



ESTG

O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA DINAMIZAÇÃO DE EVENTOS E O IMPACTO  
NA DIVERSIFICAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

2021



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE VIANA DO CASTELO

# O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA DINAMIZAÇÃO DE EVENTOS E O IMPACTO NA DIVERSIFICAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

O caso de Ponte de Lima

Catarina Jesus dos Santos Cunha



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE VIANA DO CASTELO

CATARINA JESUS DOS SANTOS CUNHA

O PAPEL DOS MUNICÍPIOS NA DINAMIZAÇÃO DE EVENTOS E O IMPACTO  
NA DIVERSIFICAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA: O CASO DE PONTE DE  
LIMA

Relatório de Estágio apresentado ao Instituto Politécnico de Viana do Castelo para  
obtenção do Grau de Mestre em Turismo, Inovação e Desenvolvimento

Trabalho efetuado sob a orientação do

Prof. Doutor Carlos Fernandes

Agosto de 2021

## **AGRADECIMENTOS**

As primeiras palavras deste relatório são dedicadas a todos aqueles que me acompanharam neste processo de desenvolvimento e aprendizagem.

Em primeiro lugar gostaria de agradecer aos meus pais, por tudo o que sempre fizeram e fazem por mim, por nunca me terem deixado desamparada, por sempre me terem motivado e incentivado a seguir os meus sonhos e acima de tudo por todo o amor e paciência demonstrados. A ELES, O MAIOR OBRIGADA!

De seguida, ao Professor Carlos Fernandes que foi o meu maior e mais fiel companheiro nesta jornada, por toda a orientação, apoio e conselhos partilhados. Não chegaria até aqui sem a sua ajuda e motivação, por isso e por tudo um enorme obrigada.

Depois a toda a equipa do Gabinete Terra, que me recebeu nas suas instalações e na sua equipa como se fosse efetivamente parte dela, que sempre me deram oportunidade de crescer e adquirir conhecimentos e experiências e que sempre se mostraram disponíveis para me ajudar em todos os momentos deste processo.

Por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer a todos os meus AMIGOS. Um enorme obrigada, por serem o maior apoio que tenho em todos os momentos da minha vida e por serem a força que me faltava nos momentos de menor motivação.

## **RESUMO**

Um evento é um fenómeno espacial e temporal que se torna único de acordo com as suas características, intervenientes e sistemas de gestão, sendo o programa do evento a sua atração principal (Getz, 2008). Os eventos são um importante motivador de turismo, assumindo um papel de destaque no desenvolvimento, nos planos de marketing e na competitividade de muitos destinos. Atualmente, e devido ao “boom” turístico que se vive na última década, os turistas assumem-se como um mercado potencial para qualquer evento e conseqüentemente, o turismo apresenta bastante relevância no sucesso e atratividade dos mesmos. A relação existente entre o turismo e os eventos tem evoluído ao longo dos anos, levando ao surgimento do “turismo de eventos”, que é reconhecido como sendo parte de todos os eventos planeados numa perspetiva de desenvolvimento e de marketing, devendo ser avaliado na perspetiva da procura e da oferta (Getz, 2008). É o objetivo deste estágio compreender o papel de um município na dinâmica de eventos para a diversificação da atividade turística do destino. O estágio tem como estudo de caso o Município de Ponte de Lima. Resultados sugerem que a organização de eventos funciona como um motor para o desenvolvimento dos destinos quando todo o processo de organização do mesmo é realizado de uma forma planeada e organizada, sendo fundamental que os interesses do destino sejam sempre respeitados e valorizados aquando da organização de eventos, bem como devem ser valorizados os recursos locais.

**Palavras-chave:** Eventos, município, destino, turismo, Ponte de Lima

## **ABSTRACT**

An event is a phenomenon taking place in a single space and time that becomes unique according to its characteristics, people involved and management systems, with the event's program being its main attraction (Getz, 2008). Events are an important motivator of tourism, playing a prominent role in the development, marketing plans and competitiveness of many destinations. Currently, and due to the tourism boom that has been going on in the last decade, tourists are a potential market for any event and, consequently, tourism is very relevant to its success and attractiveness. The relationship between tourism and events has evolved over the years, leading to the development of "event tourism", which is recognized as being part of all events planned from a development and marketing perspective, and should be evaluated from that perspective demand and supply (Getz, 2008). The objective of this internship is to understand the role of a municipality in the dynamics of events for the diversification of tourist activity in the destination. The internship has as a case study the Municipality of Ponte de Lima. Results suggest that the organization of events enhances the development of destinations when the entire process of organizing it is carried out in a planned and organized manner. The interests of the destination, as well as local resources, must always be respected and valued when organizing events.

**Keywords:** Events, municipality, destination, tourism, Ponte de Lima

## ÍNDICE

Agradecimentos	i
Resumo	ii
Abstract	iii
Índice	iv
Índice de figuras	vi
Índice de tabelas	vii
Índice de Fotografias	viii
<b>CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 2 – METODOLOGIA</b>	<b>3</b>
2.1 – Introdução	3
2.2 – Propósito do Estudo	3
2.3 – Processo de pesquisa	4
2.3.1 – Objetivos e perguntas de pesquisa	4
2.3.2 – Opções Metodológicas	4
2.4 – Conclusão	5
<b>CAPÍTULO 3 – REVISÃO DA LITERATURA</b>	<b>7</b>
3.1 – Introdução	7
3.2 – Definição de Eventos	7
3.3 – Tipologia de Eventos	8
3.3.1 – Forma e conteúdo	9
3.3.2 – Tamanho e Escala	11
3.4 – Turismo de Eventos	13
3.5 – Conclusão	17

<b>CAPÍTULO 4 – ENQUADRAMENTO DA ENTIDADE DE ACOLHIMENTO</b>	18
4.1 – Introdução	18
4.2 – Gabinete Terra	18
4.2.1 – Terra Eventos	18
4.2.2 – Terra Comunicar	20
4.2.3 – Terra Investir	21
4.2.4 – Terra Reabilitar	22
4.3 – Conclusão	23
<b>CAPÍTULO 5 – ESTÁGIO CURRICULAR</b>	24
5.1 – Introdução	24
5.2 – Integração da estagiária na entidade acolhedora	24
5.2.1 – Atividades na fase de pré-evento	27
5.2.2 – Atividades na fase da realização do evento	29
5.2.3 – Atividades na fase do pós-evento	30
5.3 – Conclusão	31
<b>CAPÍTULO 6 – ALGUMAS REFLEXÕES DO TURISMO DE EVENTOS EM PONTE DE LIMA</b>	32
6.1 – Introdução	32
6.2 – Turismo de Eventos em Ponte de Lima	32
6.3 – Conclusão	35
<b>CAPÍTULO 7 – CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	36
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Possíveis medidas de valor para os Eventos	15
<b>Figura 2</b> – Inventariação dos benefícios económicos	16



## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Tipo de eventos tendo em conta o seu conteúdo segundo Cesca	10
<b>Tabela 2</b> - Tipo de eventos tendo em conta a sua forma segundo Getz	11
<b>Tabela 3</b> – Listagem das notas de imprensa redigidas	25
<b>Tabela 4</b> – Listagem dos textos informativos redigidos	26
<b>Tabela 5</b> – Eventos de “Em Época Baixa Ponte de Lima em Alta”	33
<b>Tabela 6</b> – Eventos de Ponte de Lima ConVida no ano de 2019	34

## ÍNDICE DE FOTOGRAFIAS

<b>Fotografia 1</b> – Apresentação pública do projeto “Em Época Baixa Ponte de Lima em Alta”	25
<b>Fotografia 2</b> - Preparação para o <i>showcooking</i>	28
<b>Fotografia 3</b> – Decoração do Pavilhão	28
<b>Fotografia 4</b> – Estagiária com os artistas	29
<b>Fotografia 5</b> – Entretenimento paralelo	29
<b>Fotografia 6</b> – Fluxo de visitantes	30
<b>Fotografia 7</b> – Layout dos stands	30
<b>Fotografias 8 e 9</b> – Presença do Executivo Municipal na abertura dos eventos	31

## **CAPITULO 1: INTRODUÇÃO**

O turismo de eventos, especialmente aquele que envolve valores culturais, pode ser utilizado como um instrumento de apoio ao desenvolvimento de uma região. Ele funciona como uma ‘arma’ para combater a sazonalidade de um destino e ajudar a revitalizar a cultura de uma cidade ou vila. O turismo de eventos, se for bem planejado e organizado, pode influenciar positivamente a imagem de um destino turístico. Ele pode captar visitantes, incentivar a economia e enriquecer a vida cultural e social das regiões onde é realizado (Marujo, 2015).

O relatório de estágio que se segue foca-se na importância da organização de eventos enquanto atração turística de um destino, usando como caso de estudo o Município de Ponte de Lima. Nesta perspectiva, o objetivo principal deste estudo é perceber qual o papel de um município na dinâmica de eventos para a diversificação da atividade turística do destino. Os objetivos secundários são: (1) a compreensão das dinâmicas necessárias para a organização e produção de um evento; e, (2) a aquisição de conhecimentos relativamente às formas de comunicação dos mesmos.

Com o objetivo de dar resposta a estes pontos, foi realizado um estágio curricular no Gabinete Terra. Este é o gabinete responsável pela organização de eventos no Município de Ponte de Lima e onde foram adquiridos conhecimentos para compreender a dinâmica dos eventos, através da participação nas diversas atividades inerentes à organização de eventos.

Este relatório será dividido em três partes distintas e por sete capítulos. A primeira parte é o enquadramento teórico, onde se recorreu a publicações em revistas científicas e livros de autores de reconhecido mérito na área de eventos e a sua importância para o turismo. As teorias apresentadas permitiram fundamentar as tarefas desenvolvidas ao longo do estágio e efetuar a análise das mesmas. A segunda parte apresenta a entidade acolhedora do estágio, estabelecendo uma melhor compreensão relativamente às funções que o Gabinete Terra desempenha no Município de Ponte de Lima, e de que forma as funções desempenhadas no mesmo se enquadram com o objetivo do estudo realizado. A terceira parte descreve as atividades realizadas durante o estágio. Foca-se na descrição de diferentes momentos vivenciados aquando da realização do estágio. Nesta parte do estudo

são apresentadas as atividades realizadas ao longo do estágio, quer no campo da organização de eventos quer na sua comunicação, alguns conhecimentos e experiências partilhadas e as conclusões retiradas depois do término do mesmo.

Em termos de capítulos, o primeiro é a introdução que expõe os objetivos e estrutura do relatório. O capítulo 2 identifica e justifica as opções metodológicas. O capítulo 3 relata a revisão de literatura sobre o contributo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. O capítulo 4 apresenta o enquadramento da entidade de acolhimento. O capítulo 5 decreve as atividades realizadas durante o estágio. No capítulo 6 são efetuadas algumas reflexões retiradas do calendário de eventos do Município de Ponte de Lima. Finalmente, o capítulo 7 faz o encerramento com conclusões e considerações finais.

## **CAPITULO 2: METODOLOGIA**

### **2.1 Introdução**

De forma a contextualizar a realidade dos passos efetuados para o desenvolvimento desta investigação, neste capítulo procede-se com o enquadramento metodológico. Em primeiro lugar, é realizada a revisão de literatura sobre a temática dos eventos pela importância da realização de eventos para destinos turísticos. É apresentado o caso de estudo, o Município de Ponte de Lima, que se deve ao facto de este organizar diversos eventos ao longo do ano, com uma forte incidência no turismo. Seguidamente, são identificados o objetivo principal, os objetivos secundários e as perguntas de pesquisa. Ainda são apresentados os meios de recolha de dados primários, durante o estágio, e secundários, com a consulta a dados existentes, bem como a preparação e análise dos mesmos.

### **2.2 Propósito do estudo**

A metodologia é fundamental para a organização do trabalho e planificação do mesmo. No caso de estudo em particular, e tendo em conta as diretrizes apresentadas, tornou-se fundamental definir perguntas de partida bem como o local onde desenvolver o estudo de caso. Relativamente ao local onde desenvolver o estudo, a escolha recaiu sobre o Gabinete Terra, gabinete onde são organizados e desenvolvidos todos os eventos a cargo do Município de Ponte de Lima.

A motivação para o estudo surge pelo interesse na área da organização de eventos e pela necessidade de compreensão de todas as dinâmicas inerentes à organização dos eventos. Para além disso, surgiu também a necessidade de maior experiência e conhecimento nesta área em específico, e da sua relação com o turismo.

## **2.3 Processo de pesquisa**

### **2.3.1 Objetivos e perguntas de pesquisa**

O ponto de partida da investigação foi o desenvolvimento da proposta geral do projeto, com a definição do objetivo principal e dos objetivos secundários. Seguidamente, foram estipuladas as perguntas de pesquisa, para o caso de estudo em questão. Este procedimento está em conformidade com a perspectiva de Yin (1994) que sugere que um estudo de caso é uma pesquisa empírica que analisa um fenómeno contemporâneo no seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não são muito evidentes.

Assim, o objetivo principal deste estudo é perceber qual o papel de um município na dinâmica de eventos para a diversificação da atividade turística do destino. Nesta perspectiva, e com o objetivo de aprofundar o mesmo, foram definidos objetivos secundários que passam pela: (1) compreensão das dinâmicas necessárias para a organização e produção de um evento; e, (2) aquisição de conhecimentos relativamente às formas de comunicação dos mesmos.

No que diz respeito às perguntas de pesquisa, e tendo em conta os objetivos supramencionados, foram propostas as seguintes:

- 1) Qual é o papel de um evento para um destino turístico?
- 2) Como são organizados os eventos para servir de atração e atrair visitantes?
- 3) Como é efetuada a organização e gestão de um evento por um Município?
- 4) Qual é o papel da comunicação no evento?

### **2.3.2 Opções Metodológicas**

Para a recolha de dados foi utilizado o método qualitativo, dadas as características do estudo, os objetivos propostos e as perguntas de pesquisa para as quais se pretende obter respostas. Trata-se de uma pesquisa exploratória com recurso a estudo de caso. Segundo Yin (1994), um estudo de caso é exploratório quando se conhece muito pouco da realidade em estudo e os dados têm como objetivo o esclarecimento e delimitação dos problemas ou fenómenos dessa realidade.

Godoy (1995) afirma que existem pelo menos três possibilidades oferecidas pela abordagem qualitativa: a pesquisa documental, o estudo de caso e a etnografia. No presente estudo são utilizadas duas dessas possibilidades, nomeadamente a pesquisa documental e o estudo de caso. Coletar diversos tipos de dados fornece uma melhor compreensão do estudo de caso. O investigador estuda o caso no seu contexto real, em profundidade (Creswell, 2017), através de fontes primárias e secundárias, incluindo a observação participante, os documentos e registos (Yin, 1994) neste caso da organização.

Segundo Yin (2005) os métodos secundários são utilizados com o objetivo de complementar a adoção de algum dos métodos primários propostos pelo mesmo autor, não podendo assim ser utilizados isoladamente. Neste caso de estudo, o método secundário utilizado foi a pesquisa documental, que envolveu a revisão de literatura sobre conceitos associados a eventos e o papel dos eventos no turismo, assim como documentos de trabalho no local de estágio. Ainda durante o exercício das tarefas que me foram atribuídas, pôde recolher informações documentais e de registo fotográfico, que foram armazenadas em papel e por vias digitais para consulta posterior.

Relativamente aos métodos primários, estes visam garantir o desenvolvimento da validade interna e externa dos estudos, sendo eles a adequação ao padrão, a construção da explanação, a análise de séries temporais e os modelos lógicos (Yin, 2005). Para presenciar e compreender a dinâmica associada à organização de eventos, recorreu-se a observação participante, que é especialmente apropriada para estudos exploratórios, estudos descritivos e estudos que visam a generalização de teorias interpretativas. Um observador é considerado participante quando se integra num grupo e na vida do mesmo (Marshall & Rossman, 1995), assumindo papéis disfarçados, observando factos que acontecem, escutando o que é dito e questionando as pessoas ao longo de um período (Trauth & O'Connor, 2000). Ao mesmo tempo que observava as atividades realizadas pelos colaboradores no Gabinete Terra, também participava nessas mesmas atividades.

## **2.4 Conclusão**

As opções metodológicas adotadas para esta investigação, procuraram ir ao encontro dos objetivos definidos e as perguntas de pesquisa, com a finalidade de analisar a temática

dos eventos e o seu papel para o desenvolvimento turístico de um destino. Recorreu-se ao caso de estudo, análise documental e à observação durante a realização do estágio curricular no Município de Ponte de Lima.



## **CAPITULO 3: REVISÃO DE LITERATURA**

### **3.1 Introdução**

A definição de eventos e suas diferentes abordagens é fundamental para conhecer o tema de estudo. Assim, torna-se essencial adquirir conhecimentos relativamente ao tema de eventos bem como perceber e aferir sobre os seus impactos no turismo e na atratividade turística dos destinos.

### **3.2 Definição de eventos**

A definição de evento pode ser entendida segundo diversas perspectivas e diferentes pontos de análise. É uma experiência única e rara, de duração limitada, que oferece ao consumidor uma experiência prazerosa e social para além das suas experiências diárias (Jago & Shaw 1998). Também, pode ser considerado um fenómeno espacial e temporal que se torna único, de acordo com as suas características, intervenientes e sistemas de gestão, sendo o programa do evento a sua atração principal. A atratividade de cada evento está diretamente relacionada com a sua singularidade, ou seja, quando faltamos a um evento perdemos uma oportunidade (Getz, 2008).

Os eventos constituem uma parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente às exigências do mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e muitas outras motivações (Andrade, 2002). Para a Organização Mundial de Turismo (2003), o mercado de eventos tem-se tornado um segmento altamente especializado e relevante para o sector turístico. Tenan (2002) aponta como benefícios dos eventos: equilíbrio da oferta e da procura, predomínio do turismo brando (*slow tourism*), possibilidade de prever melhor a procura relativamente ao destino, menor investimento na promoção do destino, enriquecimento da vida cultural da cidade, publicidade espontânea, maior tempo de permanência do turista e geração e retorno de impostos. Wood e Masterman (2007) identificaram sete atributos, que valorizam a experiência dos eventos: o envolvimento, a interação, a imersão, a intensidade, o individualismo, a inovação e a integridade.

Matias (2001) argumenta que o evento é um componente do mix da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo no intuito de cativar pessoas numa ideia ou ação. Getz (2008) concorda com este argumento e sugere que os eventos são uma ferramenta fundamental na comunicação e promoção de qualquer destino, que a realização de eventos não é somente positiva para o destino relativamente ao número de visitantes que lhe está associado, mas também para a imagem do destino, quando este é planeado de acordo com as características do destino, assim sendo, uma agenda cultural ativa e bem organizada é fundamental para a atividade económica e turista de qualquer destino. Na perspetiva de Canton (2004) o evento deve ser visto como solução, nas mãos de profissionais criativos e competentes, para as exigências impostas pelo mercado a um novo modelo de empresa de comunicação. O evento surge, então, como um instrumento estratégico.

Um evento pode também ser visto como um produto que deve ser explorado e oferecido a um público ávido de informação, conhecimento em inovações tecnológicas, lançamentos para a sua área de atuação, entretenimentos e tudo aquilo que pode ser representado como novas experiências e emoções, uma vez que se trata de uma atividade destinada a gerar lucros, direta ou indiretamente, a todos os envolvidos (Hamam, 2002). Para Cesca (1997), os eventos surgem das necessidades do público, devendo estes ser desenvolvidos de forma a satisfazê-las gerando assim uma relação entre a sua organização e o público. Neste sentido, os eventos podem funcionar como produto turístico, quer sejam megaeventos ou pequenos festivais comunitários (Small, 2007).

### **3.3 Tipologia de Eventos**

Existem vários tipos de eventos, tendo em conta a sua motivação, a sua escala, os seus fins, entre outros. No entanto, existem alguns aspetos comuns a todos eles. Qualquer evento é um acontecimento com início e fim definidos, circunscrito espacialmente, que se sustenta na promoção de uma atividade específica, seja ela social, política, religiosa, cultural, académica, científica, entre outros e que se irá desenvolver junto de um grupo de pessoas mais ou menos segmentado (Getz 2008). Assim, o tipo de eventos pode ser categorizado e organizado tendo em conta a sua motivação, a sua escala, os seus fins e as suas características e peculiaridades, gerando assim, um leque bastante alargado de eventos. Os eventos podem ser abertos ou fechados. No caso dos eventos fechados, o

público já está definido, estes recebem um convite, e não são abertas precedências para novos participantes. Já os eventos abertos estão destinados ao público de modo geral, que faz a sua inscrição antecipadamente ou paga uma entrada, como é o caso dos concertos, por exemplo. Tanto em eventos fechados quanto abertos, os convites ou inscrições confirmadas representam para o organizador do evento uma forma efetiva e segura de prever o número de participantes, o que lhe permite estabelecer possíveis ajustes quanto à receção do público-alvo (Bowdin et al., 2006).

### **3.3.1 Forma e conteúdo**

Os eventos podem ser caracterizados de acordo com a sua área de interesse, podendo ser classificados como eventos artísticos, científicos, cívicos, comerciais, culturais, desportivos, folclóricos, de lazer, promocionais, religiosos e sociais. Os eventos culturais, como festivais, são o tipo de eventos mais universal, ou seja, que existe nas mais diversas comunidades com mais frequência, uma vez que são capazes de satisfazer as necessidades de vários públicos, podendo estes ser concertos, espetáculos de dança, recitais, festivais de literatura, entre outros. Já os eventos desportivos têm evoluído ao longo do tempo, adquirindo também o seu lugar de destaque na indústria dos eventos, devido à sua capacidade de atrair turistas, de gerar cobertura social e aos enormes impactos económicos que exercem no destino. Na tabela 1 é possível observar os vários tipos de eventos que existem de acordo com o seu conteúdo, e perceber a realidade que cada um deles suporta (Cesca, 1997).

**Tabela 1 - Tipo de eventos tendo em conta o seu conteúdo segundo Cesca**

<b>Tipo de Evento</b>	<b>Definição</b>
Artísticos	Eventos relacionados com qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras. O lançamento de um livro, um recital de piano, são exemplos desse tipo de evento.
Científicos	Eventos que tratam de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, por exemplo, medicina, botânica e outros
Cívicos	Eventos relacionados a comemorações que dizem respeito à história de um povo.
Comerciais	Eventos solicitados por empresas com o objetivo de promover o lançamento de um produto, de aumentar as vendas, de inaugurar um novo local, ou simplesmente de chamar atenção do público para os serviços prestados por esta ou aquela empresa.
Culturais	Eventos que ressaltam as características de uma determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional.
Desportivos	Eventos relacionados com a atividade desportiva que podem ser de ordem local, municipal, regional, nacional ou internacional.
Folclóricos	Eventos relacionados com acontecimentos que dizem respeito a traços da cultura de um povo
Lazer	Eventos que proporcionam entretenimento aos participantes
Promocionais	Eventos que promovem um produto, pessoa, entidade ou governo.
Religiosos	Eventos cujos objetivos são promover os valores morais e religiosos; integrar as pessoas adeptas dessa religião; chamar a atenção para adesão de novos fiéis; inaugurar um local como igreja, sinagoga, templo, entre outros
Sociais	Eventos que envolvem questões sociais e/ou envolvem aspetos legais, os casamentos são um exemplo desta tipologia
Turísticos	Eventos que exploram os recursos naturais e turísticos de uma região ou país, por meio de viagens de conhecimento profissional ou não.

Fonte: Cesca (1997)

Já na perspetiva de Getz (2008), a gestão de eventos é um campo de estudo e uma área profissional dedicada à produção, design e gestão de eventos planeados, como festivais e outras celebrações, entretenimento, recreação, política e estado, eventos científicos, desportivos e artísticos, quer sejam eventos de carácter público ou privado. A tabela 2 apresenta as tipologias das principais categorias de eventos tendo em conta a sua forma.

**Tabela 2 – Tipo de evento tendo em conta a sua forma segundo Getz**

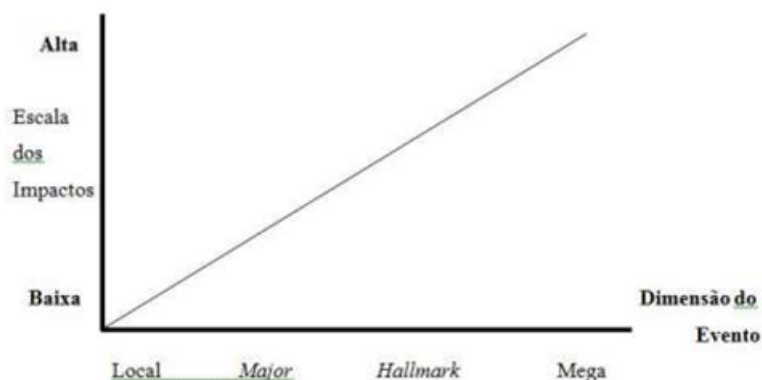
Celebrações Culturais	Festivais; Carnavais; Comemorações; Eventos Religiosos
Eventos Educacionais/Científicos	Conferências; Seminários; Ações de Formação
Eventos Privados	Casamentos; Festas; Reuniões
Eventos Políticos e de Estado	Cimeiras; Ocasões da realeza; Eventos Políticos; Visitas de VIP'S
Eventos de Negócios e comércio	Reuniões; Convenções; Feiras e mercados; Exposições
Eventos Artísticos e de Entretenimento	Concertos; Cerimónias de prémios
Competições Desportivas	Provas de amadores ou profissionais
Atividades Recreativas	Desportos ou jogos por diversão

Fonte: Getz (2008)

### 3.3.2 Tamanho e Escala

Outra forma de classificar eventos é tendo em conta o seu tamanho ou escala, sendo estes definidos como *Major Events*, *Mega Events*, *Hallmark Events* e *Local/community events*. Esta categorização é atribuída aos eventos tendo em conta os impactos que estes causam, quer a nível social, de custos, de benefícios, das infraestruturas, entre outros e quanto maiores forem os impactos dos eventos maior é a dimensão do evento (Bowdin et al., 2006). Por exemplo, o gráfico 1 baseia-se na classificação de eventos de acordo com a sua escala.

**Gráfico 1: Classificação de eventos de acordo com a sua escala**



Fonte: Bowdin et al. (2006)

*Local events* normalmente produzem uma diversidade de benefícios como o aumento do orgulho pela comunidade, aumentam o sentimento de pertença e criam o sentimento de espaço (Bowdin et al, 2006). São eventos direcionados às famílias e considerados “propriedade” de uma comunidade porque usam serviços voluntários da comunidade anfitriã. Usam locais públicos como ruas, parques e escolas e são produzidos sob a direção de agências governamentais locais ou organizações não governamentais (Janiskee, 1996), por exemplo um Município. Muitas comunidades realizam festivais e eventos direcionados maioritariamente para os habitantes da localidade em que se desenvolvem, permitindo que as pessoas vivenciem novas experiências ou ideias, encorajam-nas a participar em atividades de arte ou desportivas e aumentam a sua tolerância à diversidade. Assim, muitos governantes de localidades consideram este tipo de eventos como parte integrante da estratégia de desenvolvimento cultural (Bowdin et al., 2006). Para Ritch (1984) são eventos importantes únicos ou recorrentes de duração limitada, desenvolvidos principalmente para aumentar a consciência, o apelo e a lucratividade de um destino turístico. Qualquer destino será valorizado pela realização deste tipo de eventos, tanto a nível económico como social.

Relativamente aos *Major Events*, estes são aqueles que pela sua escala e interesse dos media são capazes de atrair um número significativo de visitantes ao destino, bem como benefícios económicos. Normalmente, os Campeonatos desportivos internacionais, inserem-se nesta categoria, sendo cada vez mais procurados e licitados pelas organizações desportivas e pelos governos no mundo competitivo dos eventos internacionais. A “TT Races and Silverstone” e a “British Formula One Grand Prix” são ambos *Major Events* anuais (Bowdin et al., 2006).

O termo *Hallmark events* diz respeito aos eventos que se identificam de tal forma com o espírito e cultura de um país, cidade ou comunidade que acabam por se tornar sinónimo do/a mesmo/a (Bowdin et al., 2006). Trata-se de eventos que possuem determinados significados no que diz respeito às tradições, à atratividade e publicidade do destino que o próprio atribui ao mesmo vantagem competitiva. Com o passar do tempo, o evento e o destino tornam-se inseparáveis (Getz 2005). São exemplos destes eventos o Carnaval do Rio de Janeiro, conhecido em todo o mundo como uma expressão da vitalidade latina e da exuberância deste país, a volta à França em bicicleta, o “Oktoberfest” em Munique, entre outros (Bowdin et al., 2006).

*Mega Events* são aqueles eventos que apresentam uma escala tão alargada que afetam uma economia inteira e têm relevância nos media a nível global. Normalmente são sujeitos a concurso para definição do seu local de realização e destinam-se ao mercado turístico internacional. Dois exemplos deste tipo de evento são a FIFA Copa Mundial e os Jogos Olímpicos (Bowdin et al., 2006). Os mega eventos são aqueles que tendo em conta o seu tamanho e significado geram níveis de fluxo turístico, cobertura de imprensa, prestígio e impactos económicos elevados para a comunidade ou local recetores do evento ou para a sua organização (Getz, 2005 cit in Bowdin et al., 2006).

### **3.4 Turismo de Eventos**

No processo de desenvolvimento turístico de uma região, são utilizadas várias estratégias ou recursos naturais, históricos e culturais. Todavia, em algumas regiões, estes recursos são insuficientes para manter o destino turístico com um fluxo regular ao longo de todo o ano levando, deste modo, a um desequilíbrio turístico (Marujo, 2015). Daí, que muitas organizações promotoras do turismo e comunidades estejam cada vez mais envolvidas no planeamento, organização e promoção de eventos como atrações turísticas. Trata-se do chamado “evento turístico em marcha” que pode ser visto como mais sustentável do que outras formas de desenvolvimento de turismo” (Getz, 2002: 425).

Nas últimas décadas tem existido um crescimento no que diz respeito ao uso de eventos para aumentar as visitas a cidades e regiões (Smith, 2012; Sadd & Jones, 2009). A relação entre as cidades e os organizadores de eventos tem-se desenvolvido, o que levou à criação de novas estratégias por parte dos políticos na tentativa de maximizar os benefícios dos eventos para os diversos *stakeholders* associados ao mesmo (Richards, 2017). Este desenvolvimento levou a que Smith (2015) propusesse o termo “*Eventalisation*” para definir o processo através do qual um espaço urbano se transforma para receber um evento.

A relação existente entre o turismo e os eventos tem evoluído ao longo dos anos, surgindo o “turismo de eventos”, que é reconhecido como sendo parte de todos os eventos planeados numa perspetiva de desenvolvimento e de marketing, devendo ser avaliado na perspetiva da procura e da oferta. Na perspetiva da procura, torna-se importante

determinar quem são aqueles que viajam para eventos e porquê (aspectos sociodemográficos e motivação), quais são os turistas que aderem a eventos durante as suas viagens (segmentos); e, perceber o que fazem e quanto gastam (comportamento). Na perspectiva da oferta, os destinos desenvolvem facilidades e promovem eventos de várias tipologias com a intenção de atingir vários objetivos: atrair turistas, especialmente nas épocas baixas; funcionar como catalisadores; como potencializadores de uma imagem positiva do destino e como contributo para o marketing do mesmo e para animar áreas ou atrações específicas (Getz, 2008).

O turismo de eventos surge como uma ‘arma’ para desenvolver turisticamente uma região, identificar um destino, melhorar a imagem de um lugar e combater a sazonalidade. De facto, o turismo de eventos, graças à sua importância económica e sociocultural, é um importante pilar para a economia e desenvolvimento de muitas regiões. Ele envolve um conjunto de atividades que podem captar visitantes para um destino e, portanto, as entidades regionais veem nos eventos um forte aliado para o desenvolvimento turístico de uma região (Marujo, 2015), assumindo um papel de destaque no desenvolvimento, nos planos de marketing e na competitividade de muitos destinos.

Segundo Anholt (2007), a competitividade da identidade de uma marca deve ser impulsionada pelo entretenimento oferecido pela cidade e pela forma como a cidade é divulgada, quer por ela mesma quer pelos outros, fatores que podem ser facilitados através da organização de eventos visto esta impulsionar processos criativos e representacionais (Richards, 2017). Canton (1998) entende que o evento deve ser visto como solução, nas mãos de profissionais criativos e competentes, para as exigências impostas pelo mercado a um novo modelo de empresa de comunicação. O evento surge, então, como um instrumento estratégico, trabalhando totalmente integrado com o marketing dos seus clientes e comprometido com resultados.

Melo-Neto (2001) afirma que uma estratégia de captação de eventos bem-sucedida traduz-se na criação de um arcabouço institucional, envolvendo empresários, comércio, setor de serviços e poder público, com ênfase ao fomento do associativismo e do empreendedorismo. A participação da comunidade local é também indispensável ao êxito desse processo, assegurando à população da cidade que recebe os visitantes do evento um papel que extrapola a figura de mera anfitriã.



Allen et al. (2000) apresenta um conjunto de possíveis medidas de valor dos eventos, divididas pelas seguintes áreas: desenvolvimento económico e turístico, comunidade, artes e cultura, desporto, negócios, instalações e atrações e política.

**Figura 1: Possíveis medidas de valor dos eventos**



Fonte: Allen et al. (2000)

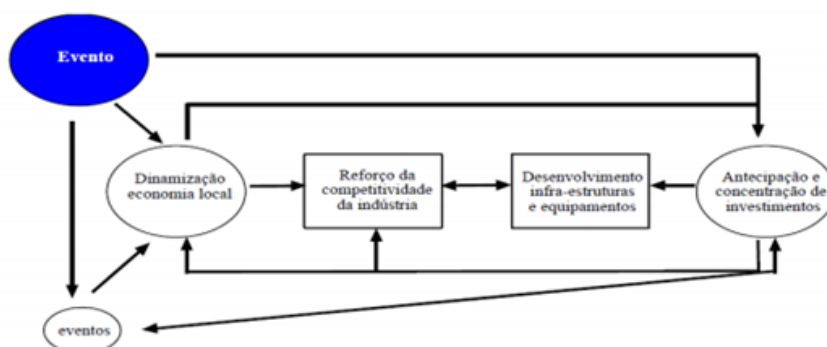
Para cada uma destas temáticas, devem ser analisados alguns indicadores para ajudar a perceber a intensidade do impacto de um determinado evento, ou do setor de eventos, num destino. Assim, relativamente ao desenvolvimento económico e turismo, deve ser analisada a quota de mercado obtida por um evento ou pelo sector dos eventos no destino, os impactos económicos, a sustentabilidade do destino, a vantagem competitiva que um evento, ou o setor de eventos de um destino lhe confere, o contributo para a melhoria da imagem do destino, a ampla distribuição de benefícios e as taxas de ocupação (Allen et al., 2000).

Já no que diz respeito à comunidade, importa aferir quanto aos níveis de apoio político, à adesão local, ao apoio voluntário, ao fortalecimento do espírito de comunidade, orgulho e coesão e quanto aos impactos na saúde física e mental da mesma. Numa vertente de artes e cultura é fundamental que os eventos se preocupem com a promoção e desenvolvimento do talento local, que disponibilizem à comunidade experiências

culturais e artísticas únicas, bem como a captação de recursos que desperte o interesse e compreensão da comunidade, por exemplo na área do desporto. Na perspetiva dos negócios, é fundamental o desenvolvimento de contactos de negócio, *networking*, e o conhecimento, ou procura de conhecimento relativamente a novos produtos e serviços. Também no que diz respeito às instalações e atrações devem ser medidos e analisados impactos, como a geração de receita e a promoção das facilidades de que o destino dispõe. Por fim, e relativamente à perspetiva política, deve ser analisada a eficácia na propaganda (Allen et al., 2000).

Swann (2001) desenvolveu um modelo que permite a inventariação dos benefícios económicos decorrentes da organização de grandes eventos. Neste modelo, apresentado na figura 2, os círculos representam os efeitos temporários, enquanto os retângulos descrevem os impactos mais permanentes.

**Figura 2: Inventariação dos benefícios económicos**



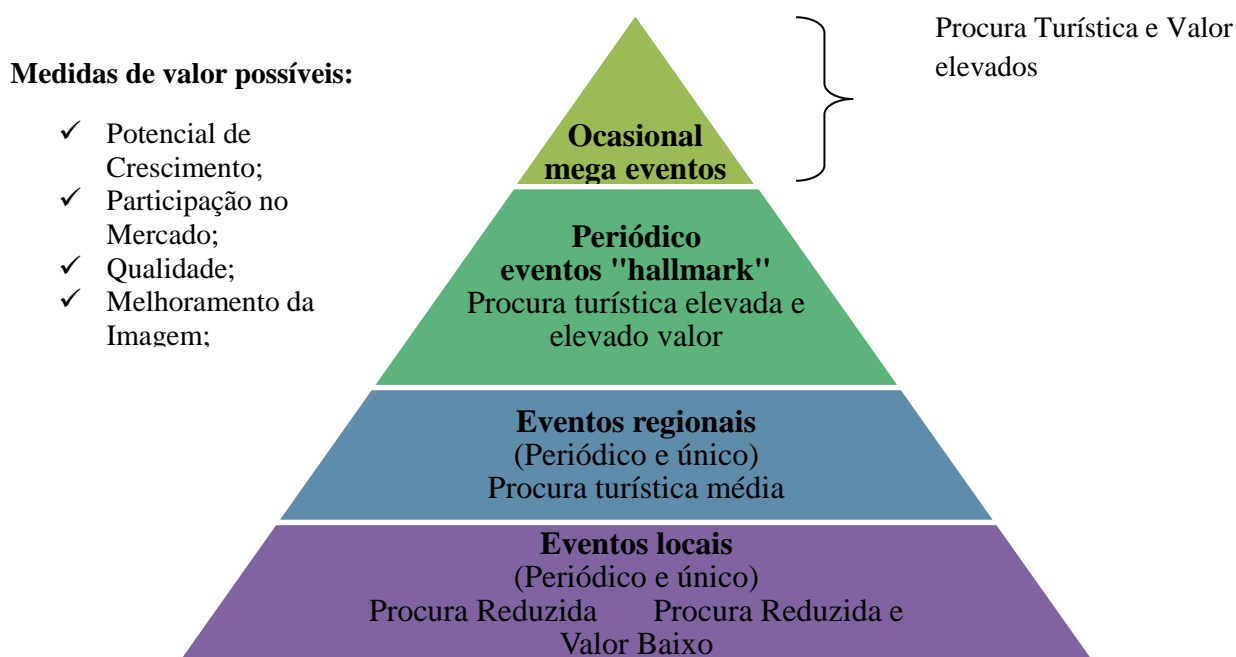
Fonte: Swann (2001)

Com base na análise e interpretação deste modelo, verifica-se que a organização de um evento de grande escala permite a antecipação e concentração de investimento no destino para o desenvolvimento de infraestruturas e equipamentos, para o reforço da competitividade da indústria e para a dinamização da economia local. Já a realização de eventos de menor escala funciona como dinamizador da economia (Swann, 2001).

Getz (2008) defende que os eventos existentes devem ser vistos como recursos a explorar e que podem ser problemáticos numa perspetiva cultural e social. Assim, na sua perspetiva, a criação de um “*portfolio approach*” permite uma melhor orientação na

criação de novos eventos. Contudo, esta abordagem é similar à forma como uma empresa avalia e desenvolve a sua linha de produtos e serviços, sendo esta orientada por objetivos e baseada em valores. Os destinos devem decidir que benefícios querem retirar dos eventos e como irão medir o seu valor. Normalmente, na perspetiva dos destinos o contexto económico apresenta maior relevância, fator que pode constituir uma limitação para a sustentabilidade dos eventos.

**Gráfico 2 : Abordagem do “Portfolio Approach”**



Fonte: Getz (2008)

Na abordagem do “*portfolio approach*”, há dois tipos de eventos que se destacam: Mega Eventos e Eventos “Hallmark”. Alguns destinos dão demasiado destaque aos Mega Eventos em detrimento de um portfolio mais equilibrado, enquanto outros apostam na promoção de um ou mais eventos como marca do destino (“Hallmark”) enfatizando a qualidade e os valores do destino Getz (2008). Nesta perspetiva, os Mega Eventos são definidos e analisados relativamente à sua atratividade turística e funções de criação de imagem e desenvolvimento (Gnoth & Anwar, 2000 cit in Getz, 2008). Já os Eventos “Hallmark”, representam uma vantagem para os destinos uma vez que são desenvolvidos com o objetivo de impulsionar a sensibilidade e os benefícios para um destino turístico (Ritchie, 1984 cit in Getz, 2008). A base do “*portfolio approach*” é ocupada pelos eventos

regionais e locais. Estes são considerados uma problemática, na perspectiva turística, uma vez que requerem investimento elevado. Alguns destes eventos não apresentam interesse turístico, podendo nestes casos o turismo ser uma ameaça para os mesmos (Getz, 2008).

### **3.5 Conclusão**

Em suma, os eventos são um acontecimento único e temporal que têm como consequência impactos a vários níveis no destino, principalmente no que diz respeito ao fluxo turístico e, consequentemente, na economia. Assim, e depois de perceber qual o significado e principalmente a relevância dos eventos para um destino, devemos prosseguir o estudo de caso tendo por base algumas das diretrizes apresentadas. Assim, no próximo capítulo será apresentado o Gabinete Terra, local onde foi desenvolvido caso de estudo.

## **CAPÍTULO 4: ENQUADRAMENTO DA ENTIDADE DE ACOLHIMENTO**

### **4.1 Introdução**

Neste capítulo será apresentada a entidade de acolhimento do estágio curricular realizado – Gabinete Terra, com o objetivo de dar a conhecer a realidade em que o estágio se inseriu, bem como perceber e conhecer quais as várias funcionalidades do Gabinete e a sua importância para o Município de Ponte de Lima.

### **4.2 Gabinete Terra**

O Gabinete Terra, localiza-se na Praça da República e surge no seguimento do projeto “Ponte de Lima, Terra Rica da Humanidade”, que visa o aproveitamento das potencialidades e recursos locais existentes no Município de Ponte de Lima. Estas potencialidades e recursos são avaliados e desenvolvidos numa perspetiva global de intervenção que privilegie o desenvolvimento sustentável do concelho. Este Gabinete apresenta diversas vertentes: Terra Eventos, Terra Comunicar, Terra Investir e Terra Reabilitar. Tendo em conta que a capacidade e valorização dos recursos disponíveis, a matriz cultural, a apetência para inovação, o empreendedorismo, o quadro de valor e a dinâmica, são uma mais-valia para a competitividade de uma região, o objetivo do Gabinete Terra reside no fator de diferenciação e pioneirismo. A aposta recai sobre a dinamização do leque de marcas e produtos já existentes, na exploração de novas frentes de intervenção, descobrindo outras oportunidades e na inovação. Sem esquecer que na base desta aposta está o respeito pelos valores da tradição e da cultura que caracterizam a Vila mais antiga de Portugal (CMPL, 2020).

#### **4.2.1 Terra eventos**

A realidade económica da atualidade influencia os fluxos turísticos de um destino. Nesta perspetiva, o Município de Ponte de Lima, na tentativa de contrariar esta realidade, visa potenciar aquela que já é uma das suas áreas de referência, os eventos, através do “Terra Eventos”. A estratégia desenvolvida pelo “Terra Eventos” é focada nos recursos endógenos da região, refletindo as características intrínsecas e diferenciadoras, a nível

nacional e internacional. Nesta perspectiva, procura-se potenciar atributos-âncora que constituem a valorização e dinamização da oferta turística, levando ao aumento da procura.

Ponte de Lima assume-se como sendo um concelho comprometido com a sustentabilidade, mobilizando-se para a valorização dos seus recursos endógenos. A aposta em eventos com foco nesta valorização, tem contribuído, não só para a afirmação destes recursos, mas também para o aumento do número de visitantes do concelho, captando bastantes benefícios ao nível do desenvolvimento económico, principalmente das atividades diretamente relacionadas com os setores do comércio, serviços e turismo. Assim, e com o objetivo de alargar a atividade turística aos meses de menor fluxo, designada “época baixa”, o concelho desenvolveu o projeto “Em Época Baixa Ponte de Lima em Alta”, que procura dinamizar o concelho neste período, aumentando o fluxo de visitantes. Este visa o reforço de eventos ao longo do ano, potenciando o crescimento em valor deste território coeso, inovador e competitivo e contribuí para a promoção turística do mesmo.

Para os anos de 2019 e 2020, o Município de Ponte de Lima apresentou, no âmbito do projeto “Em Época Baixa Ponte de Lima em Alta”, entre os meses de dezembro e abril, um conjunto de 11 eventos, enquadrados em diferentes ramos de atividade. Desde a agricultura, passando pela gastronomia, pelas ciências e pelas tecnologias, a saúde e a promoção da atividade física, este projeto apresentou um programa diversificado e bastante atraente. Estes eventos eram compostos por diferentes escalas, mas que possibilitaram a dinamização do concelho ao longo de todo o período a que este se refere.

Já durante a designada “época alta”, o Município de Ponte de Lima promoveu entre os meses de maio e outubro o projeto “Ponte de Lima ConVIDA”, onde foram produzidos uma série de eventos, muitos deles já com foros de grande tradição, nos quais se enquadram eventos como as Feiras Novas, ou a Feira do Cavalo. No âmbito deste projeto, são organizados vários eventos que têm como objetivo aumentar o número de visitantes na Vila bem como dinamizar as atividades e recursos existentes. Tendo em conta a perspectiva de valorização do território e dos seus recursos endógenos, o programa de eventos anual que o concelho de Ponte de Lima apresenta conta com a colaboração da

comunidade, apresentando eventos que se enquadram nas tradições do concelho e que valorizam os recursos existentes, visando o desenvolvimento e dinamização do mesmo.

A infraestrutura de apoio para a realização dos eventos é o Pavilhão de Feiras e Exposições de Ponte de Lima. Inaugurado no dia 15 de setembro de 2017, esta infraestrutura surge como “um equipamento que visa dar mais qualidade aos projetos temáticos do concelho, acolhendo um conjunto diversificado de eventos que Ponte de Lima dinamiza regularmente (CMPL, 2020). Em 2019, esta valência foi reforçada com um gestor do Pavilhão, simplificando processos logísticos, nomeadamente ao tornar mais ágil a admissão de expositores no espaço e todos os processos logísticos e de manutenção, fundamentais para o bom funcionamento do mesmo

#### **4.2.2 Terra comunicar**

O “Terra Comunicar” surge como a primeira frente de resposta às necessidades comunicacionais intrínsecas ao bom funcionamento de um Município, unificando a comunicação interna e externa. Orientado pela premissa base de estabelecer um elo entre a entidade Municipal e os diversos veículos de comunicação, o “Terra Comunicar” desenvolve com os órgãos de comunicação internos ou externos, um processo reativo e proactivo que visa a valorização da imagem do Município.

O “Terra Comunicar” garante o fluxo de informação, e o acompanhamento de quem informa, potenciando deste modo a boa relação do Município com os media, bem como assegurando a sua presença noticiosa, potenciando a captação de investimentos. Para tal, emite notas e prepara conferências de imprensa, garante o apoio protocolar e a preparação das inúmeras iniciativas municipais, assegurando serviços de estratégia, assessoria de imprensa, publicidade, marketing, comunicação de eventos e jornalismo institucional, moldando e projetando a imagem do Município de Ponte de Lima.

### **4.2.3 Terra Investir**

O apoio à economia local é decisivo para um desenvolvimento regional sustentável. Este é um elemento basilar da atratividade concelhia, do bem-estar e da qualidade de vida dos munícipes, perfilando-se deste modo como área municipal prioritária. A dinamização da economia local, é condição fundamental para a atração de potenciais investidores, públicos ou privados, suscetíveis de gerar emprego e promover o empreendedorismo na referida área geográfica. Nesta linha de ação, o Gabinete Terra concentra esforços num conjunto de programas promovidos internamente pelas unidades orgânicas que o integram. Os objetivos destes programas passam pela promoção e dinamização do tecido empresarial local, pela estimulação do investimento das micro e pequenas empresas do Concelho, e pela sua modernização, por forma de otimizar os produtos e/ou serviços prestados (CMPL, 2020).

Um desses programas é o “Terra Fínica”, que consiste em um fundo de financiamento promovido pela Câmara Municipal de Ponte de Lima, sob a forma de subsídio reembolsável sem juros pela Caixa de Crédito Agrícola Mútuo, sob a forma de empréstimo bancário a uma taxa de juro preferencial. Este programa visa apoiar projetos de investimento desenvolvidos por micro e pequenas empresas do concelho de Ponte de Lima (CMPL 2020).

Outro programa é o “Terra Incubadora “, que trouxe a Ponte de Lima a possibilidade de dar utilização produtiva aos espaços desocupados de modo a que novas empresas possam iniciar funções de atendimento ou de sede das suas atividades. Desta forma, o “Terra Incubadora” possibilita a cedência de espaços a título gratuito ou bonificado, acompanhada de apoio na informação, aconselhamento e conceção gráfica de projetos. Estes espaços passam a funcionar como “incubadoras” de empresas, abrangendo ideias de negócio ligadas ao ambiente, comércio, agricultura e artesanato, suscetíveis de gerar novos fluxos turísticos e comerciais (CMPL 2020).

Podem candidatar-se a este programa todas as empresas com menos de 1 ano de atividade ou se venham a constituir com Sede no Concelho de Ponte de Lima, que “tenham como objetivo atividades ligadas ao ambiente, agricultura, artesanato e turismo numa ótica empresarial de aproveitamento económico dos recursos naturais ou construídos do



Concelho e que sejam suscetíveis de gerar novos visitantes que fortaleçam os sectores do Comércio, Agricultura, Turismo e Artesanato”. Os benefícios deste programa passam pela disponibilização do local para a instalação de empresas, pelo apoio técnico na área do design da marca, pelo acesso preferencial ao programa Terra Fínica e pela isenção de taxas ou tarifas para venda ou exposição nas Feiras e Eventos congéneres promovidos pelo Município (CMPL, 2020).

Finalmente, visando agitar o tecido empresarial do Concelho, numa perspetiva de captação de investimento, de empreendedores e de apoio às empresas existentes, surge a plataforma “BIZ Ponte de Lima”, com o objetivo de projetar internacionalmente as potencialidades de Ponte de Lima. Visar não apenas o apoio, mas a criação de empresas, de emprego e de inovação de produtos e serviços, essenciais para reforço socioeconómico do Concelho. Pretende ainda criar políticas de empregabilidade, promovendo a melhoria contínua e a internacionalização do tecido empresarial, visando o aumento da capacidade competitiva da economia do concelho (CMPL, 2020).

#### **4.2.4 Terra Reabilitar**

Numa perspetiva sustentável, a requalificação urbana constitui um investimento a longo prazo, neste sentido, o projeto Terra-Reabilitar constitui um incentivo à recuperação de edifícios que se encontrem em mau estado de conservação, travando a tendência de degradação sistemática dos edifícios e o conseqüente risco de derrocada, prejudicial para a valorização e conservação dos espaços envolventes. Assim, torna-se benéfico para toda a comunidade que os edifícios que a compõem se encontrem em bom estado de conservação, favorecendo as possibilidades de ocupação dos mesmos. O Terra Reabilita apoia técnica e financeiramente os proprietários de edifícios em mau estado de conservação na elaboração de projetos para a recuperação dos edifícios para fins habitacionais, comerciais ou múltiplos, promovendo assim a reabilitação urbana e combatendo a desertificação de algumas zonas (CMPL, 2020).

Este projeto abrange, no seu âmbito de atuação, edifícios em mau estado de conservação, situados nas áreas de reabilitação Urbana (ARU), com 60 ou mais anos. O apoio técnico gratuito disponibilizado incide na elaboração de projetos de arquitetura para a reabilitação de imóveis, na elaboração dos respetivos projetos de especialidades, na isenção de

pagamento pela emissão das licenças municipais que sejam devidas, conforme o disposto no Regulamento Municipal de Edificação do Concelho de Ponte de Lima (taxa devida pela emissão de alvará de licença, incluindo aditamentos e alterações; emissão de alvará de licença ou por admissão de comunicação prévia para outras operações urbanísticas e para demolições, incluindo novas licenças; ocupação de via pública; vistorias e na redução em 75% do valor da compensação a pagar pelo número de lugares não criados), dos quais são destinatários os proprietários, senhorios ou arrendatários, desde que autorizados pelo respetivo senhorio (CMPL 2020).

O “Centro Com Vida” é um programa de apoio à renda que visa a valorização e ocupação do Centro Histórico de Ponte de Lima. Pode beneficiar deste apoio cidadãos com idade igual ou superior a 18 anos e inferior a 40 anos, casais não separados judicialmente de pessoas e bens ou em união de facto, podendo um dos elementos do casal ter idade até 42 anos, cidadãos em coabitação, partilhando uma habitação para residência permanente dos mesmos e cidadãos que passem a residir no centro histórico de Ponte de Lima em data posterior à aprovação do Regulamento pelos órgãos municipais competentes (CMPL, 2020).

Numa perspetiva sistémica, estas quatro valências articulam-se em estreita colaboração no Gabinete Terra, garantindo resposta às necessidades comunicacionais do Município. As quatro valências complementam-se mutuamente, no sentido de dar resposta às necessidades de desenvolvimento do Município, desde o apoio ao investidor à realização de eventos, particularmente com ênfase em produtos endógenos.

### **4.3 Conclusão**

Neste capítulo ficou demonstrado que o Gabinete Terra atua em diversas áreas, dando resposta a diferentes necessidades do território, sejam elas a nível financeiro ou cultural. Encontra-se assim justificada a escolha da entidade acolhedora do estágio curricular, uma vez que, como visto ao longo deste capítulo, toda a dinâmica de organização e comunicação dos eventos organizados pelo Município de Ponte de Lima é realizada neste Gabinete. No próximo capítulo, serão apresentadas as atividades desenvolvidas ao longo do estágio curricular.

## **CAPÍTULO 5: ESTÁGIO CURRICULAR**

### **5.1 Introdução**

Este capítulo pretende apresentar as atividades desenvolvidas ao longo do estágio curricular, bem como os conhecimentos e experiências aprendidas e partilhadas. São apresentadas, de forma detalhada, as funções desempenhadas e desenvolvidas ao longo do mesmo, numa perspetiva de observação e participação.

### **5.2 Integração da estagiária na entidade acolhedora**

O estágio foi levado a cabo nas instalações do Gabinete Terra, no Município de Ponte de Lima. Este foi realizado em regime de tempo inteiro (40 horas semanais) e teve a duração de aproximadamente 4 meses, com início no dia 11 de novembro de 2019 e término no dia 28 de fevereiro de 2020.

Durante o estágio curricular, foram realizadas atividades enquadradas no Terra Eventos e no Terra Comunicar, visto serem estas as áreas de intervenção desenvolvidas pelo gabinete que melhor se enquadram no propósito do estudo.

Como referido no capítulo 4, o Terra Comunicar visa uma boa comunicação e promoção do Município. Assim, torna-se fundamental que, constantemente, todos os meios de comunicação digital estejam atualizados, bem como manter uma boa relação com os meios de comunicação da região. Neste sentido, tive oportunidade de realizar diversas coberturas de imprensa em diversos eventos Municipais, desde assinaturas de protocolos e autos de consignação, apresentações públicas e eventos de maior e menor dimensão. A quando das deslocações para a realização destas mesmas coberturas de imprensa, realizei levantamento fotográfico do evento (fotografia 1) e recolhi depoimentos dos intervenientes nos mesmos.

### Fotografia 1: Apresentação pública do projeto “Em Época Baixa Ponte de Lima em Alta



Fonte: CMPL

Posteriormente, redigi as notas de imprensa, que foram consequentemente publicadas no site e Facebook da Câmara Municipal de Ponte de Lima (Tabela 3).

**Tabela 3: Listagem das notas de imprensa redigidas**

Cobertura de imprensa do magusto na Quinta de Pentieiros
Nota de cobertura de imprensa sobre a “Sportur”
Nota de cobertura de imprensa do “III Salon del Desporte y Turismo Ativo”
Apresentação Pública do Projeto “Em Época Baixa Ponte de Lima em Alta”
Nota de cobertura do “31ºcongresso Nacional de Hotelaria e Turismo”
Apresentação Pública dos Fins de Semana Gastronómicos
Nota de cobertura de imprensa da assinatura do Protocolo com a Altice Portugal
Nota de cobertura de imprensa sobre a “Sidra Talks”
Cobertura de imprensa “Festa da Gente Miúda”
Nota de cobertura de imprensa sobre a empreitada de habitação social do bairro da escola técnica
Nota de cobertura de imprensa sobre o “Centro Cultural e Comunitário da freguesia de Anais”
Nota de cobertura de imprensa sobre a “Feira de Natal da APPACDM”
Nota de cobertura de imprensa sobre a “Remodelação e Ampliação da antiga Escola Primária da freguesia de Anais”
Nota de cobertura de imprensa sobre a aprovação da empreitada no Campo de Futebol da freguesia de Freixo
Nota de cobertura de imprensa sobre o financiamento de uma carrinha para a junta de freguesia de Fornelos
Nota de cobertura de imprensa do auto de consignação da empreitada do Campo de Futebol na freguesia de Freixo

Fonte: autoria própria

De realçar que o procedimento para publicação das notas de imprensa começa com a redação dos mesmos, seguindo-se da sua revisão por parte da responsável da área de comunicação do Gabinete Terra seguida da aprovação pelo Presidente da Câmara.

Para além de notas de imprensa, também tive oportunidade de redigir textos informativos, que disponibilizam aos munícipes e visitantes toda a informação relativa aos eventos e momentos de destaque a realizar a cargo do Município (Tabela 4).

**Tabela 4: Listagem de textos informativos redigidos**

APPACDM na Escola da Avenida – Ponte de Lima “Estúdio das Artes”
Festa da Gente Miúda
Festival dos Jardins
Exposição “O Gesto e a Forma”
Exposição “O Lego e a Magia do Natal”
XXII Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho
Feira 100% Agrolimiano

Fonte: autoria própria

Ainda na área da comunicação, tive a oportunidade de participar na organização e envio de material comunicacional aos munícipes, uma vez que uma das estratégias de comunicação do Município de Ponte de Lima é a distribuição mensal, via correio, de todo o material de promoção e comunicação como *flyers* e cartazes dos eventos a realizar no concelho durante o mês em causa, bem como a respetiva agenda cultural. Para tal, o Gabinete Terra dispõe de uma listagem de todos os restaurantes, hotéis, alojamentos locais, escolas, juntas de freguesia, entidades de relevância no município, áreas de serviço, bibliotecas, câmaras municipais do distrito de Viana do Castelo, entre outros, para os quais os mesmos são enviados. Visto que em algumas freguesias do concelho existem maiores limitações no que diz respeito à comunicação digital, o envio de comunicação via correio, acaba por ser uma forma de fazer a informação chegar a um maior número de pessoas, mantendo assim uma boa relação entre a entidade organizadora, o Município de Ponte de Lima, e os seus *stakeholders*.

Relativamente ao Terra Eventos, e sendo esta a área de preferência e foco do estágio realizado, as funções desempenhadas foram de aprendizagem e desenvolvimento de conhecimentos básicos e fundamentais para o processo de organização de um evento. Tendo em conta o período de duração do estágio, foi-me possível participar na integra no processo de organização da “XII Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho”, um dos eventos de maior impacto para o Município enquadrado no programa do “Em Época

Baixa Ponte de Lima em Alta”. Este é um evento inteiramente organizado pelo Gabinete Terra, e que apresenta ao longo do seu programa uma enorme diversidade de atividades, desde a participação de expositores de enchidos, fumados e produtos locais, concertos, pequenos momentos de animação, *showcookings*, workshops e provas de vinhos. Tendo em conta a diversidade de atividades, foi-me possível participar e compreender diferentes momentos e características inerentes à realização de um evento.

### **5.2.1 Atividades na fase de pré-evento**

A organização de um evento tem sempre como base uma logística, independentemente da tipologia de evento que nos é apresentada. Destes, destacam-se contactos efetuados com *stakeholders*, a planificação do programa, os pedidos de orçamento e posterior contratação de serviços necessários à realização do evento e a definição das estratégias de comunicação. Numa fase inicial, fui responsável pela recolha e organização dos dados de todos os expositores interessados em participar na feira. A par desta função, desenvolvi tarefas de pesquisa que me permitiram conhecer melhor o evento e a realidade em que o mesmo se insere, nomeadamente relativamente à sua tipologia visto se tratar de um *local event*. Também estar a par do que já foi feito, do que ainda está por fazer, do que se pode fazer é um processo fundamental para a organização de um evento. Neste aspeto, as tarefas de pesquisa efetuadas e a observação no decorrer do planeamento do evento foram fundamentais para uma participação mais ativa ao longo da organização de todo o evento.

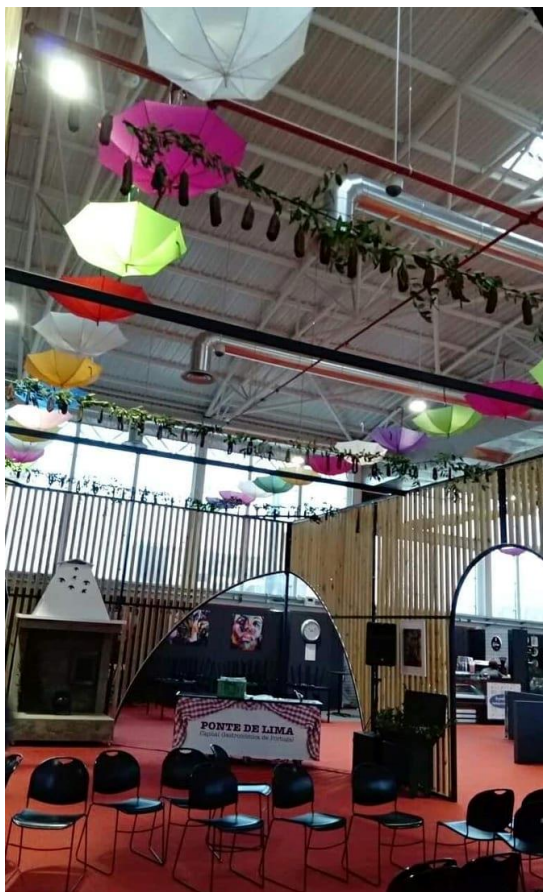
Numa segunda fase, mais focada na elaboração do programa do evento, e tendo por base as indicações da responsável do Gabinete, comecei a procurar contactos de artistas nacionais para a componente do entretenimento. Posteriormente, contactei as agências representantes dos artistas, pelos quais existia interesse por parte da organização. Tive acesso a orçamentos, averigui a disponibilidade para as datas pretendidas, e encaminhei o contacto para a responsável pela organização do evento. Esta tarefa permitiu-me conhecer várias agências de artistas bem como de que forma é que funciona a comunicação com as mesmas quando existe interesse em contratar algum agenciado.

Para além das tarefas supramencionadas, ao longo de todo o processo de organização do evento, fiz alguns pedidos de orçamento para serviços necessários à realização do mesmo,

e estabeleci contacto com os expositores para esclarecimento das normas de funcionamento do evento.

Aquando da aproximação da data de realização do evento, nomeadamente durante a semana que o antecedeu, foram realizadas tarefas de carácter mais prático no local da realização do evento. Tratava-se da Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho que iria decorrer no Pavilhão de Feiras e Exposições de Ponte de Lima. Durante toda a semana participei diretamente nas atividades de preparação e decoração do Pavilhão. Assim, foi-me possível estar presente na montagem dos stands dos expositores e de toda a envolvente criada dentro do Pavilhão. Tive a oportunidade de montar um jardim vertical na entrada do pavilhão, e pude participar na produção da decoração do evento, nomeadamente na zona de *showcooking* e na entrada principal do Pavilhão (Fotos 2 e 3).

**Fotografia 2: Preparação para o *showcooking*    Fotografia 3: Decoração do pavilhão**



Fonte: autoria própria



Fonte: autoria própria

Estas tarefas no período pré-evento, tiveram a duração de aproximadamente dois meses.

## 5.2.2 Atividades na fase da realização do evento

O primeiro dia da “XII Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho”, e tendo em conta que esta só abria portas ao público às 17h, foi o dia de maior trabalho e agitação ao longo de todo o processo de organização. Durante todo o dia, estive no Pavilhão de Feiras e Exposições, concluí alguns pormenores de decoração do Pavilhão, auxiliiei o responsável pelo pavilhão na receção dos restantes expositores, recebi e auxiliiei a artista que iria atuar nessa noite, Bárbara Tinoco, bem como a sua equipa técnica.

Aquando da abertura da “XII Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho” acompanhei a responsável de comunicação do Gabinete Terra na receção aos jornalistas presentes para a abertura do evento e recolhi alguns depoimentos para posteriormente redigir a nota de imprensa relativa a este evento. Já com a Feira a decorrer, chegou o momento do início do concerto da Bárbara Tinoco, o ponto alto do programa neste primeiro dia. O período que passei no Gabinete Terra facilitou muito esta tarefa (fotografias 4 e 5).

**Fotografia 4: Estagiária com artistas**



Fonte: autoria própria

**Fotografia 5: Entretenimento paralelo**



Fonte: autoria própria

Para além deste evento, que considero ter sido aquele em que tive maior participação e com o qual me foi possível absorver mais conhecimentos, também me foi possível observar e ter uma pequena participação na organização da “Verde Noivos” (fotografias 6 e 7).



### Fotografia 6: Fluxo de visitantes



Fonte: CMPL

### Fotografia 7: Layout dos stands



Fonte: CMPL

Este evento é organizado em parceria com o Município de Ponte de Lima. Tendo em conta a menor envolvência do Município na sua organização, apenas tive oportunidade de acompanhar de perto a montagem do evento, bem como estar envolvida nas inscrições dos expositores.

### 5.2.3 Atividades na fase de pós-evento

No que diz respeito ao pós-evento, e tendo em conta a minha participação na organização do mesmo, foi-me possível perceber que existe uma forte preocupação em envolver os diversos *stakeholders* deste evento, realidade que se verifica em várias vertentes. Uma delas é o facto de grande parte dos expositores já participarem neste evento há vários anos, assim como em outros eventos organizados pelo Município. Ou seja, o contacto é mantido após o término do evento, seja com os membros da comunidade, com os expositores ou com os meios de comunicação local. Esta preocupação demonstrada por parte do Gabinete Terra, em ouvir e manter vivo o bom relacionamento com os *stakeholders* acaba por ser fundamental para que o evento mantenha a sua essência e sentido de proximidade com a comunidade local. Na maior parte das vezes, este contacto com os diversos *stakeholders* é realizado pelos membros do Executivo Municipal (fotografia 8 e 9), particularmente com o vereador do turismo, que atua como elo de ligação com o Terra Eventos.

### Fotografias 8 e 9: Presença do Executivo Municipal na abertura dos eventos



Fonte: CMPL



Fonte: CMPL

Uma evidência do sucesso desta relação é o facto do evento já se realizar há 12 anos, e ter evoluído, mas mantendo sempre a participação das gentes da região e valorizando os produtos endógenos.

### 5.3 Conclusão

Neste capítulo foram descritas as atividades realizadas durante o período de estágio. Dentro do Gabinete Terra colaborei no Terra Comunicar onde desenvolvi várias competências na vertente comunicacional. Desta forma, cumpriu-se com o segundo objetivo específico de analisar a importância da comunicação para um evento. Já no Terra Eventos, participei na organização de eventos, que classifiquei de pré-eventos, evento e pós-evento, indo ao encontro do primeiro objetivo específico de compreender as dinâmicas associadas à organização de um evento.

## **CAPÍTULO 6: ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE O TURISMO DE EVENTOS EM PONTE DE LIMA**

### **6.1 Introdução**

De acordo com a revisão bibliográfica, é essencial perceber qual o papel que os eventos têm no desenvolvimento turístico do destino. Um calendário de eventos de uma localidade deve traduzir o que se pensa e se quer desenvolver em termos de turismo para esse lugar. Conforme Melo-Neto (2001, p. 96) “é a vocação turística o fator determinante do processo de captação de eventos.” Neste capítulo, faz-se uma reflexão sobre as iniciativas do Município de Ponte de Lima como estratégia de combate à sazonalidade do turismo e forma de tornar a oferta turística mais diversificada e atraente através dos eventos. Estas iniciativas baseiam-se em dois projetos distintos, o “Em época Baixa Ponte de Lima em Alta”, na época baixa, e o “Ponte de Lima ConVida”, na época alta.

### **6.2 Turismo de Eventos em Ponte de Lima**

O projeto “Em época Baixa Ponte de Lima em Alta”, desenvolve-se entre os meses de dezembro e abril, e tem como objetivo dinamizar a Município numa época em que a afluência turística é mais reduzida, através da realização de diversos eventos inseridos em diversas áreas e simultaneamente, valorizar os produtos endógenos da região e a manutenção das tradições e costumes. Definida como uma das estratégias a desenvolver pelo município, a valorização dos produtos endógenos, assume-se como um dos pilares para a organização dos eventos que se desenvolvem ao longo de todo o ano no Município. Na tabela 5 são apresentados os eventos realizados durante este período (de época baixa).

**Tabela 5 - Eventos de “Em época baixa ponte de lima em alta”**

<b>Dezembro</b>	
05/08	VII Festa da Gente Miúda
14/24	Neste Natal vem Brincar Connosco
<b>Janeiro</b>	
11/12	XIII Verde Noivos
31/02 de fevereiro	XIII Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho
<b>Fevereiro</b>	
15/16	V Feira 100% Agrolimiano
22/23	Fim de semana Gastronómico do Domingo Gordo
<b>Março</b>	
07/08	Fim de semana Gastronómico da Carne Minhota
12-15	IV Feira da Educação, Ciência e Tecnologia
28-29	Fim de semana Gastronómico do Bacalhau de Cebolada
<b>Abril</b>	
18-19	Fim de semana Gastronómico da Lampreia
24-26	VI Expo Saúde/Juventude

Fonte: compilação de dados fornecidos pela CMPL

Com a realização destes eventos, o Município combate a sazonalidade inerente a esta época do ano, oferecendo aos locais e visitantes, uma diversidade de atividades culturais. Para os locais, e do ponto de vista cultural e económico, estes eventos são uma mais valia, uma vez que, para além de entretenimento, funcionam como um impulsionador da economia local, aumentando o nível de negócio do comércio local.

Nas palavras do Presidente da Câmara de Ponte de Lima, Eng. Victor Mendes, na apresentação pública deste projeto, “é muito importante a dinâmica criada ao longo do ano, com eventos que vão ao encontro da estratégia de valorização do território, com um programa assente na valorização dos produtos endógenos e gastronomia (...)”. Ainda sobre o “Em época Baixa Ponte de Lima em alta”, e ainda nas palavras do mesmo, na apresentação pública deste projeto. “Esperamos trazer cerca de 200 mil pessoas a Ponte de Lima com esta iniciativa, e gerar um acréscimo significativo no número de turistas (...)”.

Relativamente ao Ponte de Lima ConVida, este é um projeto com igual foco nos produtos endógenos, que tem como objetivo a criação de um maior número de atividades para os visitantes de Ponte de Lima. Com a realização de vários eventos entre os meses de maio e setembro, a tabela 6 apresenta informação relativa ao ano de 2019 sendo que 2020 o Ponte de Lima ConVida não se realizou devido a pandemia.

**Tabela 6 – Eventos de “Ponte de Lima ConVida” no ano de 2019**

Festival Internacional dos Jardins	XXIV Feira do Livro
Concurso de Saltos Internacional	Festival Percursos da música
Festa do Vinho Verde e dos produtos regionais	XII Feira do Cavalo
Concurso regional do ensino	Festival Internacional de Folclore
Vaca das Cordas	XIII Feira dos Petiscos
Tapetes Floridos	III Jogos Equestre de Ponte de Lima
X Feira da Caça, Pesca e Lazer	Campeonato a equipa de Horseball
Marchas de São João	II Loureiro de Ponte de Lima Convida
Lethes Art Ponte de Lima	Feiras Novas

Fonte: compilação de dados fornecidos pela CMPL

Cada um destes eventos apresenta um foco nos produtos endógenos da região, criando entretenimento para todos aqueles que já se encontram na região. Neste caso, a ênfase não está no combate à sazonalidade, mas sim, na criação de um destino mais interessante do ponto de vista da animação. Alguns destes eventos acabam por funcionar como eventos *Hallmark* do destino ou como motivo de deslocação de visitantes para o mesmo. Por exemplo, o caso das Feiras Novas, que são um evento *Hallmark* do Município de Ponte de Lima. Ainda, a Feira do Cavalo que traz todos os anos milhares de visitantes. “(...) Para esta edição de sucesso, rumaram à vila mais antiga de Portugal um conjunto de cavaleiros provenientes de Espanha, Alemanha, Itália, Inglaterra, França, Holanda, Suíça, República Checa e Portugal. As nove nacionalidades saíram rendidas de Ponte de Lima pelo Minho e pelo Norte de Portugal. A Feira por onde passaram vários milhares de pessoas (...)” (website CMPL)

Um estudo efetuado por Fernandes et al. (2017), realizado no Alto Minho reforça que os principais motivos para aderir a um evento desta tipologia são a vontade de passar tempo com familiares e amigos e o facto de gostarem do evento. Outros dos motivos com maior relevância são a vontade de conhecer a área onde o evento se realiza e a vivência de novas experiências. Ainda no mesmo estudo, podemos verificar que a existência deste tipo de eventos na região é um dos principais motivos da deslocação de visitantes ao destino.

### **6.3 Conclusão**

Com a realização deste estágio existiu a possibilidade de dar resposta aos objetivos propostos. Durante todo o período do estágio e tendo em conta os conhecimentos adquiridos foi-me fácil perceber que a organização de eventos num destino é fundamental

para a captação de visitantes. Assim, a estratégia desenvolvida pelo Município de Ponte de Lima, serve para diversificar a motivação para visitar o concelho ao longo do todo o ano, através da criação de eventos que dinamizam o território.

## **CAPITULO 7: CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Durante o estágio curricular, e estando de perto envolvida nesta dinâmica de promoção, comunicação e organização de eventos foi-me possível dar resposta ao objetivo principal do estágio que se focava na compreensão do papel de um município na dinâmica de eventos para a diversificação da atividade turística do destino.

Durante todo o estágio estive envolvida nas várias fases do desenvolvimento de um evento pude perceber a importância de cada momento da organização para o sucesso do mesmo. Nesta perspetiva, adquiri vários conhecimentos no que diz respeito à comunicação e promoção de eventos, à orçamentação e contratação de serviços e à criação de vias de contato com os diversos *stakeholders* e à importância de uma boa relação com os mesmos.

Estar atualizado e procurar dar resposta às necessidades dos visitantes e às suas exigências é um fator de diferenciação no processo de organização de eventos. Denota-se, que o Município em estudo apresenta uma estrutura bastante sólida no que diz respeito à organização de eventos, o que se sustenta na qualidade e empenho de toda a equipa que está na base de todo o processo, nomeadamente os membros do Gabinete Terra. A comunicação é um ponto de bastante relevância neste processo, bem como todo o trabalho desenvolvido no sentido de enriquecer e valorizar todos os programas de eventos apresentados ano após ano. Tornou-se evidente que existe uma enorme preocupação na constante inovação, de forma a ir ao encontro das necessidades e exigências dos visitantes. Nesta perspetiva, pude concluir que no que toca à organização de eventos, o Município de Ponte de Lima se encontra num local de destaque na região do Minho, o que veio comprovar que a escolha pelo local para a realização do estágio foi a mais acertada.

Relativamente ao bom relacionamento com os *stakeholders*, este é outro dos fatores de sucesso do Município. Existe uma forte preocupação em manter relações de proximidade com os diversos intervenientes em todos os eventos realizados no município. Ao longo do estágio pude verificar a relação de proximidade que existe entre os meios do executivo municipal e os residentes, bem como com os expositores que participam ano após ano nos eventos realizados no Município. Este um ponto bastante favorável para o Município

uma vez que é nestas boas relações que se sustenta a fidelização de participantes e visitantes dos eventos realizados, da mesma forma que as diversas vias de contacto criadas com todos os parceiros acabam por facilitar e agilizar alguns momentos da organização.

No que diz respeito à criação dos programas de cada evento torna-se fundamental realçar que o Município de Ponte de Lima demonstra uma enorme preocupação em manter vivas as tradições e costumes locais, bem como valorizar os produtos endógenos da região. Nesta perspetiva, são vários os eventos que ao longo de todo o ano dão ênfase a estas temáticas na região, como é o caso da Feira do Porco e as Delícias do Sarrabulho, com foco no arroz de sarrabulho, que é um prato típico de Ponte de Lima, da Feira do Vinho Verde, os Fins de semana Gastronómicos, que visam a promoção e divulgação de vários pratos gastronómicos típicos da região, a Vaca das Cordas, a Feira do Cavalo e as Feiras Novas, entre outros.

Depois do desenvolvimento do caso de estudo, pude concluir que seria interessante que uma investigação futura se focasse na possibilidade de diversificação das atividades propostas nos programas dos eventos realizados. Mais concretamente no que diz respeito a atividades direcionadas para as gerações mais jovens, isto é, “de que forma é que o Município de Ponte de Lima pode enriquecer a programação de eventos proposta de forma a atrair faixas etárias mais jovens para o destino?”.

Todos os pontos referidos anteriormente contribuem para a criação de uma imagem que se tem revelado positiva para o destino, levando a que este seja conhecido como um dos Municípios do Minho com maior volume e diversidade de eventos ao longo de todo o ano. Esta tendência de criação e diversificação no que diz respeito à animação no destino, vem contrariar a ideia de períodos sazonais ao longo do ano funcionando como uma alavanca na economia local, bem como um impulsionador cultural.

Em suma, posso concluir que o estágio realizado cumpriu com aos objetivos traçados inicialmente, uma vez que me foi possível compreender toda a dinâmica e organização de um evento e perceber de que forma devemos orientar a organização do evento para o sucesso. Para além disto, tornou-se evidente para mim que o turismo de eventos é fundamental para a valorização de qualquer território, desde que sejam avaliadas as suas



consequências e mais valias, bem como o desgaste de recursos, para os residentes locais e para o próprio destino. Assim, acredito que os municípios devem utilizar os eventos como uma mais valia para o seu desenvolvimento e promoção, bem como para a captação de visitantes, recorrendo para tal às infraestruturas e equipamentos de que dispõem, sem nunca esquecer que os costumes e tradições locais devem ser preservados e valorizados ao longo de todo este processo.

## **Bibliografia**

- Andrade, J. (2002). *Turismo: fundamentos e dimensões*. Ática, São Paulo.
- Anholt, S. (2007), "Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions", *Policy & Practice: A Development Education Review*, Vol. 4: 3-13
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. (2006). *Events Management*. Great Britain: Elsevier.
- Canton, M. (1998). Evento: da proposta ao planejamento. *Turismo- Visão e Ação*, Vol. I(1): 101-113.
- Canton, M. (2004). Evento: da proposta ao planejamento. *Turismo - Visão e Ação*, Vol.1 (1): 101-113
- Cesca, C. G. (1997). *Organização de Eventos*. São Paulo: Summus.
- CMPL (2020). Disponível em <https://www.cm-pontedelima.pt/> (acedido a 20 novembro 2020)
- Creswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Fernandes, C., Kharenco, D. & Sousa, H. (2017), *Monitoring developments in events-driven tourism: a case study*. Paper presented at the ATLAS Annual Conference 2017 "Destinations past, present and future", Viana do Castelo
- Getz, D. (2002). *O evento turístico e o dilema da autenticidade*. In W. Theobald (Ed.), *Turismo global*. 2.<sup>a</sup> Ed., SENAC, São Paulo, pp.423-440.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Defenition, evolution and research. *Tourism Management*, Vol. 29(3): 403-428.
- Getz, D. & Stephen, J. (2016). *Event Studies - Theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.
- Haman, R. (2002). *O Evento integrando o mix da comunicação*. In M. Kunsch (Ed.), *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo: Pioneira ThomsonLearning: 107-114.
- Janiskee, R. (1996). Historic houses and special events. *Annals of Tourism Research*, Vol. 23(2): 398-414
- Malhotra, N. (2006). *Pesquisa de Marketing: Uma Orientação*.Singapore: Bookman.

- Marshall, C. & Rossman, G. B. (1995). *Designing Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Marujo, N. (2015). O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região, *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible*, Vol. 8(23): 1-12.
- Matias, M. (2001). *Organização de Eventos - Procedimentos e Técnicas* (4ª ed.). São Paulo: Editora Manole.
- Melo-Neto, F.P. (2001). *Criatividade em eventos*. São Paulo: Contexto.
- OMT (2003). *Turismo internacional: uma perspectiva global*. Bookman, Porto Alegre.
- Richards, G. (2017). From Place Branding to Placemaking: The role of events. *Internacional Journal of Events and Festival Management*, Vol. 8(1): 1-20.
- Sadd, D., & Jones, I. (2009). *Long-term legacy implications for Olympic Games. Event management and sustainability*, In Razaq Raj and James Musgrave (eda), event Management and Sustainability, CABI, Wallingford, pp. 90-98.
- Small, K. E. (2007). *Understanding The Social Impacts of Festivals On Communities*. Doctoral dissertation at the University of Western Sidney.
- Smith, A. (2012), *Events and urban regeneration: the strategic use of events to revitalise cities*. Routledge. UK.
- Swann, G.M.P. (2001). *When do major sports events leave a lasting economic legacy?* (Draft working paper). Manchester Business School. University of Manchester.
- Tenan, I.P.S. (2002). *Eventos*. São Paulo: Aleph..
- Trauth, I. M. & O'connor, B. (2000). *A study of the interaction between information technology and society: an illustration of combined qualitative research methods*. [online], maio 2000. [<http://www.cba.neu.edu/~etrauth/works/ifip5.txt>].
- Yin, R. K. (1994). *Pesquisa Estudo de Caso - Desenho e Métodos* (2 ed.). Porto Alegre: Bookman.