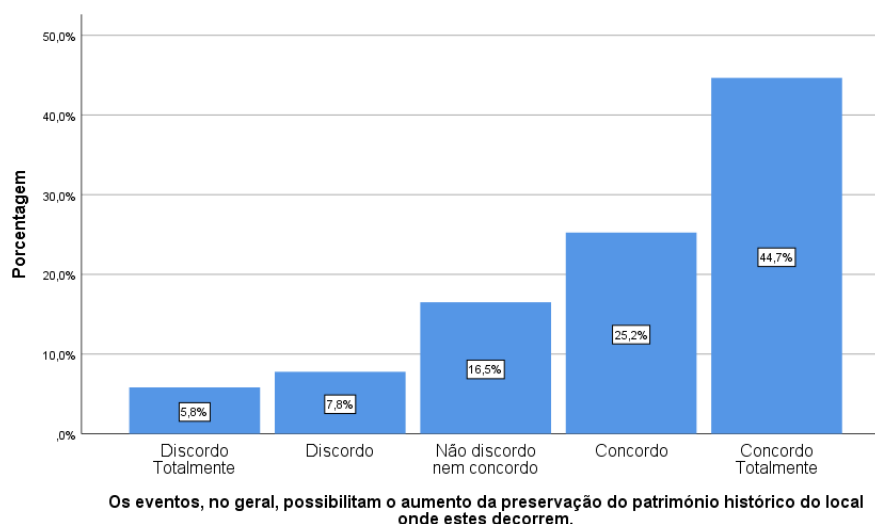
Fonte: IISCL, 2017

No que diz respeito à preservação do património histórico dos locais onde decorrem eventos, foi apresentado à amostra a seguinte afirmação para classificação: “Os eventos, no geral, possibilitam o aumento da preservação do património histórico do local onde estes decorrem”.

As respostas dividem-se da seguinte forma gradual: 44,7% concorda totalmente com a afirmação, 25,2% concorda, 16,5% não discorda nem concorda, 7,8% discorda e por fim, apenas 5,8% discorda totalmente.

Resumidamente, a maioria dos comerciantes e moradores cascalenses, concorda com o facto de que os eventos terem a possibilidade de aumentar a preservação do património histórico onde estes decorrem. O mesmo pode ser constatado através do gráfico 28.

Gráfico 28 - Aumento da preservação do património histórico através de eventos



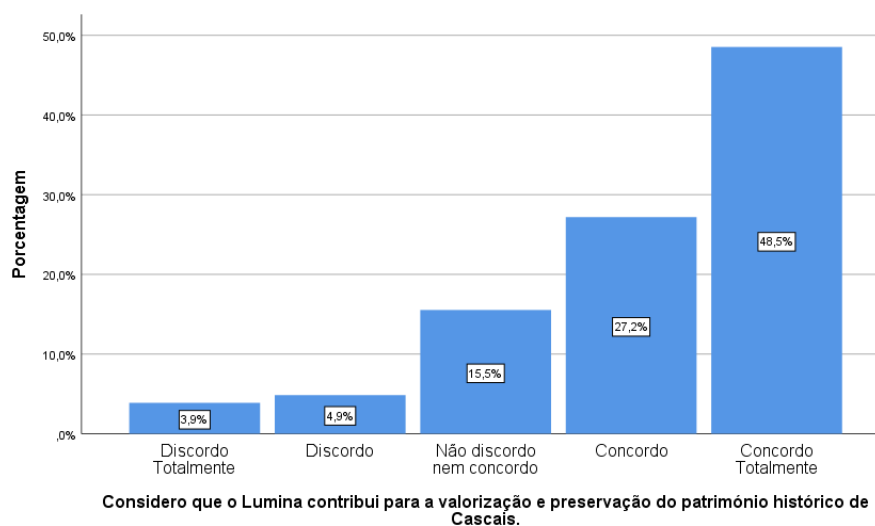
Fonte: IISCL, 2017

Em relação à classificação da afirmação “Considero que o LUMINA contribui para a valorização e preservação do património histórico de Cascais”, quase metade da amostra, 48,5%, concorda totalmente com a mesma. Igualmente 27,2% concorda com a afirmação. Há, contudo, quem não discorde nem concorde com a afirmação, representando 15,5% dos inquiridos.

Os 4,9% e 3,9% dos inquiridos discorda totalmente ou não concorda.

Portanto, a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais acredita que o LUMINA contribui para a valorização e preservação do património histórico de Cascais e o mesmo é refletido no gráfico 29.

Gráfico 29 - Preservação do património histórico de Cascais



Fonte: IISCL, 2017

Por fim, mas não menos importante, foi apresentada a seguinte afirmação para classificação: “Considero que as zonas, locais e monumentos históricos de Cascais são mais conservados devido à presença do LUMINA”.

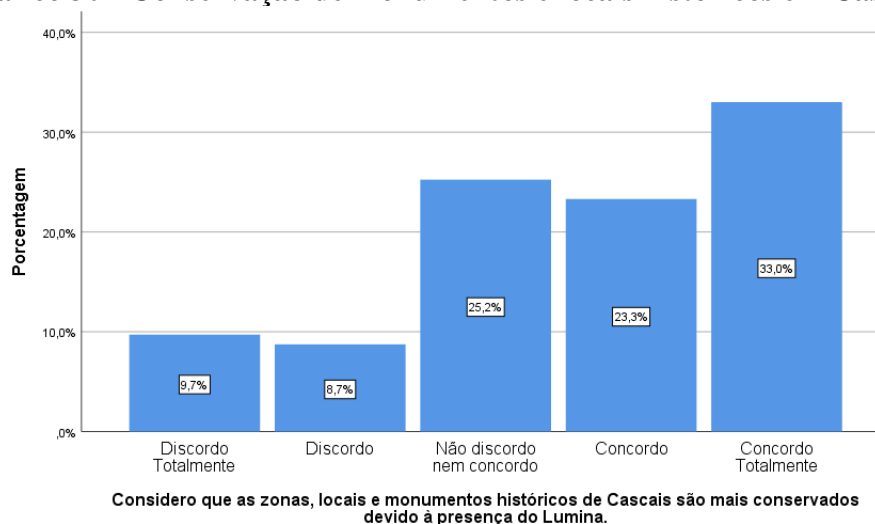
Dos 33% da amostra que conhece o LUMINA, afirma concordar totalmente com a afirmação, sendo que 23,3% concorda também, perfazendo um total de 53,3%. Ou seja, a maioria concorda com a afirmação.

Porém, representando $\frac{1}{4}$ das respostas, 25,2% dos inquiridos não discorda nem concorda com a afirmação.

Por fim, 9,7% discorda totalmente e 8,7% discorda com a afirmação.

De forma sucinta podemos afirmar que a maioria dos moradores e comerciantes cascalenses acredita que através da presença do LUMINA em Cascais, os locais, zonas e monumentos históricos da vila são mais conservados. Os resultados são visíveis no gráfico 30.

Gráfico 30 - Conservação de monumentos e locais históricos em Cascais



Fonte: IISCL, 2017

Após apresentação dos principais dados recolhidos, será interessante referir que foram cruzadas igualmente outros dados do inquérito que serão apresentados em apêndice (ver a partir de apêndice III).

A título de exemplo, em apêndice encontraremos o cruzamento da variável "Idade" com a variável "Reside no concelho de Cascais?" bem como o cruzamento da variável "Reside no concelho de Cascais?" com a variável "Trabalha no concelho de Cascais?", onde será possível perceber quantos inquiridos apenas trabalham em Cascais, os que trabalham e vivem em Cascais e apenas os que vivem em Cascais.

5.3.5. Análise dos resultados e cumprimentos dos objetivos

O inquérito por questionário feito neste estudo teve como objetivo recolher e analisar os dados de forma a cumprir os objetivos específicos criados anteriormente, conseguindo desta forma retirar conclusões finais para o estudo.

Recordemos os cinco objetivos criados:

Objetivo 1: Perceber se a existência de um evento garante sempre a ocorrência de impactos socioculturais no destino onde este se realiza.

Objetivo 2: Perceber se o evento LUMINA aumenta o orgulho-próprio por parte da comunidade local.

Objetivo 3: Comprovar se a presença do LUMINA contribui para o sentimento de insegurança por parte da comunidade local.

Objetivo 4: Compreender se o LUMINA permite criar uma interação cultural entre os participantes externos ou interno à comunidade local.

Objetivo 5: Constatar se o LUMINA permite que haja maior valorização e preservação do património histórico.

Os cinco mencionados objetivos específicos serão alcançados consoante os resultados estatísticos recolhidos através do inquérito por questionário feito aos moradores e comerciantes de Cascais. De seguida serão sintetizados os resultados que permitiram alcançar ou não os objetivos traçados.

Ao analisar o gráfico 14 – Impactos socioculturais dos eventos – concluímos que a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais (94,2%) concorda que os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados.

O gráfico 15 – Impactos socioculturais do LUMINA em Cascais – demonstra-nos também que, neste caso, a maioria dos inquiridos (87,4%) concorda que o LUMINA gera impactos socioculturais em Cascais.

Também o gráfico 16 – Conhecimentos sobre Cascais através do LUMINA - ajuda-nos a perceber a opinião dos inquiridos em relação à possibilidade de, através do LUMINA, conseguir-se aumentar os conhecimentos sobre a vila de Cascais. Neste caso, mais uma vez, a maioria (60,2%) concorda com a afirmação.

Por último, ao analisar o gráfico 17 – Oportunidade de explorar a cultura local através do LUMINA – concluímos que também a maioria dos inquiridos (66,1%) concorda com o facto de que durante o evento LUMINA a pessoa pode explorar a cultural local.

Posto isto, pudemos perceber que, de facto, a existência de um evento garante sempre a ocorrência de impactos socioculturais no destino onde este se realiza e como tal o objetivo 1 é cumprido.

Ao analisar o gráfico 18 – Recomendação do LUMINA – concluímos que a maioria dos comerciantes e moradores (84,5%) recomendaria o LUMINA a familiares e/ou amigos.

Para além disso, a maioria dos inquiridos (71,8%) partilharia com familiares e/ou amigos que participou ou gostava de participar no LUMINA. O mesmo foi apresentado no gráfico 19.

Através do gráfico 20, percebemos que também a maioria dos comerciantes e moradores (66%) costuma convidar amigos e/ou familiares para participarem no LUMINA consigo.

Por último, o gráfico 21 demonstrou que os inquiridos, na sua maioria (82,5%), sentem a vila de Cascais com mais energia e alegria durante a realização do LUMINA.

Tendo por base os resultados da classificação das afirmações acima mencionadas, conseguimos perceber que o evento LUMINA aumenta efetivamente o orgulho-próprio por parte da comunidade local e como tal, o objetivo 2 é cumprido.

Ao analisar o gráfico 22 – Segurança aquando da realização de eventos – percebemos que a maioria dos inquiridos (69,9%) não se sente inseguro aquando da realização de eventos na sua área de residência e/ou trabalho.

Já o gráfico 23 – Aumento de atos criminosos e/ou terroristas aquando da realização de eventos- demonstrou-nos que, mais uma vez, a maioria dos inquiridos (64,1%) não concorda como facto de os eventos contribuírem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados.

Por fim, através do gráfico 24 – Frequência de pessoas fora da comunidade local – concluímos que a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais (68%) não se sente desconfortável através da presença de pessoas fora da comunidade local no seu local de residência e/ou trabalho.

Tendo por base os resultados em cima mencionados, podemos comprovar que a presença do LUMINA não contribui para o sentimento de insegurança por parte da comunidade local e como tal o objetivo 3 não é alcançado.

Ao analisar o gráfico 25 – Convívio e relação entre participantes e população local durante eventos – concluímos que a maioria dos inquiridos (75,8%) concorda com o facto de que os eventos promovem o convívio e relação entre participantes e moradores locais.

Através do gráfico 26 – Relação entre participantes do LUMINA e população local – percebemos que a maioria (78,7%) da amostra é da opinião que o LUMINA promove o convívio entre e a relação entre os seus participantes e a população local de Cascais.

Por fim, o gráfico 27 – Visitação aos locais culturais - demonstrou-nos que, mas uma vez, a maioria (80,6%) concorda com o facto de que o LUMINA promove a visitação aos locais culturais de Cascais.

Posto isto, podemos compreender que o LUMINA permite criar uma interação cultural entre os participantes externos ou interno à comunidade local. Desta forma cumprimos o objetivo 4.

O gráfico 28 – Aumento da preservação do património histórico através de eventos – permitiu-nos perceber que a maioria dos inquiridos (69,9%) concorda com o facto de os eventos possibilitarem o aumento da preservação do património histórico no local onde estes se realizam.

Já o gráfico 29 – Preservação do património histórico de Cascais – apresentou-nos o seguinte resultado: mais uma vez, a maioria dos comerciantes e moradores de Cascais (75,7%), é da opinião que o LUMINA contribui para a valorização e preservação do património histórico de Cascais.

Por fim, através do gráfico 30 – Conservação de monumentos e locais históricos em Cascais – afirmamos que a maioria da amostra (56,3%) acredita que as zonas, locais e monumentos históricos de Cascais são mais conservadas através da presença do LUMINA.

Tendo por base os resultados em cima mencionados, podemos concluir que o objetivo 5 é cumprido uma vez que se constatou que o LUMINA permite que haja maior valorização e preservação do património histórico.

Resumidamente, todas os objetivos foram cumpridos com exceção do objetivo 3 que não se comprovou.

CAPÍTULO VI - Considerações finais

6.1. Conclusões

Ao longo desta dissertação abordámos temas relevantes como o turismo, os eventos, o turismo de eventos, o destino turístico e os possíveis impactos dos eventos nos destinos turísticos, sendo que todos eles se interligam e se complementam entre si. A apresentação e análise de todos estes conceitos foi fundamental para conseguirmos elaborar este estudo, uma vez que é essencial enquadrarmos e apresentarmos todos os conceitos antes de iniciarmos uma investigação.

O turismo tornou-se nas últimas décadas num sector fundamental para o crescimento da economia mundial uma vez que este contribui para o crescimento do Produto Interno Bruto e de emprego em vários países (World Travel and Tourism Council, 2013).

Em relação aos eventos, também estes têm a capacidade de gerar impactos positivos e importantes para os destinos, como por exemplo o de atrair turistas e visitantes, aumentar o consumo dos mesmos no local do evento e aumentar o número de estadias no destino turístico (Getz, 2008).

O turismo de eventos tem assumindo um papel fundamental no desenvolvimento do turismo nos destinos e é apontado por diversos autores como sendo uma estratégia ou até mesmo uma tendência a aposta em eventos (Getz, 2012; Cooper, Scott, Kester, 2005; Dwyer, *et al.*, 2008).

Em particular em Portugal, apenas nas últimas décadas começou-se a apostar na pesquisa e estudo sobre os eventos (Marques, 2005; Custódio e Gouveia, 2007), não tendo sido inclusivamente publicado nenhum estudo relacionado com o evento em análise, o LUMINA em Cascais.

Tendo em conta a importância que o turismo tem para a economia, todos os impactos que proporciona e tendo também em consideração o crescimento e forte aposta em eventos, sem considerar ainda a carência existente nos estudos sobre eventos, o estudo sobre esta temática tornou-se fundamental e justificou a escolha desta investigação.

Foi, portanto, interessante perceber os impactos que um evento tem para um destino turístico, em particular os impactos socioculturais que o LUMINA produz em Cascais.

Este mesmo objetivo foi alcançado através do uso de inquéritos, que foram aplicados aos moradores e comerciantes de Cascais uma vez que são eles que sentiram a curto e longo prazo os ditos impactos socioculturais provenientes do LUMINA no seu local de residência e/ou trabalho, Cascais. Importa referir que muitas das vezes, os impactos e efeitos produzidos por um evento são significativamente mais depressa sentidos pelos residentes do destino onde este se realiza do que pelos turistas que o frequentam (Ma, Ma, Wu e Rotherham, 2013), o que justificou a escolha deste público-alvo para a aplicação dos inquéritos.

Após observarmos os resultados obtidos através dos inquéritos, concluímos que a maioria dos inquiridos reside em Cascais (83,97%) e/ou trabalha em Cascais (56,49%), sendo que, para além disso, do total da amostra, 78,63% conhece o evento em análise – o LUMINA.

Também percebemos ainda que a grande maioria, concretamente 73,8% da amostra, já participou em pelo menos uma edição do LUMINA, sendo que apenas 26,2% nunca participou no evento.

Ao analisarmos as classificações dadas às afirmações apresentadas no inquérito, percebemos que a maioria dos inquiridos que conhece o LUMINA (56,3%) acredita que os eventos, no geral, têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados. Em particular o LUMINA, na opinião da comunidade local, tem a capacidade de gerar impactos socioculturais, uma vez que 47,6% dos inquiridos concordou com a afirmação “O evento LUMINA gera impactos socioculturais em Cascais”.

Percebemos igualmente que o orgulho-próprio existe e que o LUMINA consegue fazer com que este exista por parte dos comerciantes e moradores cascalenses, uma vez que a maioria deles (57,3%) o recomendaria a familiares e/ou amigos e gosta de partilhar que participou no mesmo (45,6%). Para além disso, provando mais uma vez o aumento de orgulho-próprio por parte da comunidade local, a maioria costuma convidar familiares e/ou amigos para participarem no LUMINA com eles (40,8%).

Foi também possível perceber que os comerciantes e moradores de Cascais não se sentem inseguros aquando da realização de eventos no seu local de residência e trabalho, uma vez que mais de metade (69,9%) discordou com a afirmação do inquérito “Não sinto segurança aquando da realização de eventos na minha área de residência/trabalho”. Confirma-se ainda o sentimento de segurança uma vez que também 47,6% dos inquiridos

não concorda com o facto de que os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados.

Em adição, mais uma vez a maioria dos inquiridos concordou com o facto de que o LUMINA e os eventos no geral conseguem promover o convívio e relação entre participantes e comunidade local, sendo que 47,6% dos inquiridos concorda totalmente que os eventos conseguem alcançar esse feito e 43,7% da amostra concorda com o facto de que o LUMINA, em particular, consegue também promover o convívio e relação entre os seus participantes e a comunidade local.

Por fim, na opinião dos comerciantes e moradores cascalenses, os eventos contribuem para o aumento da preservação do património histórico dos locais onde são realizados, representando desta forma 44,7% da amostra, sendo que 48,5% acredita igualmente que o LUMINA também tem essa capacidade.

Em conclusão, ao analisarmos os dados recolhidos através da aplicação do inquérito aos comerciantes e moradores de Cascais, foi-nos permitido perceber se o LUMINA gera ou não impactos socioculturais em Cascais e, se sim, quais os impactos.

Neste caso, concluímos que o LUMINA, de facto, tem a capacidade de gerar impactos socioculturais no local onde decorre, em Cascais, e que em particular consegue aumentar o orgulho-próprio por parte da comunidade local, ou seja, por parte dos comerciantes e moradores de Cascais.

Confirma-se igualmente que a presença do LUMINA não cria uma sensação de insegurança por parte da comunidade local.

Contudo, o mesmo consegue criar uma interação cultural entre os participantes externos ou internos e a comunidade local.

Foi ainda possível de constatar que o LUMINA permite que haja maior valorização e preservação do património histórico em Cascais, na opinião dos comerciantes e moradores cascalenses.

Por último, e após breve análise e conclusão do estudo, é-nos possível responder finalmente à pergunta de partida imposta inicialmente para esta dissertação: Quais os principais impactos socioculturais que o Evento LUMINA promove no destino turístico Cascais??"

6.2. Limitações da investigação

Em qualquer investigação deparamo-nos sempre com algumas limitações e esta dissertação não foi exceção.

Os estudos e pesquisas sobre os eventos ainda são consideravelmente escassos, principalmente em Portugal onde há ainda pouca informação aprofundada referente aos mesmos.

Para além disso, a maioria da informação e estudos que existem não são recentes, fazendo com que esta investigação careça de informação atualizada sobre o tema.

Uma vez que não existem muitos estudos sobre eventos, mais difícil é conhecer ou analisar os seus respetivos impactos, nomeadamente a nível sociocultural. Principalmente porque dos poucos estudos que existem sobre os impactos dos eventos, a grande maioria aposta nos impactos económicos dos eventos.

Outra limitação que gostaríamos de salientar pretende-se com o tamanho da amostra recolhida. Apesar de terem sido recolhidos 131 inquéritos, estes podem não ser suficientes para se considerar uma amostra significativa, uma vez que o universo em estudo são os moradores e os comerciantes de Cascais, um concelho, conforme foi apresentado anteriormente, com muitos habitantes e comerciantes. Assim sendo, seria interessante repetir o estudo com uma amostra mais representativa de forma a pudermos retirar conclusões mais fidedignas e que correspondam ao máximo à realidade.

Seria igualmente interessante comparar os impactos socioculturais de outro evento com os do LUMINA. Infelizmente, apesar de ter sido tentado ao longo da realização desta investigação, não nos foi possível encontrar um estudo que analisasse os impactos socioculturais de um evento do mesmo estilo/categoria que o LUMINA. Compreende-se o mesmo, uma vez que o LUMINA é um evento único – o festival da Luz - e, como tal, pertence a uma categoria de eventos muito particular, principalmente em Portugal.

Existem, porém, diversos festivais da luz a serem realizados na Europa e como tal, seria interessante comparar o LUMINA com um desses eventos. Infelizmente não foram encontradas investigações que apostassem neste tipo de eventos para as pudermos comparar com a presente investigação.

6.3. Linhas de investigação futuras

Ao longo da investigação percebemos que, conforme mencionado anteriormente, o estudo sobre os eventos e especialmente os impactos do mesmo ainda é relativamente reduzido.

Ao compilar os possíveis impactos dos eventos, a vários níveis, nomeadamente, ao nível económico, turístico, psicológico entre outros, percebemos que seria igualmente interessante estudar e perceber empiricamente quais os restantes impactos do LUMINA, ou até mesmo de outro evento.

Ou seja, uma vez que a nível prático seria extramente exigente e difícil recolher empiricamente informação sobre todos os tipos de impactos sobre o LUMINA, foi apenas analisado o mais representativo – os impactos socioculturais.

Seria, contudo, interessante analisar igualmente os impactos económicos, turísticos, financeiros etc., do LUMINA.

Seria igualmente interessante analisar os impactos de outro evento, especialmente com o objetivo de os comparar com o LUMINA.

Assim sendo, torna-se deveras pertinente dar continuidade a este estudo, para que possamos conhecer os impactos do LUMINA na sua totalidade e em diversas perspetivas.

Referências Bibliográficas

- Aarstad, J., Ness, H., & Haugland, S. A. (2015). Innovation, uncertainty, and inter-firm shortcut ties in a tourism destination context. *Tourism management*, 48, 354-361.
- Afifi, G., Jones, E. & Morgan, N. (2016). Modelling welsh cultural events. *Tourism Management Perspectives*, 19, 80-89.
- Allen *et al.*, (2008). *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Editora Campus – Elsevier
- Allen, J., *et al.*, (2002). *Events management*. Great Britain: Elsevier Butterworth Heinemann, 11.
- Alves, R. (2014). *Impacto dos eventos naquela que é a representatividade de um destino turístico – EXPOFACIC, Cantanhede*. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Tese de Mestrado.
- Andersson, T.; Getz D. (2008). “Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals” in *Tourism Management*, Vol. 30, 847-856.
- Andrade, R. (1999). *Manual de eventos*. Caxias do Sul: EDUCS.
- Bahl, M. (2004). *Turismo e eventos*. Curitiba: Prottexto
- Baptista, M. (2003). *Turismo - Gestão Estratégica*. Lisboa: Edição Verbo.
- Barretto, M. (2003). *Manual de Iniciação ao estudo do turismo*, 13ªed., Coleção Turismo, Campinas: SP-Papirus.
- Belsky, J. (2004). “Contributions of qualitative research to understanding the politics of community ecotourism in Phillimore” in *Qualitative Research in Tourism*, Londres: Routledge, 273-291.
- Beni, M. (2003). *Dimensão e Dinâmica de Clusters no Desenvolvimento Sustentável do Turismo in: BAH, Turismo: enfoques teóricos e práticos*, 1ª Ed., São Paulo: Roca Editora
- Benur, A., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Bowdin, G., *et al.*, (2006). *Events Management*. Reino Unido: Elsevier, Ltd [2ª edição].
- Britto, J.; Fontes, N. (2002). *Estratégia para Eventos*, São Paulo: Editora Aleph

- Brochand, B., *et al.*, (1999). *Publicitor*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Brown, K.; Geddes, R. (2007). “Resorts, culture and music: the Cape Breton tourism cluster” in *Tourism economics*, 13 (1), 129-141.
- Buhalis, D. (2000). “Marketing the competitive destination of the future” in *Tourism Management*, Vol. 21 (1), 97-116.
- Connell, J., Page, S., & Meyer, D. (2015). Visitor attractions and events: Responding to seasonality. *Tourism Management*, 46, 283-298.
- Canton, M. (2002). Os eventos no context da hospitalidade – um produto e um serviço diferencial. In: Dias, C. M. de M. (org). *Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas*. Barueri, SP: Manole. Pp. 83-96.
- Cascaisdata [online], disponível em www.cascaisdata.com [consultado em maio de 2017.]
- Casteran, H., & Roederer, C. (2013). Does authenticity really affect behavior? The case of the Strasbourg Christmas Market. *Tourism Management*, 36, 153-163.
- Collett, P.; Fenton. W. (2011). *The Sponsorship Handbook*. São Francisco: John Wiley and Sons.
- Cooper, C., *et al.*, (2001). *Turismo: Princípios e Práctica* (2ª edição). Porto Alegre: Bookman.
- Cooper, C., *et al.*, (2008). *Tourism: Principles and practices* (4ª Edição ed.). England: Prentice-Hall.
- Cooper, C., *et al.*, (2005). “New and emerging markets” in *Tourism Business Frontiers*, 19-29.
- Costa, J., *et al.*, (2000). “How can tourist destinations become more competitive; what key tools can be used to achieve this aim?” in *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 77-103.
- Craik, J. (2003): “The culture of tourism” in ROJEK, C. e URRY, J. (Eds.), *Touring cultures: transformations of travel and theory*, Routledge, London and New York, pp. 113-136.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Cunha, L. (2003). *Perspectivas e Tendências do Turismo*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

- Custódio, M.; Gouveia, P. (2007). “Evaluation of the cognitive image of a country/destination by the media during the coverage of mega-events: the case of UEFA EURO 2004 in Portugal” in *Journal of Tourism Research*, 9, 285-296.
- Deng, Q., & Li, M. (2014). A model of eventdestination image transfer. *Journal of Travel Research*, 53 (1), 69-82.
- Dredge, D., & Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285 – 297.
- Dredge, D., & Whitford, M. (2011). Event tourism governance and the public sphere. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (4/5), 479 – 499.
- Dwyer, L., et al., (2008). *Megatrends underpinning tourism to 2020: analysis of key drivers for change*. Australia: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
- Ferreira, N. (2011). *Turismo: uma oportunidade para Obidos*. Lisboa: Universidade Lusofona de Humanidades e Tecnologias / Faculdade de Ciências Sociais e humanas
- Firmino, M. (2007). *Turismo - organização e gestão*. Lisboa: Escolar Editora
- Gadotti dos Anjos, S.; Stock, L. (2009) “Logística integrada de eventos: El caso del Festival de danza de Joinville (SC) – Brasil” in *Estudios y perspectivas en turismo*. V. 18, 302-317
- Gee, C.; Fayos-solá, E. (1999), *International tourism: a global perspective*, Spain: World Tourism Organization.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*, New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, research and policy*. Oxford: Elsevier.
- Getz, D. (2008). “Event tourism: Definition, evolution and research” in *Tourism Management*, 29; 403-428.
- Getz, D., & Page, S. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593 – 631.
- Giácomo, C. (1993). *Tudo acaba em festa, Evento, líder de opinião, motivação público*. São Paulo: Editora Página Aberta Ltda. 59.
- Gunn, C. (1988). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 2ª ed., New York: Taylor & Francis, 23.

- Hall, C (1989). The politics of hallmark events. In G. Syme, B. J. Shaw, D. M. Fenton, & W. Mueller, *The planning and evaluation of hallmark events*. England: Ashgate Publishing Limited.
- Hall, C. (1992). *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*. London: Belhaven Press.
- Hartman, S., & Zandberg, T. (2015). The future of mega sport events: Examining the Dutch Approach to legacy planning. *Journal of Tourism Futures*, 1 (2), 108 – 116.
- Hildebrandt, T., & Isaac, R. (2015). The tourism structures in central Vietnam: Towards a destination management organisation. *Tourism Planning & Development*.
- Hodur, N.; Leistriz, F. (2006). “Estimating the Economic Impact of Event Tourism: A Review of Issues and Methods” in *Developing a Successful Infrastructure for Convention & Event Tourism*.
- Hultman, M., Skarmeas, D., Oghazi, P., & Beheshti, H. M. (2015). Achieving tourist loyalty through destination personality, satisfaction, and identification. *Journal of Business Research*, 68 (11), 2227-2231.
- Instituto Nacional de Estatística [online]. Disponível em www.ine.pt/ [consultado em abril de 2017]
- Ignarra, L. (2003). *Fundamentos do Turismo* (2ª edição). São Paulo: Thomson.
- Jago, L.; Dwyer, L. (2006). “Economic evaluation of special events - a practitioner's guide” in *Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism*.
- Kim, H.; Gursoy, D.; Lee, S. (2006). “The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games” in *Tourism Management*, 27, 86-96.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
- Knott, B., Fyall, A., & Jones, I. (2015). The nation branding opportunities provided by a sport mega-event: South Africa and the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4 (1), 46 – 56.
- Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P.; Armstrong, G. (2003). *Princípios de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall. 373; 404.
- Law, C. (2001). *Urban tourism*, Londres: Continuum.

- Lee, J. (2014). Visitors' emotional responses to the festival environment. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31, 114-131.
- Liu, Y. D. (2014). Cultural events and cultural tourism development: Lessons from the European Capitals of Culture. *European Planning Studies*, 22, 498 – 514.
- Lui, J.; Sheldon P.; Var, T. (1987). “Resident Perception of the Environmental Impacts of Tourism” in *Annals of Tourism Research*, 14, 17-37
- LUMINA, festival da Luz [online]. Disponível em <https://www.LUMINA.pt/> [consultado em abril de 2017]
- Ma, S. C. M., Ma, S. C. M., Wu, J. H., & Rotherham, I. D. (2013). Host residents' perception changes on major sport events. *European Sport Management Quarterly*, 13, 511 – 536.
- Manente, M.; Minghetti, V. (2006). Destination management organizations and actors, in Buhalis, D. e C. Costa (eds) *Tourism business frontiers – Consumers, products and industry*, Oxford, Butterworth Heinemann, 228-237.
- Marques, P. (2005). *A importância dos grandes eventos na promoção da imagem e consolidação dos destinos turísticos - o Euro 2004 em Portugal*. Aveiro: Universidade de Aveiro. Dissertação de Mestrado.
- McKercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208.
- Meirelles, G. (1999). *Tudo sobre eventos*. São Paulo: STS
- Middleton, V.; Clarke, J. (2001). *Marketing de turismo - teoria & prática*. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Mill, R.; Morrison, A. (2006). *The Tourism System*, 5ª edição, Iowa: Kendall.
- Moniz, A. (1993). *O Turismo na Região Autónoma dos Açores: Uma Análise Integrada de Determinação de Necessidades de Alojamento Turístico*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Dissertação de Mestrado.
- Murphy, P. (1985). *Tourism: a community approach*. Nova Iorque: Methuen.
- Nelli, R.; Bensi, P. (2005). *La Sponsorizzazione e la sua Pianificazione Strategica*. Milão: Vita & Pensiero. Organização Mundial do Turismo. (1995). Concepts, definitions and classifications for tourism statistics: a technical manual. Madrid: Organização Mundial do Turismo.

- Nicholson, R.; Pierce, D. (2000). “Who Goes to Events: a comparative analysis of the profile characteristics of visitors to four South Island events” in *Journal of Vacation Marketing*. Vol. 6, N.3, 236-53
- Organização Mundial do Turismo (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid.
- Palma, M. L., Palma, L., & Aguado, L. F. (2013). Determinants of cultural and popular celebration attendance: The case study of Seville spring fiestas. *Journal of Cultural Economics*, 37 (1), 87 – 107.
- Papadimitriou, D., Kaplanidou, K., & Apostolopoulou, A. (2015). Destination image components and word-of-mouth intentions in urban tourism: A multigroup approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Pavlukovic, V., Armenski, T. & Alcántara-Pilar, J. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals’ attitude toward events in Serbia and Hungary? *Tourism Management*, 63, 42-53
- Pedro, L.; Caetano, J.; Christiani, K; Rasquilha, L. (2007). *Gestão de Eventos*. Lisboa: Quimera.
- Pires, E. (2004). *As Inter-relações Turismo, Meio-ambiente e Cultura*. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança. Tese de Mestrado
- Pordata [online]. Disponível em <http://www.pordata.pt> [consultado em maio de 2017]
- Pulido Fernandez, J.; Sanchez Rivero, M. (2010). “Competividad versus crecimiento de destinos turísticos. Un analisis mediante técnicas multivariantes.” in *Cuadernos de Economia*, V. 33, N. 91, 159-181.
- Quivy, R.; Campenhout, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (5^a ed.). Lisboa: Gradiva.
- Ribeiro, S; Ferreira, L. (2009). “As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais” in *Revista Científica Percursos & Ideias*, ISCET, nº 1 – 2^a serie.
- Ritchie, J. (1984). “Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues” in *Journal of Travel Research*, 23 (1), 2-11.
- Ritchie, J.; Smith, B. (1991). “The Impact Of A Mega-event On A Host Region Awareness: A Longitudinal Study” in *Journal Of Travel Research*, Vol. 30 N^o.1, 3-10.
- Rodrigues, A. (1997). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec

- Saraniemi, S.; Kylanen, M. (2010). “Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches” in *Journal of Travel Research*. 1-11.
- Small, K. (2007). *Understanding The Social Impacts of Festivals On Communities*. University Of Western Sidney. Tese de Doutoramento
- Stokes, R. (2008). “Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain” in *Tourism Management*, nº29, 252-262.
- Tara-lunga, M. (2012). “Major special events: an interpretative literature review” in *Management & Marketing Challenges of the Knowledge Society*, vol.7/nº.4, 759-776.
- Theobald, W. (2001). *Turismo Global*. São Paulo: Senac
- Turismo de Cascais [online]. Disponível em <http://www.visitcascais.com/pt> [consultado em maio de 2017]
- Turismo de Portugal, (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- United Nations World Tourism Organization (2012), *World Tourism Barometer*, Volume 10
- United Nations World Tourism Organization (2015). *Tourism Highlights, 2014 Edition*. Madrid: Organização Mundial de Turismo. Disponível em www.e-unwto.org [consultado em junho de 2017]
- Urry, J. (1996). *O Olhar do Turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporaneas*. São Paulo: Studio Nobel.
- Valls, J. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Valls, J., et al., (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*, Ediciones Gestión: Planeta DeAgostini Professional y Formación, S.L.
- Van Winkle, C. M., Woosnam, K. M., & Mohammed, A. M. (2013). Sense of community and festival attendance. *Event Management*, 17 (2), 155 – 163.
- Vieira, C. (2005). “O papel da animação turística nos territórios rurais” in *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader*, nº 30, II série: 3.
- Visit Cascais [Online] Disponível em www.visitcascais.com [consultado em abril de 2017].

- Wagen, L. (2001). *Event Management for Tourism, Cultural, Business & Sporting Events*. Australia: Pearson Education.
- Watt, D. (1994). *Leisure and Tourist Events Management and Organization*. Harlow: Longman. 235 p.
- Weber, K., & Ali-Knight, J. (2012). Events and festivals in Asia and the Middle East/ North Africa (MENA) region. *International Journal of Event and Festival Management*, 3 (1), 4-8.
- World Tourism Organization (2005). *City Tourism & Culture – The European Experience*, Madrid, WTO.
- World Tourism Organization (2012). *Annual Report 2011*. Madrid: World Tourism Organization.
- World Travel & Tourism Council (2016). Economic Impact Portugal. Disponível em <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/p/portugal/> [consultado em setembro de 2017]
- Zanella, L. (2004). *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. 2ª Edição. São Paulo: Atlas.
- Zanini, C; Faria, A. (2003). *Eventos: uma ferramenta para o desenvolvimento turístico*
- Zarantonello, L. (2011). Event Sponsorship. In R. D., *Event Marketing* (pp. 143-162). Milão: EGEA S.p.A

APÊNDICES

APÊNDICE I – Guião Entrevista

Exmo(s). Sr.(s).,

Antes de mais, quero agradecer o seu/vosso tempo para responder a algumas questões.

Espero ser breve!

O meu objetivo com esta dissertação é explorar os impactos que um evento traz para um destino turístico, identificando qual deles o mais significativo.

Nesse sentido, a minha aposta recai sobre o evento Lumina. O objetivo é perceber quais os impactos que o Lumina promove em Cascais.

Como tal gostaria de lhe colocar algumas questões relacionadas com Cascais e a sua aposta em eventos bem como, em particular, sobre o Evento Lumina.

Em relação aos eventos em Cascais

(Questão apenas colocada à Câmara Municipal de Cascais)

1. Através de uma pesquisa no vosso website li que no início do ano 2017, o vice-presidente da Câmara Municipal de Cascais (CMC), apresentou os eventos principais para 2017, tais como as conferências do Estoril, Outjazz, concertos no casino do Estoril, Expo Cascais, Estoril Open, Lumina, entre outros eventos de várias dimensões e temáticas.

Posto isto, concluiu que os eventos têm sido uma forte aposta por parte da CMC.

- a. Porquê a aposta em eventos?
- b. Qual o objetivo que esperam alcançar?

Parece-me também que tentam apostar em eventos com várias temáticas e como o objetivo de alcançar diversos públicos.

- c. É verdade? É esse um dos objetivos para a aposta na grande diversidade de eventos que apresentam?

Em relação ao evento Lumina

2. Pode-me falar um pouco sobre este evento? As suas características, público-alvo, temática, etc. No fundo, informação que complete a já existente no website do Lumina.

3. Sei que foi a CMC que captou o Lumina e que o trouxe para Cascais.
(*Questão apenas colocada à Câmara Municipal de Cascais*)

- a. Com que objetivo?
- b. Quais os resultados conseguidos com o mesmo? Vão de encontro aos objetivos estipulados?

Em relação aos impactos

4. Após revisão bibliográfica, constatei que um evento, tal como o Lumina, pode trazer diversos impactos e a vários níveis. Entre eles parece-me que os impactos mais representativos de um evento seriam os seguintes:

- Impactos económicos
- Impactos ambientais
- Impactos políticos
- Impactos psicológicos
- Impactos socioculturais
- Impactos turísticos

- a. Concorda que num evento, no geral, são estas as categorias mais representativas?
- b. Adicionaria mais uma categoria?
- c. Qual pensa ser o tipo (categoria) de impacto mais representativo ao longo dos anos para o Lumina? (o seu impacto económico, social, ambiental, etc.?)
- d. Qual o impacto que a CMC mais gostava de obter/alcançar?

(*Questão apenas colocada à Câmara Municipal de Cascais*)

5. Na sua opinião, com base na resposta dada à pergunta 4c., onde partilhou, a seu ver, o tipo de impacto mais representativo do Lumina, pergunto-lhe, dentro dessa categoria, quais os impactos concretos que o Lumina tem trazido para Cascais.

Exemplo: Caso tenho escolhido os impactos socioculturais como categoria mais representativa, um dos impactos concretos do Lumina para a vila de Cascais pode ser o facto de este poder contribuir para a criação de um intercambio cultural entre visitantes e moradores.

Muito obrigada pelo seu/vosso tempo!

Marta Caeiro Barata

(Aluna de mestrado da Escola Superior e Hotelaria e Turismo do Estoril)

APÊNDICE II – Inquérito

Inquérito sobre os impactos socioculturais do Lumina em Cascais

Este inquérito visa a recolha de dados para um estudo com o objetivo de avaliar os impactos socioculturais do evento LUMINA em Cascais. Este estudo é realizado no âmbito de uma dissertação de mestrado da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

A realização do questionário deverá demorar aproximadamente 10 minutos.

A sua identidade e as suas respostas ficarão totalmente no anonimato. Obrigado por dedicar parte do seu tempo a preencher este inquérito; a sua opinião é muito importante!

Parte I – Dados sociodemográficos

1. Reside no concelho de Cascais?

- 1.1. Sim
1.2. Não

3. Idade:

- 3.1. 16-25 Anos
3.2. 26-30 Anos
3.3. 31-49 Anos
3.4. 50+

2. Trabalha no concelho de Cascais?

- 2.1. Sim
2.2. Não

4. Género:

- 4.1. Feminino
4.2. Masculino

Nota: Se respondeu “Não” à questão 1 e 2, o seu questionário termina aqui. Obrigada!

Parte II – LUMINA

5. O evento LUMINA - Festival da Luz - decorre desde 2013 em Cascais. Trata-se de um evento dedicado à arte da luz, multimédia e interatividade com intervenções ao longo das paisagens urbanas e naturais de Cascais.
Conhece o evento LUMINA?

- 5.1. Sim
5.2. Não

Nota: Se respondeu à questão 5 “Sim”, passe para a questão número 6, se “Não” prossiga.

5.2.1. Conhece algum evento que ocorra em Cascais?

- 5.2.1.1. Sim
5.2.1.2. Não

Nota: Se respondeu à questão 5.2.1. “Não”, o seu questionário termina aqui. Obrigada!

5.2.2. Qual/Quais o (s) evento (s) ocorrido (s) em Cascais que conhece? (os dois mais relevantes)

1 - _____

2 - _____

5.2.3. Classifique as seguintes afirmações, indicando até que ponto concorda ou discorda com cada uma. (Inquiridos que responderam “não” à pergunta 5 – Conhece o evento LUMINA?)

(1-DT: Discordo totalmente; 2-D: Discordo; 3-NCND: Não concordo nem discordo; 4-C: Concordo; 5-CT: Concordo Totalmente)

	Afirmações	DT	D	NCND	C	CT
5.2.3.1.	Os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados.	1	2	3	4	5
5.2.3.2.	Sinto a cidade com mais energia, movimento e alegria durante a realização de um evento.	1	2	3	4	5
5.2.3.3.	Não sinto segurança aquando da realização de eventos na minha área de residência/trabalho.	1	2	3	4	5
5.2.3.4.	Os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados.	1	2	3	4	5
5.2.3.5.	Os eventos promovem o convívio e a relação entre participantes e população local.	1	2	3	4	5
5.2.3.6.	Os eventos, no geral, possibilitam o aumento da preservação do património histórico do local onde estes decorrem.	1	2	3	4	5

Muito obrigada pela sua colaboração!

6. Já alguma vez participou no LUMINA?

- 6.1. Sim, em todas as edições 6.3. Sim, mas apenas numa edição
 6.2. Sim, na maioria das edições 6.4. Não

Parte III – Impactos do LUMINA

7. Classifique as seguintes afirmações, indicando até que ponto concorda ou discorda com cada uma.

(1-DT: Discordo totalmente; 2-D: Discordo; 3-NCND: Não concordo nem discordo; 4-C: Concordo; 5-CT: Concordo Totalmente)

	Afirmações	DT	D	NCND	C	CT
7.1	Impactos Socioculturais					
7.1.1.	Os eventos têm a capacidade de gerar impactos socioculturais nos locais onde são realizados.	1	2	3	4	5
7.1.2.	O evento LUMINA gera impactos socioculturais em Cascais.	1	2	3	4	5
7.1.3.	Durante o evento LUMINA tenho a possibilidade de aumentar os meus conhecimentos sobre a vila.	1	2	3	4	5
7.1.4.	Durante o evento LUMINA tenho a oportunidade de explorar a cultura local.	1	2	3	4	5

7.2.	Orgulho-próprio					
7.2.1.	Recomendaria o LUMINA a familiares e/ou amigos.	1	2	3	4	5
7.2.2.	Gosto de partilhar com familiares e/ou amigos que participei/gostava de participar no LUMINA.	1	2	3	4	5
7.2.3.	Costumo convidar familiares e/ou amigos para participarem no LUMINA comigo.	1	2	3	4	5
7.2.4.	Sinto a vila com mais energia e alegria durante a realização do LUMINA.	1	2	3	4	5

7.3.	<i>Segurança</i>					
7.3.1.	Não sinto a mesma segurança aquando da realização de eventos na minha área de residência/trabalho.	1	2	3	4	5
7.3.2.	Os eventos contribuem para o aumento de atos criminosos e/ou terroristas nas zonas onde são realizados.	1	2	3	4	5
7.3.3.	A frequência de pessoas fora da comunidade local cria em mim uma sensação de mal-estar e desconforto.	1	2	3	4	5

7.4.	<i>Interação Cultural</i>					
7.4.1.	Os eventos, no geral, promovem o convívio e a relação entre participantes e população local.	1	2	3	4	5
7.4.2.	O LUMINA promove o convívio e a relação entre os participantes e a população de Cascais.	1	2	3	4	5
7.4.3.	O LUMINA promove a visitação aos locais culturais da vila anfitriã.	1	2	3	4	5

7.5.	<i>Património Histórico</i>					
7.5.1.	Os eventos, no geral, possibilitam o aumento da preservação do património histórico do local onde estes decorrem.	1	2	3	4	5
7.5.2.	Considero que o LUMINA contribui para a valorização e preservação do património histórico de Cascais.	1	2	3	4	5
7.5.3.	Considero que as zonas, locais e monumentos históricos de Cascais são mais conservados devido à presença do LUMINA.	1	2	3	4	5

Muito obrigada pela sua colaboração!

APÊNDICE III - SPSS Outputs

- i. Cruzamento da variável “Reside no concelho de Cascais?” com variável “Conhece o evento LUMINA?”

Resumo de processamento de casos

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Reside no concelho de Cascais? * Conhece o evento Lumina?	131	100,0%	0	0,0%	131	100,0%

Tabulação cruzada Reside no concelho de Cascais? * Conhece o evento Lumina?

Contagem

		Conhece o evento Lumina?		Total
		Sim	Não	
Reside no concelho de Cascais?	Sim	92	18	110
	Não	11	10	21
Total		103	28	131

- ii. Cruzamento da variável “Trabalha no concelho de Cascais?” com variável “Conhece o evento LUMINA?”

Tabulação cruzada Trabalha no concelho de Cascais? * Conhece o evento Lumina?

Contagem

		Conhece o evento Lumina?		Total
		Sim	Não	
Trabalha no concelho de Cascais?	Sim	63	11	74
	Não	40	17	57
Total		103	28	131

- iii. Cruzamento da variável “Gênero” com variável “Conhece o evento LUMINA?”

Tabulação cruzada Gênero: * Conhece o evento Lumina?

Contagem

		Conhece o evento Lumina?		Total
		Sim	Não	
Gênero:	Feminino	59	17	76
	Masculino	44	11	55
Total		103	28	131

- iv. Cruzamento da variável “Idade” com variável “Conhece o evento LUMINA?”

Resumo de processamento de casos

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Idade: * Conhece o evento Lumina?	131	100,0%	0	0,0%	131	100,0%

Tabulação cruzada Idade: * Conhece o evento Lumina?

Contagem

		Conhece o evento Lumina?		Total
		Sim	Não	
Idade:	16-25 anos	20	1	21
	26-30 anos	8	4	12
	31-49 anos	33	7	40
	50 + anos	42	16	58
Total		103	28	131

- v. **Cruzamento da variável “Reside no concelho de Cascais?” com variável “Já alguma vez participou no LUMINA?”**

Resumo de processamento de casos

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Reside no concelho de Cascais? * Já alguma vez participou no Lumina?	103	78,6%	28	21,4%	131	100,0%

Tabulação cruzada Reside no concelho de Cascais? * Já alguma vez participou no Lumina?

Contagem

		Já alguma vez participou no Lumina?				Total
		Sim, em todas as edições.	Sim, na maioria das edições.	Sim, mas apenas numa edição.	Não	
Reside no concelho de Cascais?	Sim	16	32	23	21	92
	Não	0	3	2	6	11
Total		16	35	25	27	103

- vi. **Cruzamento da variável “Trabalha no concelho de Cascais?” com variável “Já alguma vez participou no LUMINA?”**

Resumo de processamento de casos

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Trabalha no concelho de Cascais? * Já alguma vez participou no Lumina?	103	78,6%	28	21,4%	131	100,0%

Tabulação cruzada Trabalha no concelho de Cascais? * Já alguma vez participou no Lumina?

Contagem

		Já alguma vez participou no Lumina?				Total
		Sim, em todas as edições.	Sim, na maioria das edições.	Sim, mas apenas numa edição.	Não	
Trabalha no concelho de Cascais?	Sim	12	21	14	16	63
	Não	4	14	11	11	40
Total		16	35	25	27	103

vii. **Cruzamento da variável “Trabalha no concelho de Cascais?” com variável “Reside no concelho de Cascais?”**

		Reside no concelho de Cascais?	
		Sim	Não
		Contagem	Contagem
Trabalha no concelho de Cascais?	Sim	63	11
	Não	47	10

viii. **Cruzamento da variável “Idade” com variável “Já alguma vez participou no evento LUMINA?”**

Resumo de processamento de casos

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Idade: * Já alguma vez participou no Lumina?	103	78,6%	28	21,4%	131	100,0%

Tabulação cruzada Idade: * Já alguma vez participou no Lumina?

Contagem

		Já alguma vez participou no Lumina?				Total
		Sim, em todas as edições.	Sim, na maioria das edições.	Sim, mas apenas numa edição.	Não	
Idade:	16-25 anos	2	7	8	3	20
	26-30 anos	1	0	2	5	8
	31-49 anos	5	11	10	7	33
	50 + anos	8	17	5	12	42
Total		16	35	25	27	103