

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril



**A Comunicação como elemento estratégico na
Segurança e Gestão do Risco em Eventos: o caso de
estudo do *Festival Músicas do Mundo***

Ana Sofia Pereira Catarino

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

Orientador: Professor Doutor Nuno Gustavo

Co-orientador: Professor José Pimentel Furtado

Estoril, Março de 2014

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

A Comunicação como elemento estratégico na Segurança e Gestão do Risco em
Eventos: o caso de estudo do *Festival Músicas do Mundo*

*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.*

Mestrando:

Ana Sofia Pereira Catarino

Orientador:

Professor Doutor Nuno Gustavo

Co-orientador:

Professor Coronel José Pimentel Furtado

Estoril, Março de 2014

*Nota: por opção do mestrando, esta dissertação para obtenção do grau de Mestre, não se encontra redigido
segundo os termos do novo Acordo Ortográfico.*

MAR-DE-LEVA

*“em ti acostam os barcos e a sombra dos grandes navios do mundo
vive o peixe, agitam-se algas e medusas de mil desejos
em ti descansam os pássaros chegados doutras rotas
secam as redes, põe-se o sol
em ti se abandona a ressaca das ondas e o sal dos meus olhos
as árvores inclinadas, os frutos e as dunas
em ti pernoita a seiva cansada das palavras, o suco das ervas e o açúcar
transparente das camarinhas
em ti cresce o precioso silêncio, as ostras doentes e as pérolas dos mares
sem rumo
em ti se perdem os ventos, a solidão do mar e este demorado lamento”*

Al Berto (2002)

Dedicatória

*Em memória da minha mãe, **Maria Luísa**,
que sempre me incentivou a lutar por aquilo em que acredito,
alcançando assim os meus objectivos e
empenhando-me sempre a 100% nos meus projectos.*

Sei que hoje teria muito orgulho em mim!

Agradecimentos

A realização desta dissertação só se tornou concretizável devido à compreensão, companheirismo e motivação de algumas pessoas.

Todos os intervenientes no meu percurso académico contribuíram directamente para o nível de conhecimento que me possibilitou elaborar a dissertação. Todavia, o meu profundo e sincero agradecimento dirigido aos professores que me acompanharam nesta etapa da minha vida, nomeadamente, ao Professor José Pimentel Furtado, pela sua experiência e conhecimentos de segurança e ao Professor Doutor Nuno Gustavo, pelos conselhos preciosos para a construção da dissertação e a ambos pela orientação, conselhos e disponibilidade.

Neste sentido, um especial agradecimento à Professora Marta Castel-Branco, pela sua dedicação e tolerância no acompanhamento da elaboração de todo o tratamento de dados relativo aos inquéritos. Assim, agradeço também as correcções de inglês da Professora Paula Rama da Silva.

Concomitantemente, a investigação em estudo não seria possível sem a disponibilidade e colaboração dos três entrevistados, que contribuíram para a mesma com conhecimentos fundamentados na sua experiência profissional, refiro-me a Eduardo Pires, responsável pela Protecção Civil (PC) de Sines, a Vítor Pereira, Comandante Interino do Corpo de Bombeiros (CB) de Sines, e ao Sr. Capitão Almeida, Comandante da GNR do Destacamento Territorial de Santiago do Cacém.

Contudo, agradeço também à organização do *Festival Músicas do Mundo* e, em especial, a Paulo Mestre, do gabinete de apoio à imprensa, por me ter facilitado a entrada no recinto afim de obter as informações necessárias para o término da dissertação.

Por conseguinte, agradeço também aos meus amigos, que me apoiaram nesta fase desafiante e em especial à Tânia, à Alessandra e à minha irmã Andreia, pela ajuda na aplicação dos questionários no festival e na revisão da tese, bem como pela amizade e dedicação nos últimos meses.

Por fim, agradeço à minha família, particularmente ao meu pai, à minha irmã, aos meus avós paternos e à minha avó Margarida, por todo o carinho e paciência nesta jornada da minha vida, mas principalmente por acreditarem em mim.

Resumo

A dissertação “*A Comunicação como elemento estratégico na Segurança e Gestão do Risco em Eventos: o caso de estudo do Festival Músicas do Mundo*” tem como principal objectivo demonstrar a crescente importância da comunicação e da segurança no âmbito dos eventos musicais e, em especial nos festivais, para os seus promotores, organizadores, públicos e entidades a estes relacionados. Deste modo, o foco principal desta investigação é compreender de que modo estas duas ferramentas são aplicadas nos festivais a nível nacional, optando por averiguar as hipóteses avançadas no *Festival Músicas do Mundo*, em Sines.

O enquadramento teórico centra-se na comunicação em eventos, mas em especial na gestão do risco. O intuito desta fase de investigação é elucidar sobre cada um dos temas e demonstrar de que forma estas duas ferramentas podem trabalhar harmoniosamente para o sucesso do evento.

O método de pesquisa eleito baseou-se numa análise qualitativa dos dados recolhidos numa edição comemorativa dos 15 anos de festival, que acolheu cerca de 100 000 espectadores. Os dados recolhidos basearam-se em dois métodos principais: inquérito por questionário e inquérito por entrevista.

Os resultados da pesquisa mostraram que a maioria dos inquiridos ainda carece de uma consciencialização sobre a importância da segurança nos festivais de música. Concomitantemente, a própria organização do festival deve também limar muitas das arestas relativamente à segurança do evento e implementar medidas que colmatem as falhas identificadas.

Por último, importa reforçar a ideia que as equipas de organização de festivais de índole musical, devem se preocupar mais em relação à segurança dos seus públicos e não apenas em propiciar uma experiência para a vida, pois um ambiente seguro pode evitar muitos acontecimentos inesperados.

Palavras-chave: Eventos, Festivais de Música, Comunicação, Segurança, Gestão do Risco.

Abstract

The dissertation “*Communication as a strategic element in Safety and Risk Management for Events: the case study of the Festival Músicas do Mundo*” has the main objective of showing the increasing importance of communication and safety in the context of festivals, as far as promotion, organization and relation with public entities are concerned.

The main topic of this research is to understand how these two tools are applied in festivals nationwide; I have therefore decided to investigate the hypotheses advanced in the context of the *Festival Músicas do Mundo*, in Sines.

The theoretical framework focuses on communication events, with special emphasis on risk management processes. The intent of this phase of research is to cast some light on each of the subjects, and demonstrate how these two tools can work harmoniously for the success of the event.

The chosen research method was based on a qualitative analysis of data collected in the 15-year commemorative edition of the festival, which hosted around 100 000 spectators. The data collected were based on two main methods: questionnaire survey and interview survey.

The results of research show that most respondents still lack general awareness on the importance of security and safety in music festivals. Likewise, the festival organization should also polish up many of the edges on the event’ safety and implement measures that bridged identified gaps.

Finally, it is important to stress the idea that the organizations in charge of music festivals should be more concerned with the safety of their audience and not only with providing a lifetime experience, since a safe environment can prevent many unexpected risks.

Key-words: Events, Music Festivals, Communication, Safety, Risk Management

Glossário

Ameaça - Fonte ou situação com um potencial para o dano, em termos de lesões ou ferimentos para o corpo humano, ou de danos para a saúde, para o património, para o ambiente, ou para uma combinação destes (NP 4397, 2008).

Bid – É uma candidatura preenchida por uma organização ou país, afim de se candidatar para a organização do mesmo.

Briefing – “Reunião breve durante a qual são dadas informações e instruções consideradas indispensáveis à realização de determinada tarefa” (in infopédia, 2013).

Comunicação – É o acto ou efeito de comunicar, trocando informações com outros indivíduos através da fala, da escrita, códigos ou até de comportamentos (in infopédia, 2013).

Crise - É uma situação anormal resultante de uma ocorrência grave, de origem natural, tecnológica ou sociopolítica, ou das possíveis combinações entre elas, intencional ou não, perante a qual a sociedade reconhece um perigo, ou uma ameaça a bens muito importantes ou vitais, implicando a urgência de acções e o emprego de meios extraordinários, no sentido da salvaguarda desses bens e do restabelecimento da normalidade.

Crowd surfing - Quando um indivíduo é levantado acima das cabeças do público, pelos membros desse mesmo público, e é transportada até ao palco, geralmente para em seguida efectuar o *stage diving*.

Debriefing – Reunião final, onde se tiram conclusões sobre como correram as coisas e sobre o que há a melhorar.

Eventos públicos – Acontecimentos ou ocorrências que devem ter uma data e local de realização, e tem como objectivo causar impacto (Pedro *et al.*, 2009).

Feedback – Reenvio à origem de informação sobre o resultado de um trabalho efectuado. É uma retroacção; retorno, reacção ou resposta a algo divulgado (in infopédia, 2013). No caso concreto dos festivais de música, pode ser encarado como a resposta do público perante uma actuação.

Festivais de música - “Eventos de carácter plurianual, cujo programa é essencialmente integrado por concertos e recitais, realizados em diversos recintos” (Martinho & Neves, 1999, p. 1).

Gestão do risco – É o processo de identificar, analisar e avaliar todos os possíveis riscos, antes de eles se concretizarem, e estabelecer procedimentos que os evitem, minimizem o seu impacto e lidem com as suas consequências.

Host community- Este termo refere-se às comunidades locais.

Marketeer - Profissional do marketing.

Media Relations – Também conhecida como assessoria de imprensa, envolve a relação com os meios de comunicação social com o objectivo de informar um determinado público-alvo sobre a missão, as políticas e as práticas de uma organização, de forma consistente, credível e positiva.

Moshing - Ritual de dança em que as pessoas chocam umas contra as outras; também utilizado para designar de forma genérica as outras actividades que se seguem.

Online – Diz-se dos programas, funções e serviços que comunicam entre si e estão disponíveis em rede (*in* infopédia, 2013).

Pessoal de segurança privada – Pessoas integradas em grupos profissionais ou profissões que exerçam ou compreendam o exercício das funções de pessoal de vigilância e director de segurança previstas na lei (Lei nº 34/2013).

Pessoal de vigilância – Corresponde ao trabalhador devidamente habilitado e autorizado a exercer as funções previstas na presente lei, vinculado por contracto de trabalho a entidades titulares de alvará ou licença (Lei nº 34/2013).

Public Address System / PA system - É um amplificador e distribuidor de som composto por microfone, amplificador e colunas, que é usado para alertar o público.

Public Relations – Corresponde à relação com o público em geral.

Recinto - Espaço delimitado ao ar livre destinado a diversos usos, desde os estacionamento, aos estabelecimentos que recebem público, aos industriais, oficinas e armazéns, podendo dispor de construções de carácter permanente, temporário ou itinerante (DL 220/2008).

Recinto improvisado – “*têm características construtivas ou adaptações precárias, sendo montados temporariamente para um espectáculo ou divertimento público específico, quer em lugares públicos quer privados, com ou sem delimitação de espaço, cobertos ou descobertos, nomeadamente: Tendas; Barracões; Palanques; Estrados e palcos; Bancadas provisórias*” (DL 268/ 2009).

Rede social - É uma estrutura social que engloba pessoas ou organizações que estão conectadas entre si, por um ou vários tipos de relações. Estas podem partilhar valores e objectivos comuns. Exemplos disso são o *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Myspace*, etc.

Risco – Probabilidade de uma ameaça se concretizar, resultando num impacto negativo.

Segurança – Protecção de pessoas e bens contra acções hostis: catástrofes naturais, acidentes e acidentes tecnológicos graves.

Serviço de autoprotecção – Serviços internos de segurança privada que qualquer entidade pública ou privada, pessoa singular ou colectiva, devidamente habilitada, organiza em proveito próprio, com recurso aos próprios trabalhadores, no âmbito das actividades de segurança privada previstas na lei (Lei nº 34/2013).

Social Media – É o processo de construção de uma relação com os potenciais clientes, e de manutenção de uma boa relação com os actuais.

Staff - Núcleo envolvido no evento (colaboradores, organização, voluntários, organismos locais - INEM, bombeiros, polícia, etc.).

Stage diving - Consiste no mergulho do artista, ou de um elemento do público, mergulhar do palco para cima do público; o objectivo é ser suportado pelo público, o que nem sempre acontece.

Stakeholders – Detentores de interesses num negócio, directa ou indirectamente.

Target – “Público-alvo de um plano de marketing ou campanha” (in infopédia, 2013).

Vulnerabilidade - Susceptibilidade de um bem face a uma ameaça.

Website – “Página ou conjunto de páginas da Internet com informação diversa, acessível através de computador ou de outro meio electrónico; site, sítio” (in infopédia, 2013).

Word of mouth – Transmissão de informação de pessoa para pessoa; passa palavra.

Lista de Abreviaturas

ASAE – Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

ATM – *Automated Teller Machine* – caixa electrónica, que permite efectuar operações bancárias

BSI - Instituto de padronização britânico, equivalente ao instituto de padronização nacional

BVS – Bombeiros Voluntário de Sines

C-PEST – *Competitive, political, economic, social and technological*, isto corresponde a uma pesquisa e análise ao nível competitivo, político, económico, social e tecnológico.

CCTV - Circuito fechado de videovigilância

CM – Câmara Municipal

EOE – Entidade Organizadora do Evento

ESP – Empresa de Segurança Privada

CODU - Centro de Orientação de Doentes Urgentes

CRM – *Customer Relationship Management* ou gestão do relacionamento com o cliente

CTT – Correios de Portugal

DGAE – Direcção-Geral das Actividades Económicas

DL – Decreto-lei

ANPC – Autoridade Nacional de Protecção Civil

APC – Agente de Protecção Civil

CB – Corpo de Bombeiros

DR – Decreto Regulamentar

Etc. – Abreviatura do latim *et cetera*, significa “entre outras coisas”

Ex. – Exemplo

F&B - *Food and Beverage*

FMM – *Festival Músicas do Mundo* de Sines

GCSAAIF – Gráfico construído segundo a aplicação e análise de inquéritos no festival

GNR – Guarda Nacional Republicana

HLA – Hospital do Litoral Alentejano

HSA – Higiene e Segurança Alimentar

IMC – *Integrated Marketing Communication*, isto é, comunicação integrada do marketing

INEM - Instituto Nacional de Emergência Médica

NFA – Não foi averiguado

OCS – Órgãos de Comunicação Social

PAS – *PA System (Public Address System)* ou sistema de som (composto por amplificador e distribuidor de som com microfones e altifalantes)

PC – Protecção Civil

PEE - Plano Especial de Emergência

PEST (E) - Corresponde a um acrónimo da análise Política, Económica, Social, Tecnológica e Ambiental

PIB – Produto Interno Bruto

PIDE – Polícia Internacional e de Defesa do Estado

PMPC – Plano Municipal de Protecção Civil

RP – Relações Públicas

SGO – Sistemas de Gestão Operacional

SIIO - Sistema Integrado de Informações Operacionais Policiais

SMART - Objectivos específicos, mensuráveis, alcançáveis, realistas e temporizáveis

SMPC – Serviço Municipal de Protecção Civil

SWOT - Corresponde a um acrónimo da análise relativa às Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças

TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação

TP – Turismo de Portugal

UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, ou seja, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

WC – *Water Closet*, isto é, casa de banho

Índice

DEDICATÓRIA	V
AGRADECIMENTOS	VI
RESUMO	VII
GLOSSÁRIO	IX
LISTA DE ABREVIATURAS	XII
ÍNDICE	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVIII
ÍNDICE DE TABELAS	XIX
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – METODOLOGIA	2
1.1. CONCEPTUALIZAÇÃO DA ESTRUTURA DO TRABALHO	2
1.2. MODELO CONCEPTUAL	3
1.3. MODELO DE ANÁLISE	6
1.4. DA PROBLEMÁTICA À PERGUNTA DE PARTIDA	6
1.5. OBJECTIVOS E HIPÓTESES DE ESTUDO	7
1.6. PROCEDIMENTOS DE INVESTIGAÇÃO	8
1.6.1. INSTRUMENTOS DE INVESTIGAÇÃO	8
1.6.2. GRUPOS DE ESTUDO E RESPECTIVOS MÉTODOS DE SELECÇÃO E AMOSTRAGEM	10
1.6.3. REPRESENTATIVIDADE DA AMOSTRA	11
1.6.4. FERRAMENTAS UTILIZADAS NA RECOLHA DE INFORMAÇÕES	12
1.6.5. FORMA DE REGISTO E ORGANIZAÇÃO DOS DADOS RECOLHIDOS	12
1.6.6. MÉTODO DE ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS	13
CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	14
2.1. COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS EM EVENTOS	14
2.1.1. DEFINIÇÃO DE EVENTOS	14
2.1.2. TIPOLOGIA DE EVENTOS	16
2.1.3. DOS EVENTOS CULTURAIS AOS EVENTOS MUSICAIS	19
2.1.4. FESTIVAIS DE MÚSICA	20
2.1.5. A HISTÓRIA DOS EVENTOS MUSICAIS	25
2.1.6. O TURISMO E O MERCADO DOS FESTIVAIS	27
2.1.7. PLANEAMENTO DE EVENTOS MUSICAIS	30
2.1.8. MARKETING DE EVENTOS MUSICAIS	32

2.1.9. COMUNICAÇÃO EM EVENTOS MUSICAIS	35
2.1.10. DEFINIÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	37
2.1.11. AS RELAÇÕES PÚBLICAS NO UNIVERSO DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	39
2.2. SEGURANÇA E GESTÃO DO RISCO EM EVENTOS	44
2.2.1. DEFINIÇÃO	44
2.2.2. PARTICULARIDADES DA SEGURANÇA	47
2.2.3. PRINCIPAIS PERIGOS, RISCOS E AMEAÇAS INERENTES AOS EVENTOS MUSICAIS	47
2.2.4. PROCESSO DE GESTÃO DO RISCO ASSOCIADO AOS FESTIVAIS DE MÚSICA	49
2.2.5. PLANO DE SAÚDE E SEGURANÇA EM FESTIVAIS DE MÚSICA	57
2.2.6. GESTÃO DA SEGURANÇA	61
2.2.7. A SEGURANÇA NO RECINTO	63
2.2.8. GESTÃO DE PÚBLICO	67
2.2.9. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO	69
CAPÍTULO III - ESTUDO EMPÍRICO	76
3.1. ORIGEM E EVOLUÇÃO DOS FESTIVAIS EM PORTUGAL - FONTE SECUNDÁRIA	76
3.1.1. A HISTÓRIA DOS EVENTOS MUSICAIS EM SINES	77
3.2. OS FESTIVAIS DE MÚSICA COMO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO - FONTE SECUNDÁRIA	77
3.3. CASO DE ESTUDO: <i>FESTIVAL MÚSICAS DO MUNDO</i> - FONTE SECUNDÁRIA	79
3.3.1. ANÁLISE <i>SWOT</i>	81
3.4. SISTEMATIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS RESULTADOS – FONTE PRIMÁRIA	82
3.5. IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS ASPECTOS QUANTITATIVOS - FONTE PRIMÁRIA	83
3.5.1. PERFIL DO FESTIVALEIRO	83
3.5.2. EXPERIÊNCIA ENQUANTO ESPECTADOR	85
3.6. AVALIAÇÃO E INTEGRAÇÃO DOS CONTEÚDOS QUALITATIVOS	88
3.6.1. ENTREVISTAS - FONTE PRIMÁRIA	88
3.6.2. OBSERVAÇÃO DIRECTA – FONTE PRIMÁRIA	92
3.6.3. ANÁLISE DE DADOS PRESENTES EM REDES SOCIAIS – <i>FACEBOOK</i> – FONTE SECUNDÁRIA	111
3.7. AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE SEGURANÇA NO FMM - FONTE PRIMÁRIA	113
3.7.1. MATRIZ DE ARTICULAÇÃO DO PLANO DE SEGURANÇA E PLANO DE COMUNICAÇÃO	113
CAPÍTULO IV – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	122
4.1. CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
4.2. LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO	128
4.3. LINHAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURA	128
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130
ANEXOS	139

Índice de Figuras

FIGURA 1 - ETAPAS DO PROCEDIMENTO	3
FIGURA 2 - ESQUEMA DE METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	5
FIGURA 3 - FASES DA ELABORAÇÃO DAS ENTREVISTAS.....	9
FIGURA 4 - FASES DA ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO	10
FIGURA 5 - ETAPAS DE ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE AMOSTRA.....	11
FIGURA 6 - CATEGORIZAÇÃO DE EVENTOS	16
FIGURA 7 - DISTRIBUIÇÃO DOS PARTICIPANTES EM EVENTOS MÚSICAIS NO REINO UNIDO	29
FIGURA 8 - COMUNICAÇÃO CULTURAL.....	41
FIGURA 9 - PLANO DE COMUNICAÇÃO CULTURAL.....	42
FIGURA 10 - GESTÃO DO RISCO EM EVENTOS.....	51
FIGURA 11 – ESQUEMA EXPLICATIVO DO PROCESSO DE GESTÃO DO RISCO	55
FIGURA 12 - FUNÇÕES TÍPICAS DA SEGURANÇA.....	62
FIGURA 13 - FOTOGRAFIAS DOS 3 PALCOS DO FMM.....	80
FIGURA 14 - ESQUEMA ILUSTRATIVO DA ANÁLISE DOS INQUÉRITOS POR QUESTIONÁRIO	83
FIGURA 15 - CARTAZES PUBLICITÁRIOS	94
FIGURA 16 - GABINETE DE APOIO À IMPRENSA E RÉGIE DO PALCO DO CASTELO.....	95
FIGURA 17 - MATERIAIS FORNECIDOS PELO GABINETE DE APOIO À IMPRENSA	95
FIGURA 18 - INTERIOR E EXTERIOR DOS WC.....	96
FIGURA 19 - GUIA DO FMM 2013 E BILHETE DIÁRIO DO FESTIVAL	96
FIGURA 20 - BILHETEIRAS DO FESTIVAL.....	98
FIGURA 21 – SINALÉTICA	99
FIGURA 22 - ENTRADA POENTE E NASCENTE	99
FIGURA 23 - SINALÉTICA ALUSIVA À LOJA DE <i>MERCHANDING</i>	99
FIGURA 24 - SAÍDAS DE EMERGÊNCIA	99
FIGURA 25 - SINALÉTICA.....	100
FIGURA 26 - SINALÉTICA.....	100
FIGURA 27 - ASSENTOS DAS BANCADAS.....	101
FIGURA 28 - BANCADAS NASCENTE E POENTE RESPECTIVAMENTE.....	102
FIGURA 29 - VISTA AÉREA DO RECINTO	102
FIGURA 30 - MONTAGEM DO DISPOSITIVO DE REVISTAS À ENTRADA DA GNR.....	103
FIGURA 31 – REVISTA DA GNR NA ENTRADA NASCENTE	103
FIGURA 32 – REVISTA POR PARTE DA GNR NA ENTRADA POENTE.....	103
FIGURA 33 - SINAL DE PROIBIÇÃO DE ACESSO A ANIMAIS	104
FIGURA 34 - PRESENÇA DE GARRAFAS DE VIDRO NO INTERIOR DO RECINTO DO CASTELO.....	104
FIGURA 35 - BARREIRAS ANTI-PÂNICO E PRESENÇA DA GNR NO INTERIOR DO RECINTO	105
FIGURA 36 - DISTRIBUIÇÃO DOS ECRÃS DO EVENTO.....	106
FIGURA 37 - SISTEMA DE ALTIFALANTES INSTALADO NO POSTO IMPROVISADO DA GNR	107
FIGURA 38 - SISTEMA DE VIDEOVIGILÂNCIA, INSTALADO NO RECINTO DO CASTELO	107
FIGURA 39 - PRESENÇA DAS ENTIDADES NO LOCAL.....	107
FIGURA 40 - PALCO DA PRAIA.....	108

FIGURA 41 - VISÃO DA ZONA DO PALCO DA PRAIA.....	108
FIGURA 42 - PALCO DA PRAIA E TASQUINHAS DE SINES	108
FIGURA 43 - PÁTIO BOCAGE E PÁTIO DAS ARTESRESPECTIVAMENTE	109
FIGURA 44 - ÁREA DE CAMPISMO DISPONIBILIZADA PELA ORGANIZAÇÃO DO FMM.....	109
FIGURA 45 - ALOJAMENTO ALTERNATIVO <i>SLEEP'EM'ALL</i>	110
FIGURA 46 - CAMPISMO SELVAGEM	110
FIGURA 47 - O VOCALISTA DA BANDA DUBIOZA KOLEKTIV A FAZER <i>STAGE DIVING</i>	111
FIGURA 48 - ESPECTÁCULO FINAL DE FOGO-DE-ARTIFÍCIO NO CASTELO	111

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1 – DADOS REFERENTE A ESPECTADORES E RECEITAS POR MODALIDADE DE ESPECTÁCULOS AO VIVO, EM 2011.....	30
GRÁFICO 2 - AVALIAÇÃO DA SEGURANÇA NO FMM COM BASE NA MATRIZ	121
GRÁFICO 3 – GÉNERO.....	185
GRÁFICO 4 - FAIXA ETÁRIA.....	185
GRÁFICO 5 - DISTRIBUIÇÃO DOS INQUIRIDOS DE ACORDO COM A SUA PROFISSÃO	186
GRÁFICO 6 - DISPOSIÇÃO DOS INQUIRIDOS SEGUNDO A ESCOLARIZAÇÃO	186
GRÁFICO 7 - RESIDE OU NÃO EM PORTUGAL.....	187
GRÁFICO 8 - DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA DE ACORDO COM OS CONCELHOS DE RESIDÊNCIA .	187
GRÁFICO 9 – PAÍSES DE RESIDÊNCIA	189
GRÁFICO 10 - DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA POR UNIDADE DE ALOJAMENTO	189
GRÁFICO 11 - GRÁFICO ILUSTRATIVO SOBRE A FORMA COMO OS INQUIRIDOS TOMARAM CONHECIMENTO DO FESTIVAL.....	190
GRÁFICO 12 - DISTRIBUIÇÃO DOS INQUIRIDOS DE ACORDO COM A SUA MOTIVAÇÃO.....	190
GRÁFICO 13 - MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO NA DESLOCAÇÃO PARA O FESTIVAL.....	191
GRÁFICO 14 - CLASSIFICAÇÃO DO ESTACIONAMENTO DO FESTIVAL.....	191
GRÁFICO 15 - PRESENÇA EM EDIÇÕES PASSADAS	192
GRÁFICO 16 - PRESENÇA EM SITUAÇÕES DE SOBRELOTAÇÃO DO ESPAÇO	192
GRÁFICO 17 - OPINIÃO DOS INQUIRIDOS RELATIVAMENTE À SINALIZAÇÃO DO RECINTO	193
GRÁFICO 18 - A QUEM RECORRERIAM OS INQUIRIDOS NO CASO DE PRECISAREM DE INFORMAÇÕES RELATIVAMENTE AO FESTIVAL.....	193
GRÁFICO 19 - QUESTÃO RELATIVA AO CONHECIMENTO DAS REGRAS DE SEGURANÇA	194
GRÁFICO 20 - FERRAMENTAS ATRAVÉS DAS QUAIS TOMARAM CONHECIMENTO DAS REGRAS DE SEGURANÇA.....	194
GRÁFICO 21 - OPINIÃO SOBRE A INFLUÊNCIA COM ARTISTA PODE TER NO PÚBLICO.....	195
GRÁFICO 22 - DE QUE FORMA ESTA INFLUÊNCIA SE MANIFESTA JUNTO DO PÚBLICO	195
GRÁFICO 23 – DOIS ASPECTOS POSITIVOS RELACIONADOS COM A SEGURANÇA NO FESTIVAL .	197
GRÁFICO 24 - DOIS ASPECTOS NEGATIVOS RELACIONADOS COM A SEGURANÇA NO FESTIVAL	198
GRÁFICO 25 - BALANÇO FINAL DA SEGURANÇA NO FESTIVAL	199

Índice de Tabelas

TABELA 1 - ESTUDO COMPARATIVO DAS DEFINIÇÕES DO CONCEITO.....	16
TABELA 2 - ANÁLISE COMPARATIVA DAS TIPOLOGIAS DE EVENTOS.....	18
TABELA 3 - QUADRO CORRESPONDENTE À DINAMIZAÇÃO DO CALENDÁRIO DE EVENTOS.....	28
TABELA 4 - SUMÁRIO DE QUESTÕES DE GESTÃO DE RISCO RELACIONADOS COM EVENTOS.....	46
TABELA 5 - CLASSIFICAÇÃO DA NATUREZA DOS PERIGOS SEGUNDO A ONU.....	48
TABELA 6 - FACTORES DE RISCO.....	50
TABELA 7 – AMEAÇAS.....	55
TABELA 8 – IMPACTOS.....	56
TABELA 9 – NÍVEL DE RISCO.....	57
TABELA 10 - NÚMERO E LARGURA DAS SAÍDAS EM FUNÇÃO DO EFECTIVO- RECINTOS AO AR LIVRE.....	66
TABELA 11 – ANÁLISE <i>SWOT</i>	81
TABELA 12 - MATRIZ DE ARTICULAÇÃO DO PLANO DE SEGURANÇA E PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	114
TABELA 13 - DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA DE ACORDO COM AS NUTS II.....	188
TABELA 14 - TABELA RELATIVA À OPINIÃO DOS FESTIVALEIROS SOBRE <i>CROWD SURFING</i> , <i>MOSHING</i> E <i>STAGE DIVING</i>	196

Introdução

A dissertação em investigação “*A Comunicação como elemento estratégico na Segurança e Gestão do Risco em Eventos: o caso de estudo do Festival Músicas do Mundo*” tem como principais objectivos averiguar de que modo as técnicas de comunicação são empregues na realização de um festival de música e como podem actuar enquanto instrumentos de segurança.

Neste contexto, o Campo de Investigação desta dissertação centra-se nos eventos musicais, sendo que a área específica contempla as vertentes da comunicação e da segurança evidenciada no caso de estudo do *Festival Músicas do Mundo* (Sines).

Os eventos musicais são cada vez mais um atractivo de visitantes a um país, sendo que o número de deslocações, com o intuito de assistir a um evento, é cada vez mais significativo. Pesquisas recentes reflectem a importância que o turismo de eventos tem assumido, levando alguns autores a apontarem a sua realização como uma tendência importante do turismo no futuro (Getz, 1997; Dwyer *et al.*, 2008). Neste contexto, a segurança e a comunicação são pontos fulcrais, quer seja com o público ou com a organização. A comunicação deve ser eficaz de forma a minimizar os riscos do evento. Kemp e Hill (2004, p. 163) afirmam que “*como a realização de cada evento é diferente, a capacidade de comunicar tanto com o público, como com o staff pode, em alguns casos, fazer a diferença entre a vida e a morte*”.

No que concerne ao risco em eventos, há já alguns autores que o categorizam, como é o caso de Berlonghi (1990, citado por Bowdin *et al.*, 2011, p. 595) “*o risco (...) é ainda mais provável nas seguintes áreas: administração (a estrutura organizacional e o layout do evento deve minimizar os riscos para o staff); marketing e relação com o público (as estratégias de promoção do eventos tendem muitas vezes a ignorar possíveis riscos); bem-estar e segurança (riscos associados à higiene e segurança alimentar, bem como ao saneamento); gestão da multidão (riscos associados ao fluxo da multidão, venda de álcool, consumo de drogas e poluição sonora), segurança (o plano de segurança para um evento envolve uma reflexão sobre a gestão cuidadosa de risco) e transporte (entregas, estacionamento e transportes públicos contêm potenciais perigos que precisam ser analisados)*”.

De acordo com esta breve introdução sobre a importância do estudo desta temática, é pertinente que a problemática da investigação deva incidir sobre as vertentes comunicacional (promoção do evento junto do público), social (alterações comportamentais do público) e organizacional (planeamento e práticas de comunicação ao nível interno e externo da organização).

Capítulo I – Metodologia

1.1. Conceptualização da Estrutura do Trabalho

A metodologia de investigação assenta principalmente no modelo de Quivy e Campenhoudt (2005), contemplando assim três fases: ruptura; construção e verificação – de forma a resultar numa investigação realista e perfeitamente sustentada nos princípios do método científico.

O presente capítulo apresenta primeiramente uma contextualização relativamente à temática. Segue-se a explicação sobre a metodologia adoptada, mais concretamente a pergunta de partida, os objectivos, hipóteses de estudo e os procedimentos de investigação.

O segundo capítulo corresponde ao processo de exploração, que consiste no enquadramento teórico (comparando as abordagens de diferentes autores), por forma a aprofundar as noções básicas acerca da temática – a comunicação e relações públicas (RP) em eventos e a articulação entre os eventos e a segurança. Esta pesquisa será depois complementada com o levantamento de dados relativos a conversas informais e entrevistas, realizadas a especialistas da área da segurança.

O terceiro capítulo incorpora o estudo empírico, onde será apresentado uma breve abordagem sobre a origem e evolução dos festivais de música em Portugal, bem como a sua importância enquanto veículo de comunicação. De seguida será apresentado o caso de estudo, designadamente, o *Festival Músicas do Mundo*, complementado com a elaboração de uma análise *SWOT*. Posto isto, segue-se uma sistematização dos resultados obtidos através dos instrumentos de análise, identificando os principais aspectos quantitativos, como o perfil do festivaleiro e a sua experiência no festival, assim como uma avaliação e integração dos conteúdos qualitativos, recorrendo a uma análise das entrevistas (observação directa) e das opiniões deixadas nas redes sociais (observação indirecta), que embora sem qualquer rigor científico, auxiliam à percepção do público sobre as condições de segurança no festival. No final do capítulo apresentar-se-á uma matriz que pretende responder às falhas de segurança identificadas no festival, expondo sugestões de melhoria que poderão ser implementadas ao nível do plano de comunicação e segurança.

Por conseguinte, o quarto e último capítulo reportam às conclusões e recomendações finais relativamente à temática e ao caso de estudo, sem, no entanto, esquecer de focar as limitações da presente investigação.

No término da dissertação pretende-se abrir portas a novas investigações na área da comunicação e segurança em eventos musicais (Figura 1).

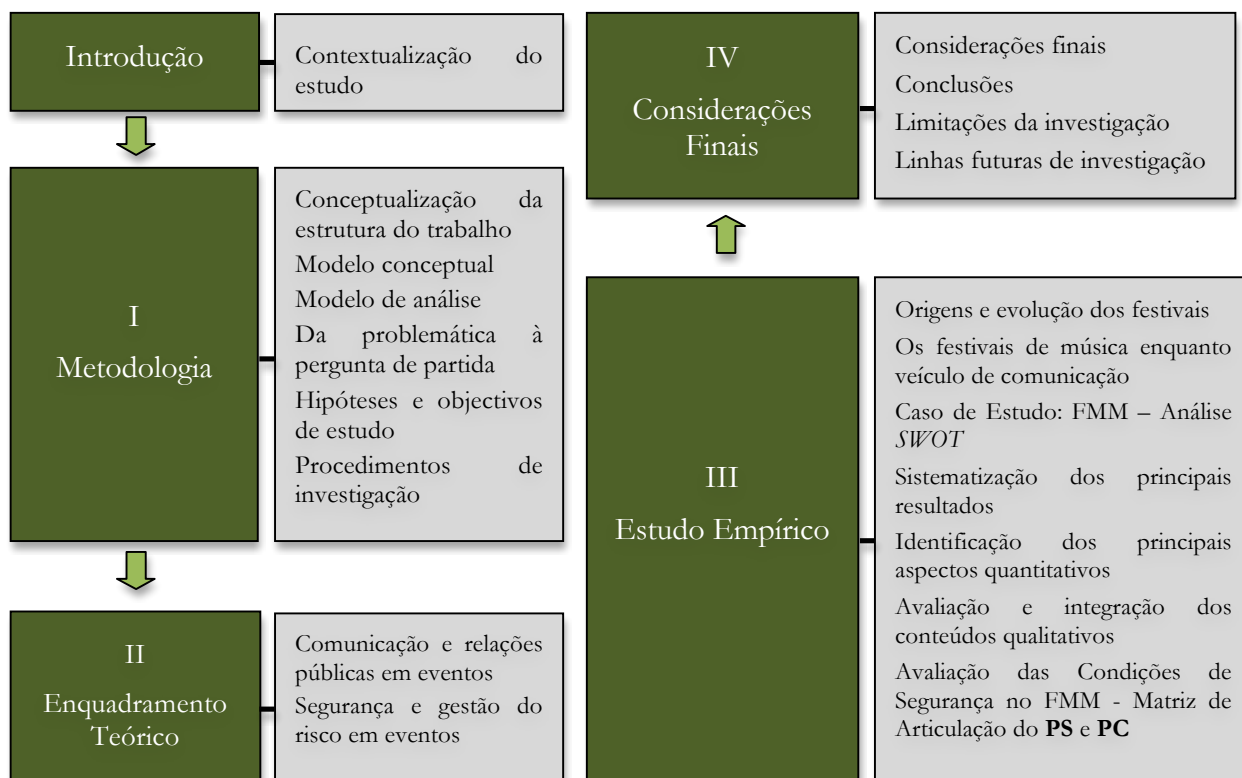


Figura 1 - Etapas do Procedimento

Fonte: Adaptado de Quivy e Campenhoudt (2005)

1.2. Modelo Conceptual

A metodologia de investigação da dissertação (Figura 2) em questão assenta nas etapas de procedimento elaboradas por Quivy e Campenhoudt (2005), e visa uma orientação relativa aos objectivos de investigação. Neste contexto, a introdução pretende primeiramente enquadrar e contextualizar a temática, assim como conceptualizar a estrutura do trabalho, elaborando os objectivos e a questão de partida, às quais se pretende encontrar uma resposta. Nesta fase é exibido a construção do modelo de análise, que compreende os pontos fulcrais retirados do enquadramento teórico articulados à pergunta de partida, respectivos objectivos e hipóteses de estudo que a investigação visa verificar empiricamente.

No que concerne aos métodos de observação, importa mencionar em primeiro lugar a observação directa no festival, e em segundo lugar proceder à apresentação dos instrumentos de

investigação, incluindo a selecção dos grupos de estudo, amostragem e as ferramentas utilizadas na recolha de informação (inquéritos por entrevista e questionário). Por fim, é relevante destacar o método de análise e tratamento de dados.

Na fase que sucede ao enquadramento teórico, é pertinente estabelecer uma correlação entre o que foi pesquisado e o que será observado, tal como as conclusões que serão retiradas através da investigação. Como tal, o enquadramento teórico permitirá compreender a importância deste mercado que são os festivais de música e o forte poderio que este tem economicamente, tanto a nível nacional como internacional, para além da percepção do papel da comunicação e da segurança nesta indústria de grande dimensão. Sucede-se a construção de uma matriz de avaliação das condições de segurança no festival em estudo, a que se acrescenta a proposta de melhoria ao nível do plano de comunicação e segurança para as falhas apontadas.

Por último, com base no enquadramento teórico e no estudo empírico serão destacadas as conclusões e limitações sobre o caso de estudo.

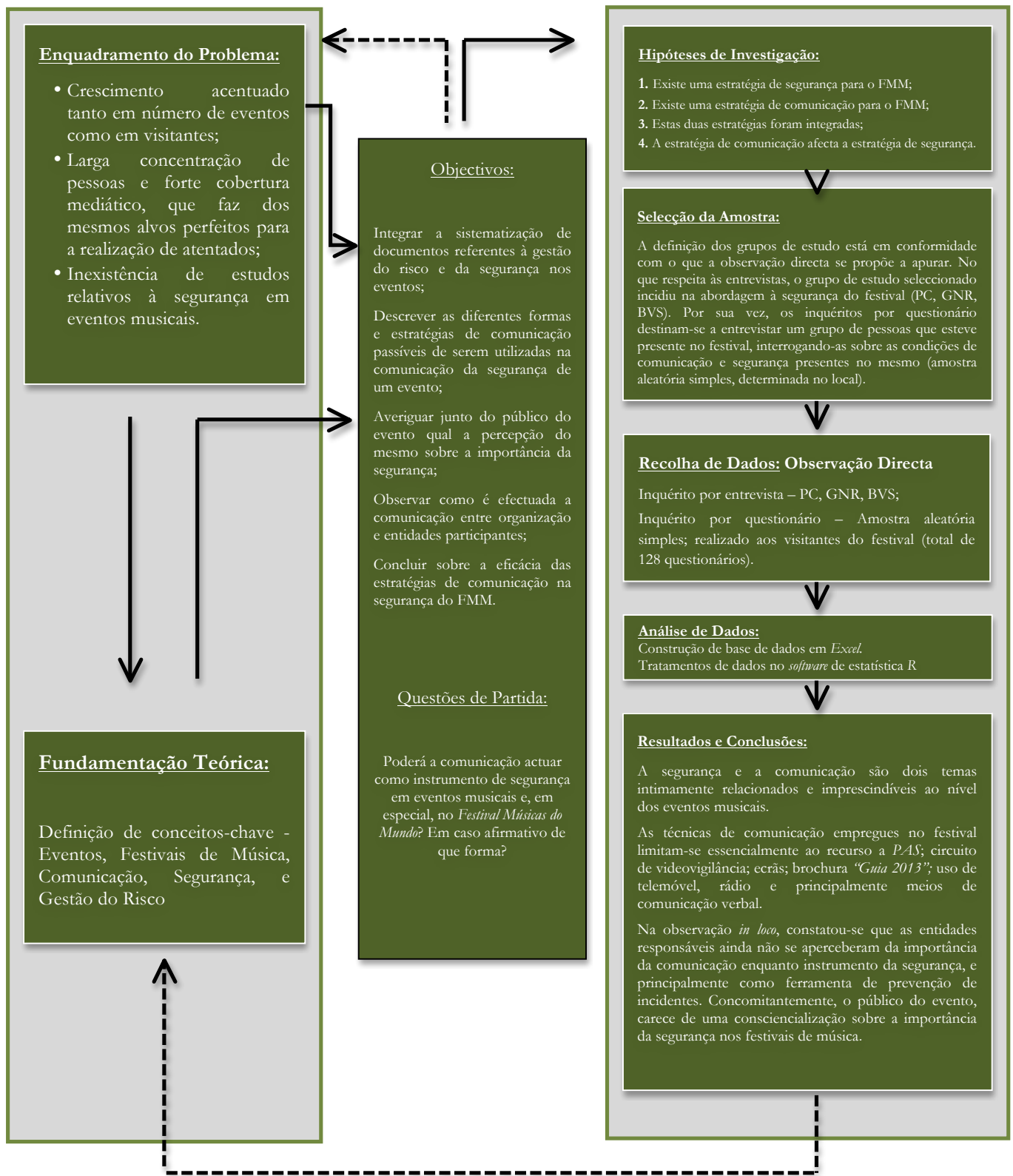


Figura 2 - Esquema de metodologia de investigação

Fonte: Adaptado de Reis, F. L. (2010, p. 59)

1.3. Modelo de Análise

O modelo de análise utilizado foi constituído primeiramente pela definição da metodologia a adoptar (pergunta de partida, objectivos e hipóteses de estudo), posteriormente pelo enquadramento teórico, que resultou na construção de uma análise *SWOT* e finda-se com uma proposta de matriz que identifica as falhas de comunicação e segurança no festival a serem colmatadas por soluções de melhoria.

1.4. Da Problemática à Pergunta de Partida

O crescimento ao nível dos eventos é um facto cada vez mais notável, principalmente no que respeita aos eventos ligados à música, e em especial os festivais. *“An entire global industry of festivals and events has evolved and developed since the early 1990s. The phenomenal growth, coupled with increased consumer awareness and choice, requires the industry to manage the sector effectively and efficiently to ensure sustained development and growth in the future”* (Yeoman *et al.*, 2004, p. xix).

Esta tipologia de eventos tem registado um grande índice de crescimento, tanto ao nível do número de eventos, como em número de participantes (Gibson & Connel, 2005). Segundo Raj *et al.* (2009, p. 4), os eventos musicais ocupam já um lugar bastante relevante na economia anual do Reino Unido *“the music event market was estimated to be worth £613 million in 2004 (Music Concerts and Festivals – UK – August 2004 Mintel International Group Limited). Pop and rock events are the major components of this, accounting for around £458 million. Jazz festivals and concerts make a smaller contribution to the total figure, while the classical music events sector is valued at £155 million”*. O boom dos festivais surge, em grande parte, devido ao aumento do tempo livre, dos rendimentos, da expansão da rede de transportes e enquanto meio de comunicação para uma marca ou como forma de atribuir notoriedade a um destino. As causas descritas foram os justificativos maiores para a generalização do turismo cultural (Gibson & Connell, 2005), sendo que o *music tourism* aparece como uma das suas componentes. Surge, deste modo, uma nova forma de turismo, cujo foco principal se prende à participação em determinado evento musical.

É, porventura evidente, que este tipo de eventos caracterizam-se pela larga concentração de pessoas, assim como pela sua forte cobertura mediática, que faz destes alvos perfeitos para a realização de atentados (Toohey & Taylor, 2007). Contudo, o terrorismo, não é a única preocupação da segurança ao nível dos eventos, mas também os riscos em que estes incorrem,

nomeadamente ao nível das estruturas; gestão do público; acessos; comunicações; transportes; entre outros.

Este ponto remete para a quase inexistência de estudos na área dos eventos musicais, pois grande parte da literatura no campo da segurança resulta da avaliação em eventos desportivos, como os *Jogos Olímpicos*. A lacuna existente ao nível do tema, nomeadamente em relação aos festivais, abriu portas à presente investigação, especificamente à seguinte pergunta de partida: **Poderá a comunicação actuar como instrumento de segurança em eventos musicais e, em especial, no *Festival Músicas do Mundo*? Em caso afirmativo de que forma?**

A pertinência da problemática está intimamente relacionada com a existência de técnicas de comunicação capazes de auxiliar a segurança no evento, consubstanciando as mesmas ao caso de estudo – *Festival Músicas do Mundo*.

1.5. Objectivos e Hipóteses de estudo

Segundo Reis (2010), os objectivos são entendidos como um enunciado declarativo, que especifica a orientação da investigação de acordo com o nível de conhecimentos estabelecidos no domínio da questão. Deste modo, os objectivos de investigação têm como propósito evidenciar o que se ambiciona com a realização da pesquisa, não esquecendo que estes devem ser definidos de forma clara.

Os objectivos de investigação podem ser classificados como gerais ou específicos. O objectivo geral traduz-se na síntese dos resultados a alcançar e na contribuição que o estudo trará.

No caso concreto da presente investigação, o objectivo geral, visa averiguar a importância da comunicação como factor de segurança num evento musical, o que por outras palavras, significa compreender de que maneira a utilização de ferramentas de comunicação junto do público do evento pode contribuir para evitar problemas ao nível da segurança. No que se refere aos objectivos específicos, o seu cumprimento traduz-se na confirmação ou refutação das hipóteses definidas. Para este efeito, estes visam: integrar a sistematização de documentos referentes à gestão do risco e da segurança nos eventos; descrever as diferentes formas e estratégias de comunicação passíveis de serem utilizadas na comunicação da segurança de um evento; averiguar junto do público do evento qual a percepção do mesmo sobre a importância da segurança; observar como é efectuada a comunicação entre organização e entidades participantes [pressupõe a comunicação interna / externa – entre organização e com entidades,

tais como: Guarda Nacional Republicana (GNR), PC, Bombeiros Voluntários de Sines (BVS) e público]; finalmente, concluir sobre a eficácia das estratégias de comunicação na segurança do FMM.

As hipóteses, tal como foi abordado anteriormente, advêm dos objectivos e são por isso directrizes para uma pesquisa. Estas definem-se como tentativas de explicar o fenómeno pesquisado, sendo assim formuladas como proposições. No âmbito da presente investigação destacam-se as seguintes hipóteses:

1. Existe uma estratégia de segurança para o FMM;
2. Existe uma estratégia de comunicação para o FMM;
3. Estas duas estratégias foram integradas;
4. A estratégia de comunicação afecta a estratégia de segurança.

Assim, torna-se imperioso fundamentar cada uma das hipóteses apresentadas, consubstanciando cada uma das mesmas na existência ou não de medidas de prevenção tanto ao nível do plano de segurança como ao nível do plano de comunicação do festival em estudo. Não obstante, os planos citados devem estar integrados, pois se o primeiro visa antecipar cenários de risco, o segundo têm o objectivo de comunicar os mesmos às partes interessadas. Por conseguinte é também relevante averiguar se a estratégia de comunicação influencia os procedimentos de segurança no festival. Como tal, as suposições enunciadas pretendem ser aprovadas ou refutadas no final da investigação.

1.6. Procedimentos de Investigação

Abordando agora a temática alusiva aos instrumentos de investigação, salienta-se o recurso em primeiro lugar à observação directa e seguidamente à aplicação dos inquéritos por entrevista e questionário.

1.6.1. Instrumentos de Investigação

Observação directa

A observação directa contempla a presença no terreno, fazendo o levantamento das condições existentes, afim de recolher dados importantes para a investigação. Do mesmo modo, a observação participante, está relacionada com a experiência enquanto parte do evento, ou seja,

espectador que interage com os actores observados de forma a ter contacto com a realidade e uma maior noção do caso de estudo.

a) Inquéritos por Entrevista

No que respeita às entrevistas (Figura 3), importa referir que são de carácter estruturado - há um conjunto de questões padronizadas e colocadas numa determinada ordem, que visam a análise de objectivos muito específicos da investigação (Moreira, 2007), e constituídas por um número máximo de vinte questões abertas, realizadas presencialmente e por via *email*. Os entrevistados são pessoas que detêm um grande conhecimento da área em questão, nomeadamente na segurança em eventos. Portanto, a aplicação das entrevistas tem como objectivo aprofundar e clarificar assuntos enunciadas no enquadramento teórico devido à credibilidade e fiabilidade das informações recolhidas com os entrevistados.

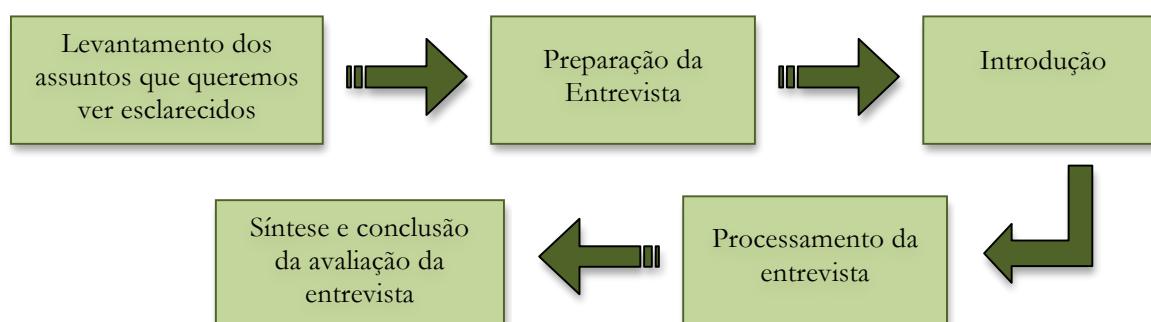


Figura 3 - Fases da elaboração das entrevistas

Fonte: Adaptado de Reis, F. L. (2010, p. 85)

b) Inquéritos por Questionário

No que concerne aos questionários (Figura 4), a sua aplicação em determinada amostra pretende averiguar de que forma a comunicação pode operar como instrumento de segurança no *Festival Músicas do Mundo*, uma vez que permite avaliar atitudes e opiniões, bem como recolher outras informações relevantes para este efeito. Assim, o questionário divide-se em duas secções, de forma a ser mais elucidativo para quem o está a interpretar – perfil do festivaleiro e experiência enquanto espectador. A primeira parte do questionário visa traçar o perfil do visitante, através do recurso a variáveis como: género e faixa etária; situação profissional; escolaridade; residência em Portugal; residência em território estrangeiro; e opção de alojamento escolhida. Não obstante, a segunda parte refere-se à experiência do inquirido no festival,

nomeadamente como tomou conhecimento do festival; motivação; deslocação; estacionamento; presença em edições passadas; episódios de sobrelotação; sinalização; e segurança do público no FMM.

O inquérito é maioritariamente composto por questões fechadas, todavia contempla questões abertas, que embora mais complexas de analisar permitem averiguar aspectos relevantes à pesquisa. Depois de elaboradas as questões para o questionário e escritas as instruções para o seu preenchimento, foi realizado um teste prévio a amigos e familiares, com o objectivo de identificar possíveis lacunas e corrigir erros, chegando-se assim à versão final do modelo de questionário na versão em português¹ e na versão em inglês².

Na observação directa a recolha de informações resume-se numa primeira fase à aplicação de questionários junto do público do evento, à entrevista com Eduardo Pires (no fim de semana de 20 de Julho) e ao levantamento das condições do recinto (fim de semana de 27 de Julho).

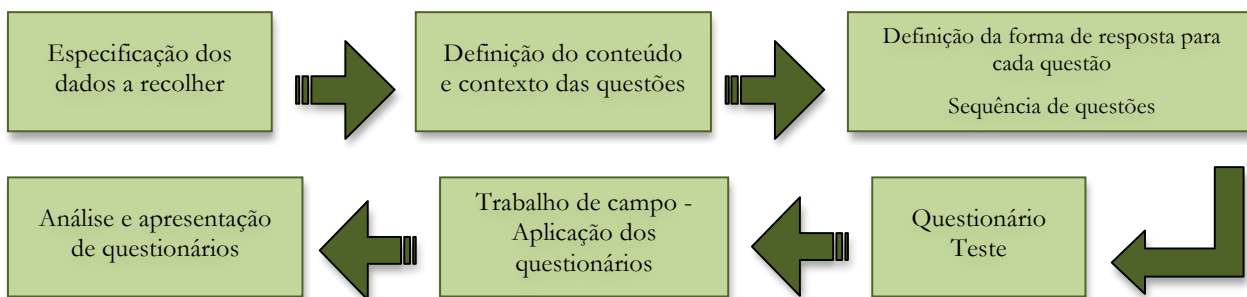


Figura 4 - Fases da elaboração do questionário

Fonte: Adaptado de Reis, F. L. (2010, p. 94)

1.6.2. Grupos de Estudo e Respectivos Métodos de Selecção e Amostragem

A definição dos grupos de estudo está em conformidade com o que a observação directa se propõe a apurar. Portanto, no que respeita às entrevistas, o grupo de estudo seleccionado incidiu na abordagem à segurança do festival. Considerou-se vital para o efeito entrevistar cada um dos responsáveis dos organismos de segurança presentes no evento, mais concretamente, os BVS, PC e GNR.

¹ Ver Anexo VI Modelo de Questionário – Versão Portuguesa.

² Ver Anexo VII Modelo de Questionário – Versão Inglesa.

Por sua vez, os inquiridos por questionário destinam-se a entrevistar um grupo de pessoas que esteve presente no festival, interrogando-as sobre as condições de comunicação e segurança presentes no mesmo. Para isto, a amostra escolhida foi segundo Hill e Hill (2005) uma amostra aleatória simples (Figura 5) visto que todos os elementos da população tinham igual probabilidade de pertencerem à mesma amostra. Todavia, o método de amostragem simples, pressupõe uma listagem de todos os elementos da população e posterior selecção de alguns dos mesmos, o que na realidade não aconteceu. Assim, a escolha recaiu sobre a eleição dos membros a integrar a amostra no próprio local do festival. Concretizou-se um total de 128 questionários, realizados no parque de campismo do FMM; na zona de estacionamento do festival; na zona histórica de Sines; no parque de campismo alternativo “*Sleep’ Em’ All*”; e, ainda, no recinto do castelo e da Avenida Vasco da Gama (junto ao palco da praia).

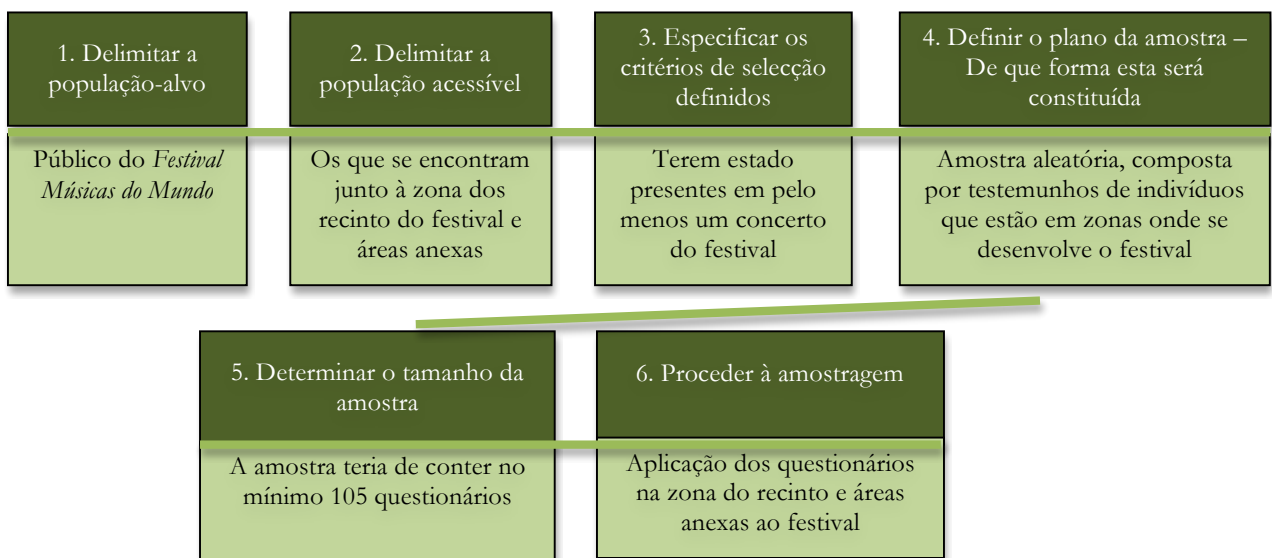


Figura 5 - Etapas de elaboração de um plano de amostra

Fonte: Adaptado de Reis, F. L. (2010, p. 77)

1.6.3. Representatividade da amostra

De acordo com Ghiglione e Matalon (2001, p. 29) “*É muito raro podermos estudar exhaustivamente uma população, ou seja, inquirir todos os seus membros: seria de tal forma longo e dispendioso que se tornaria praticamente impossível. É, aliás, inútil, pois, inquirindo um número restrito de pessoas, com a condição de que estas tenham sido correctamente escolhidas, é possível obter as mesmas informações, com uma certa margem de erro, erro calculável, que poderemos tornar suficientemente pequeno*”. A amostra para se tornar significativa, tem de se reger segundo o universo de amostragem. Por conseguinte, o facto dos questionários

terem sido realizados apenas num dia de festival (20 de Julho) faz do universo o número de pessoas que estiveram presentes somente nesse dia. De acordo com o *website Publicações de Turismo*³, a amostra necessária é 105 questionários. Este valor resulta da introdução da população (12 000⁴), do erro amostral (8,7) e do intervalo de confiança de (90%).

1.6.4. Ferramentas utilizadas na recolha de informações

As ferramentas que foram utilizadas para a recolha de informações e registo de dados importantes encontram-se em consonância com a observação directa enunciada *supra*.

Por conseguinte, nas entrevistas foi utilizado o telemóvel para proceder à gravação da conversa e o guião da entrevista presencial com Eduardo Pires (responsável pela PC de Sines), sendo que as restantes entrevistas, que não puderam ser realizadas pessoalmente, foram enviadas por *email*.

Para além da realização dos questionários que envolveram a deslocação ao local do evento, foi ainda procedido a um levantamento fotográfico do local, para posterior avaliação dos elementos de segurança.

1.6.5. Forma de Registo e Organização dos Dados Recolhidos

Depois de recolhidos os dados procedeu-se à organização, para posteriormente se fazer a sua análise e conseqüente obtenção de resultados. Primeiramente, ordenaram-se e legendaram-se as fotografias tiradas no local, anexando informações recolhidas junto da comunidade local. Em segundo lugar, organizaram-se as entrevistas via *email*, à excepção da entrevista feita a Eduardo Pires, à qual se procedeu ao registo áudio e seguidamente à transcrição da entrevista. Por último, a aplicação dos inquéritos por questionário foi realizada no recinto do festival, sendo as respostas anotadas na respectiva folha. Em seguida, enumeraram-se os questionários para que os dados recolhidos pudessem ser introduzidos numa base de dados – *Excel*, exportando-os para o programa R (*software* de análise de dados estatísticos).

³ Fonte: <http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>, consultado a 19 de Novembro de 2013.

⁴ Fonte: Número obtido através da PC de Sines, que especificou que estiveram no castelo aproximadamente 6400 pessoas e na praia cerca de 10 000 pessoas, o que perfaz segundo a mesma fonte uma média de 12 000 visitantes.

1.6.6. Método de Análise e Tratamento de Dados

A análise dos dados serve como tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenómeno estudado e os outros factores. O objectivo da análise e do tratamento dos dados consiste em verificar as informações obtidas no enquadramento teórico e no estudo de campo, validando ou refutando as hipóteses formuladas, isto é, se os resultados observados correspondem aos resultados esperados.

No caso das entrevistas, o método de análise escolhido foi a análise e comparação dos conteúdos das respostas dadas pelos entrevistados, uma vez que cada um representa uma entidade presente no festival – PC, BVS e GNR. Do mesmo modo, é indispensável a selecção de um método de análise relativamente aos questionários aplicados aos visitantes. Para isso foi elaborada uma base de dados em *Excel*, onde constavam os resultados obtidos. Estes resultados foram depois exportados para o programa *R*, de forma a serem apresentados em tabelas, gráficos e figuras. Ao analisar e interpretar os dados, calcularam-se novos valores com base nos dados estatísticos. Os mesmos permitiram fazer uma descrição do fenómeno, evidenciando características particulares.

Capítulo II – Enquadramento Teórico

2.1. Comunicação e Relações Públicas em Eventos

2.1.1. Definição de Eventos

O emprego do conceito “evento” é cada vez mais frequente. Este facto torna já evidente o seu valor e importância nas sociedades actuais e o interesse dos cidadãos pela participação nos mesmos. *“Event management as a profession is fast gaining global recognition and is already well established in many academic programmes, at all levels. The spectacular rise of this new profession and academic subject reflects a fundamental need within all societies for the professional management of events in the private, public and not-for-profit sectors”* (Getz, 2007, p. 2). Na verdade, o aumento do tempo livre e do poder de compra da população, aliado à nova visão atribuída aos eventos (fontes capazes de gerar desenvolvimento económico e promoção da imagem de um destino turístico) conduziram a uma maior visibilidade e notoriedade do conceito. Getz, acrescenta ainda uma nova visão do conceito de evento aliado à expressão *“time is money”*, como tal o tempo livre deve ser aproveitado, desfrutando de experiências únicas *«Time is precious on our society, therefore it has become a commodity with high level value. We gladly pay for “quality time” with our friends and families, and this often involves event experiences. We will sacrifice more money to have more “free time”»* (Getz, 2007, pp. 19-20). Contudo, a definição de evento não é clara nem consensual, mesmo no seio da comunidade académica, na verdade, são muitos os autores que avançam com definições divergentes em relação à temática.

Perante isto, um evento pode ser definido como *“qualquer coisa que aconteça, diferentemente de qualquer coisa que exista”* ou *“uma ocorrência, especialmente de grande importância”* (Watt, 2004, p. 15). Para McDonnell *et al.* (1999, citado por Yeoman *et al.*, 2004, p. 54) eventos são *“specific rituals ... or celebrations that are consciously planned and created to mark special occasions”*, enquanto que para Douglas *et al.* (2001, citado por Yeoman *et al.*, 2004, p. 54), festivais e eventos são *“for people come together to celebrate, to demonstrate, to worship, to honour, to remember, to socialize ...”*.

Segundo Getz (2007) é impossível replicar um evento, pois como ele próprio define, este é único e só ocorre uma vez. Porém, estes acontecimentos planeados podem apresentar semelhanças no que diz respeito à sua forma e ambiente, no entanto as pessoas e o próprio programa determinam a tangibilidade e a diferença destes. Por outro lado, as expectativas, humores e atitudes dos convidados ou participantes alteram-se de evento para evento, assim

como a experiência no mesmo, independentemente do programa ou da configuração. Desta forma, a singularidade dos acontecimentos torna o evento uma experiência única *"uma vez na vida"*, motivo de orgulho para quem aposta numa imagem atractiva e diferenciadora.

Getz (2005) sugere ainda que existe um princípio aplicável a todos os eventos, isto é, que todos eles são temporários. O mesmo autor, reforça a ideia de que devido à vasta amplitude da indústria dos eventos, é cada vez mais difícil estabelecer uma definição que englobe todas as tipologias de eventos existentes. Goldbatt (2005, p. 6), um dos pioneiros na literatura de referência, destaca o aspecto humano dos eventos, definindo-os, como *"um momento único no tempo, comemorado como uma cerimónia ou ritual para satisfazer as necessidades específicas"*.

Para além das definições apresentadas anteriormente, Mossberg (2000, citado por Dias, 2012, p. 23) *"aponta alguns factores que devem estar sempre presentes para diferenciar um acontecimento de um evento, como a frequência (um evento deve ser algo único - one-time event - ou, se recorrente, de duração limitada, não sendo realizado mais do que uma vez por ano), a posse de uma estrutura organizadora (um programa e um corpo organizador) e participativa (participantes e aberto ao público), e pressupor a obtenção de objectivos – para além de objectivos intrínsecos, próprios dos organizadores (objectivos internos), um evento é organizado para promover, criar interesse e potenciar economicamente o local/região/país onde se realiza."* Por outras palavras, o autor reforça novamente a ideia de que o evento está inteiramente associado a uma experiência única.

Contrariamente, Jago e Shaw (1998) expressam uma outra visão, baseada no contexto turístico, construída com base numa pesquisa que explorou e desenvolveu um quadro de definições para eventos especiais. Nesta pesquisa, foram estabelecidos seis princípios base que deveriam estar presentes em eventos especiais, entre os quais: atrair turistas; desenvolver o turismo, quer sejam de duração limitada, acontecendo uma só vez, ou de infrequente ocorrência; sensibilizar a imagem ou perfil de uma região; e oferecer uma experiência social. Como breve definição de um evento especial, que já congregue os elementos descritos na frase anterior, os dois autores caracterizam-no como *"um evento raro de duração limitada que ocorre e fornece ao consumidor uma oportunidade de lazer e social, além da experiência quotidiana. Tais eventos, que atraem, ou têm potencial para atrair os turistas, muitas vezes são realizadas para aumentar a visibilidade, a imagem ou a consciência de uma região"* (Jago & Shaw, 1998, p. 29).

Finalmente, para Hall (1992), os eventos são acontecimentos rotineiros que assinalam e identificam realidades sociais individuais e colectivas.

A Tabela 1 realça os pontos comuns das definições apresentadas.

Tabela 1 - Estudo comparativo das definições do conceito

Fonte: A autora

Característica em comum	Autores
Duração limitada	Mossberg (2000); Getz (2007) Hall (1992); Jago e Shaw (1998)
Tema base	Mossberg (2000); Getz (2007)
Proporcionam benefícios à comunidades locais, bem como aquelas que estão envolvidas	Mossberg (2000); Hall (1992); Jago e Shaw (1998)
Envolvem um vasto número de participantes	Mossberg (2000); Getz (1997); Jago e Shaw (1998)
Requerem planeamento	Mossberg (2000) e Getz (2007)
Momento único	Goldbatt (2005); Getz (2007); Moosberg (2000)

2.1.2. Tipologia de Eventos

Pela mesma razão que foi introduzido o conceito “evento”, é importante nesta fase mencionar os vários tipos de eventos existentes, uma vez que estes são já um fenómeno tão complexo que é capaz de abranger diversas categorias. Entre os vários eventos que fazem parte da vida quotidiana, podem enumerar-se feiras, congressos, eventos desportivos, eventos religiosos, festas, banquetes, etc.

Os eventos podem ser caracterizados de acordo com a sua dimensão e escala.

São inúmeros os autores que decidiram agrupar os muitos eventos, porém destacam-se Bowdin *et al.* (2006, p. 19) que os dividiram em “*major events, mega-events, hallmark events and local/community events*” (Figura 6).



Figura 6 - Categorização de eventos segundo Bowdin *et al.*

Fonte: Bowdin *et al.* (2006, p. 16)

Seguidamente, importa abordar cada uma das tipologias enunciadas.

Primeiramente, os *local community events*, que são eventos criados e desenvolvidos pela e para uma comunidade local. Estes eventos trazem benefícios à comunidade onde se inserem, nomeadamente orgulho e o sentimento de pertencer a um local (Bowdin *et al.*, 2006). Janiskee (1996, citado por Bowdin *et al.*, 2006, p. 16), define *local community events*, como: «*family-fun events that are considered “owned” by a community because they use volunteer services from the host community, employ public venues such as streets, parks and schools and are produced at the direction of local government agencies or nongovernment organizations (NGOs) such as service clubs, public safety organisations or business associations*».

Os *major events*, em contrapartida, são aqueles que devido à sua grande escala e dimensão, conseguem atrair grandes audiências, bem como uma forte cobertura mediática e enormes benefícios económicos para os *stakeholders*.

Os *hallmark events* são eventos que segundo Bowdin *et al.* (2006), se tornam tão identificados com o espírito da cidade ou região, que se convertem num sinónimo ou marco do nome do local, adquirindo assim um reconhecimento generalizado. O *Carnaval do Rio*, a *Volta à França* ou até mesmo o *Oktoberfest* (Munique) são exemplos de *hallmark events*. Getz (2005, pp. 16-17) descreve ainda a capacidade que este tipo de eventos têm em fornecer uma vantagem competitiva às *host communities*, «*The term “hallmark” describes an event that possesses such significance, in terms of tradition, attractiveness, quality or publicity, that the event provides the host venue, community or destination with a competitive advantage. Over time the event and destination can become inextricably linked, such as Mardi Gras and New Orleans*».

Para além destes dois autores, também Ritchie (1984, citado por Hall, 1989, p. 263) define esta tipologia de eventos como: «*Major one-time or recurring events of limited duration, developed primarily to enhance the awareness, appeal and profitability of a tourism destination in the short and/or long term. Such events rely for their success on uniqueness, status, or timely significance to create interest and attract attention*».

Os *mega-events* são, de acordo com Bowdin *et al.* (2006), eventos de grande dimensão e com um forte investimento económico. Estes são capazes de revolucionar não só a economia do local onde se inserem, mas também a do país, podendo até ter um impacto global. Este tipo de eventos, do mesmo modo que geram um grande impacto económico, trazem também um grande prestígio e cobertura mediática à comunidade local. Por esta razão são eventos que requerem o preenchimento de uma *BID* (candidatura). Os *Jogos Olímpicos*, o *Euro 2004* e a *Expo 98*, podem ser considerados mega eventos. Getz (2005, p. 18) reforça a opinião dos anteriores

autores, dizendo que, “Mega-events, by way of their size or significance, are those that yield extraordinarily high levels of tourism, media coverage, prestige, or economic impact for the host community, venue or organization”.

Como forma de sintetizar os conceitos anteriormente descritos, apresenta-se uma tabela comparativa dos conceitos (Tabela 2).

Tabela 2 - Análise comparativa das tipologias de Eventos

Fonte: Adaptado de Hall (1989, p. 265)

<u>Escala de Impacto</u>	<u>Descrição do Evento</u>	<u>Exemplos</u>	<u>Target/ Público-alvo</u>	<u>Maior nível de envolvimento financeiro público</u>	<u>Organização e liderança</u>	<u>Impactos económicos e sócias do evento na comunidade local</u>
	Mega-event	<i>Jogos Olímpicos</i>	Internacional	Nacional	Estabelecimento de autoridades especiais por parte do governo	Investimento empresarial internacional em instalações para eventos
		<i>World Fairs/ Feiras Mundiais ou Expo</i>				
	Special Event	<i>Grand Prix/ Evento de corrida de carros ou Fórmula1</i>	Internacional/ Nacional	Nacional/ Regional	Coordenação entre os vários níveis de governo	Evento pode ser usado para o desenvolvimento urbano e promoção turística
		<i>America's Cup/ Copa américa de regatas</i>				
	Hallmark Event	<i>Australia Games</i>	Nacional	Nacional/ Regional	Envolvimento local limitado A liderança é assumida pelo governo	Vazamento de lucros vindos da comunidade local
		<i>Festival of Perth/ Festival das Artes</i>	Regional (Província ou Estado)	Regional/Local	Papel importante para os órgãos regionais de turismo, empresas locais e do governo	O investimento empresarial é significativo para a execução de evento
<i>Wellesley Apple and Butter Festival/ Evento gastronómico</i>		Local	Local			
Community event	<i>Community Fêtes and Street Parties/ Festas dadas pela vizinhança</i>	Evento criado pela e para a comunidade local	Mínimo envolvimento do governo local	Controlo local	Fortalecimento da identidade local	

Uma vez que seria impraticável comportar neste trabalho uma análise mais pormenorizada das várias tipologias de eventos, pois isto conduziria a um desvio do foco principal de investigação, posteriormente será abordada a temática dos eventos culturais, onde se inserem os eventos musicais e, mais concretamente os festivais de música.

2.1.3. Dos Eventos Culturais aos Eventos Musicais

A palavra cultura provém do latim – *colere* e significa cultivar. Deste modo, a cultura pode ser entendida como um processo que engloba conhecimentos, arte, leis morais, costumes, hábitos e aptidões adquiridas pelo homem, não apenas na sua vida familiar, mas também em contacto com a sociedade, tal como afirma Schultz e Lavenda (2005, p. 4):

“(...) sets of learned behaviour and ideas that human beings acquire as members of society”

“(...) central to the explanations of why human beings are what they are and why they do what they do”

O principal objectivo destes eventos é a celebração ou a confirmação da cultura. É, de enfatizar que os eventos culturais podem assumir inúmeras formas: carnavais, celebrações religiosas, comemorações, eventos artísticos ou festivais, entre muitos outros. É, baseado nesse facto que Raj *et al.* (2009) afirmam que este tipo de eventos podem desempenhar dois papéis distintos - o da integração das comunidades e o de permitir que indivíduos ou turistas, muitas vezes de outras culturas, se juntem e participem no espectáculo.

Actualmente, os eventos culturais estão cada vez mais conotados como eventos capazes de atrair grandes massas, como é o caso do *Festival de Edimburgo*, e simultaneamente, agregados ao turismo e em gerar actividade económica. São muitas as empresas e organizações (tanto privadas como públicas) que desde cedo perceberam as suas potencialidades e por isso desenvolveram festivais com reputações invejáveis, capazes de fazer frente às necessidades do mercado. Como tal, o turismo cultural não tem apenas como objectivo “entreter” o turista, mas sim prolongar a sua estada no local. É, nesta vertente que os eventos culturais vêm dinamizar o destino turístico, trazendo-lhe mais vida e notoriedade. Algumas cidades acolhem este tipo de eventos, na expectativa de promoverem o desenvolvimento da própria cidade e melhorarem a sua imagem. *“As a result, many cities develop or host such events in an attempt to improve their image, stimulate urban development, attract visitors and investments, and revitalize their economies”* (Getz, 1991; Richards & Wilson, 2004, citado por Shani *et al.*, 2009, p. 90).

Os festivais, integram os eventos culturais e são considerados expressões de suma importância da actividade humana, que contribuem muito para a vida social e cultural, estando inteiramente relacionados ao turismo e em gerar actividade económica para as comunidades de acolhimento, tal como afirma Allen *et al.* (2005). Esta modalidade de eventos, tem como objectivo salientar o que de melhor a comunidade tem para oferecer, nomeadamente festivais de carácter gastronómico, artesanal, de cinema, etc.. Porém, dos referidos precedentemente, os que se destacam são, sem margem para dúvida, os de índole musical. “*Attendance at festivals and cultural events is driven by a motivation to experience cultural exploration, novelty-regression, group socialization, external interaction, and socialization*” (Crompton & McKay, 1997, citado por Shani *et al.*, 2009, pp. 89-90).

Os eventos musicais, ao contrário do que antes acontecia, têm um carácter para além do comercial. “*Music festivals in particular promote a sense of belonging to the crowd*” (Raj *et al.*, 2009, p. 14).

Em síntese, importa acrescentar que os eventos musicais são, por si só, considerados um atractivo para uma determinada região, bem como um produto ou subproduto turístico. Em Portugal são já muitos os casos de festivais de música que “arrastam” multidões a um determinado local.

2.1.4. Festivais de Música

2.1.4.1. Definição

Os festivais de música são “*períodos formais ou programas de actividades de fruição, entretenimento, ou eventos que têm um carácter festivo e que celebram publicamente algum conceito, acontecimento ou facto*” (Janiskee, 1980, citado por Sarmiento, 2007, p. 10). Os eventos musicais, para além das características que os uniformizam, “*concentram-se num espaço de tempo curto, num espaço geralmente delimitado e têm uma intensa programação musical*” (Abreu, citado por Sarmiento, 2007, p. 10), também têm características que os distinguem, até mesmo ao nível do mercado dos festivais, como o tipo de música, o cartaz, a duração, o local, etc. Foi nesta perspectiva, que a *South East Arts* (1998, citada por Bowdin *et al.*, 2006, p. 19), categorizou os festivais artísticos, em seis grupos, segundo a sua região, propósito e dimensão: *high-profile general celebrations of the arts* (celebrações em geral de alto nível das artes); *festivals that celebrate a particular location* (festivais que celebram um determinado local); *art-form festivals* (festivais em forma de arte); *celebration of work by a community of interest* (celebração do trabalho de uma comunidade de interesse); *calendar*

(calendário); *amateur arts festivals* (festivais de artes amadoras); e *commercial music festival* (festivais de música comercial).

Os festivais de música, como foi mencionado anteriormente, têm sempre uma duração superior a um dia, logo é fulcral que exista uma boa relação entre a população local, a organização e os participantes, como defende Getz (1997, citado por Sarmento, 2007, pp. 10-11) o “*sucesso destes eventos depende mais do entusiasmo das comunidades locais e da capacidade dos organizadores, do que do património natural e construído do local*”. Na maioria das vezes o que o participante encontra no local é muito superior ao esperado. Isto deve-se, em parte, ao ambiente que é criado para o acolher.

Contudo, estudos realizados no âmbito dos festivais, mais concretamente, nos impactos destes nas comunidades locais, referem alguns aspectos negativos como o aumento dos preços dos bens e serviços durante a época do festival, congestionamentos de trânsito e problemas de estacionamento (Tosun, 2002, citado por Sarmento, 2007).

Como forma de completar a definição, Stone (2009) acrescenta que o termo não comporta apenas eventos pagos, mas também aqueles com entrada gratuita, quer sejam realizados no interior ou exterior do recinto, com duração de algumas horas ou estendendo-se por vários dias.

Finalmente, Martinho e Neves (1999, citado por Dias, 2012, p. 35) declaram que os festivais de música são “*eventos de carácter plurianual, cujo programa é essencialmente integrado por concertos e recitais, realizados em diversos recintos*”. Em contrapartida, Bowen e Daniels (2005) afirmam que os festivais de música são muito mais que concertos, no fundo são manifestações em que a música é parte integrante da cultura.

Estabelece-se a ponte entre as diversas definições apresentadas pelos autores, podendo destacar que os festivais de música são como diz Getz (2005, p. 21) “*... a public, themed celebration*” e que ao mesmo tempo são “*attractions, image-makers, animators of static attractions and catalysts for further development. They can be seen to minimize negative impacts of mass visitation and foster better host-guest relations. Festivals can lengthen tourist seasons, extend peak season or introduce a “new season” into the life of a community*” (Getz, citado por Yeoman *et al.*, 2004, p. 33).

2.1.4.2. Características dos festivais

*“Music festivals not only provide the opportunity for people to think, feel and behave differently, but also encourage self-reflection and re-evaluation”*⁵

Dr. Packer

Os festivais nunca estiveram tão na moda como agora. De norte a sul de Portugal, e no estrangeiro, é cada vez mais significativo o número de festivais realizados anualmente, mas é principalmente na época estival – “Festivais de Verão”, que estes acontecem com maior frequência. De acordo com o Yeoman *et al.* (2004), os festivais são a maneira de celebrar a cultura particular de uma determinada aldeia, cidade ou região, e ao mesmo tempo são considerados como uma nova forma de turismo que contribui para a promoção do destino. Portanto, para os governos locais são uma importante fonte de receitas e, ainda, uma ótima forma de colocar uma região no "mapa do turismo".

De facto, os festivais não são todos iguais, pois tem características muito únicas que os distinguem, desde o tipo de público a que se destinam, dimensão do mesmo e até a forma como visam atrair os seus públicos. Para além dos aspectos referidos, estes podem ainda variar em termos económicos (lucrativos ou sem fins lucrativos), de abordagem (local, regional, nacional ou internacional) ou no que concerne ao objectivo, que pode ser em alguns casos, de entretenimento ou de educação. Pode dizer-se ainda que a essência de um festival é a sua orientação pública para a partilha de sentimentos e valores (Jafari, 2000, citado por Rivero, 2009).

Todavia, a assistência é outros dos parâmetros importantes e diferenciadores no que respeita aos festivais, sendo que podem variar entre poucos milhares, às centenas de milhares de participantes. Foram muitos os autores que resolveram categorizar os festivais relativamente à sua dimensão: «Festivais “boutique”, que permitem uma maior proximidade entre público e festival, com capacidade máxima de até 10 mil pessoas, segundo Anderton (2008), ou até 35 mil pessoas, segundo Haslam (2009); Festivais de dimensão média, com audiências entre 10 mil e 50 mil pessoas e Festivais de larga escala, com mais de 50 mil pessoas de audiência» (Dias, 2012, p. 35).

No que refere à organização dos festivais, Andersson e Getz (2009) avançam com uma teoria relativamente às três formas de gestão e organização de festivais, embora, por vezes, alguns

⁵ Fonte: <http://www.uq.edu.au/news/?article=23078>, consultado a 26 de Setembro de 2013.

destes eventos se encaixem em mais do que uma perspectiva. Os festivais considerados “bens públicos”, necessitam de financiamento por parte do governo. Nesta linha de pensamento, Hall (2005, citado Andersson & Getz, 2009) afirma que os governos têm diferentes estratégias para financiar este tipo de festivais, que se baseiam essencialmente em empreendedorismo, investimentos, incentivos e subsídios. A intervenção monetária feita por órgãos do governo é devolvida, na maioria dos casos, através de impostos, mas também de melhorias que são feitas nas infra-estruturas com o intuito de acolher o festival. Em outros casos, os festivais têm uma intenção de negócios marcada e são geridos por empresas privadas que têm o objectivo de obter lucro (chave para a continuidade a longo-prazo) com essas actividades. Finalmente, o terceiro tipo de gestão de festival centra-se em recorrer a associações sem fins lucrativos, ou seja, a um compêndio de membros com objectivos comuns e interesses que normalmente são geridos por um conselho não remunerado de administração.

Outros dos pontos relevantes a abordar é a tipologia de público dos eventos. Segundo Stone (2009, citado por Dias, 2012, p. 35) “(...) os festivais podem destinar-se a um público mais abrangente, denominado *mainstream*, ou podem ter uma amplitude mais limitada, tendo por objectivo captar um grupo ou nicho específico de mercado. Por outro lado, os festivais também se diferenciam pelo número de palcos ou actividades que possuem. Podem possuir vários palcos ou tendas, cada um com programação segmentada e contínua (*multivenuue festivals*) ou funcionarem com apenas um palco (*one-track festival*)”.

Do mesmo modo que é pertinente evidenciar a tipologia de público, é essencial perceber as suas motivações para se deslocarem e assistirem a determinado festival. É, nesta perspectiva que Pearce (2005, citado por Pegg & Patterson, 2010, p. 86), evidencia a importância do estudo das motivações no âmbito do desenvolvimento turístico, “*the study of motivations was fundamental and basic to the study of tourism development*” no entanto, Thrane (2002, citado por Pegg & Patterson, 2010) argumenta que grande parte da pesquisa na área da gestão de festivais tem-se concentrado principalmente sobre os impactos económicos, isto é, na despesa por participante, tal como refere Wood (2005, citado por Pegg & Patterson, 2010, p. 86), “*These studies have often been centered on the expenditure of money by the attendees and participants and changes in the turnover of businesses in both the short and long term*”. Um dos primeiros estudos documentados neste âmbito, foi realizado por Formica e Uysal (1996, citado por Pegg & Patterson, 2010). O mesmo estudo pretendia segmentar os visitantes do *Umbria Jazz Festival* (Itália). Os pesquisadores compararam esses segmentos com base em motivações de atendimento e características sociodemográficas, sendo que para isso recorreram a uma análise de 23 itens de motivação, que foram adoptadas a partir

de um estudo anteriormente efectuado por Uysal, Gahan e Martin (1993, citado por Pegg & Patterson, 2010). Neste estudo conclui-se acerca das 5 principais motivações, especificamente, excitação e emoção; socialização; entretenimento; evento novidade; e união familiar.

Apesar de já ter sido mencionado que a música é o foco principal destes eventos, o certo é que muitos festivais optam por incluir na sua programação outros elementos performativos e de animação, geralmente relacionados com a temática adoptada pelo festival (como sendo apresentações de teatro, dança, circo, declamação de poesia, etc.). Na verdade, o ponto alto dos festivais é sobretudo a época de Verão. Consequentemente, as áreas rurais são cada vez mais procuradas, primeiramente porque reúnem zonas amplas para a realização do festival, em segundo lugar porque permitem a criação de zonas de campismo anexas ao recinto, e por último, por se encontrarem afastadas (a largos metros das povoações), o que é um aspecto positivo quando se trata de festivais que se prolongam pela noite dentro.

No que concerne a este tema, importa salientar que numa entrevista à revista *Visão*⁶, Luís Montez, fundador da *Música no Coração* (empresa organizadora de eventos musicais há largos anos em território nacional), referiu que a crise económica aliada à crise profunda da venda de discos, contribuiu para uma maior oferta em termos de artistas, uma vez que, segundo ele, os artistas precisam dos concertos para sobreviver. Isto traduz-se, portanto, numa intensificação do número de festivais, sendo que existem já mais de 600 festivais inscritos na *Associação Europeia de Festivais*, a maioria deles de *pop rock*. A mesma fonte frisa que a situação económica do país, conduz a que muitas pessoas optem por não sair de Portugal, o que na prática se reflecte numa maior probabilidade de consumirem este tipo de eventos.

Em Portugal (assim como um pouco por todo o mundo) o mercado dos festivais cresceu significativamente, principalmente a partir da década de 90, sendo muitos os casos de sucesso. A tipologia de festivais de música passa já pela electrónica (o caso do *Tomorrowland*, na Bélgica e do *Ultra Music Festival*, em Miami), *heavy metal* (*Bang Your Head!!!*, na Alemanha), *reggae* (*Rototom Sunsplash*, Espanha), *pop/rock* (*Download Festival*, Inglaterra ou *Optimus Alive*, Portugal) ou *world music* (FMM, Portugal).

Para finalizar, é essencial realçar que não só de festivais comerciais vive o mercado, mas também dos ditos apoiantes de causas humanitárias e sustentáveis - um exemplo deste tipo de

⁶ Fonte: <http://visao.sapo.pt/entrevista-luis-montez-ao-vivo=f673551#ixzz2gNxSYEmn>, consultado a 30 de Setembro de 2013.

festival é o *Rock in Rio*, que para além de apoiar causas sociais, apoia ainda causas sustentáveis através de projectos como a plantação de 75 mil árvores até 2016⁷. “Na conferência de imprensa de apresentação da primeira edição portuguesa do Festival, a organização doou 250 mil euros a uma organização que apoia crianças desfavorecidas - «Child Reach»⁸”.

2.1.5. A História dos Eventos Musicais

Os eventos são acontecimentos que se caracterizam pela deslocação de um grupo de pessoas a determinado local para participarem, assistirem ou serem parte activa na acção, tal como afirma Meirelles (1999, p. 30):

"A reunião caracteriza-se como o embrião de todos os tipos de eventos. Trata-se do encontro de duas ou mais pessoas, afim de discutir, debater e solucionar questões sobre determinado tema relacionado com as suas áreas de actividade".

Ora, uma vez que a dissertação aborda o tema dos eventos, mais precisamente os de índole musical, importa conhecer um pouco da história e origem dos mesmos. O “nascimento” do conceito evento surge da necessidade que o homem tem de socializar com outras pessoas; de viver em grupo; de partilhar emoções; de comemorar vitórias; de trocar experiências e vivências; de homenagear feitos históricos, entre outras motivações.

Provavelmente, o mais antigo dos eventos da história da humanidade ocorreu há milhares de anos, quando um grupo de primitivos se reuniu em torno de uma fogueira para comemorar uma caçada. Os eventos sofreram evoluções significativas desde aí, vivenciando assim os diversos períodos da história da civilização.

Segundo Matias (2007) a primeira documentação encontrada relativamente ao que hoje designamos de turismo de eventos, remonta à Época da Antiguidade (Era Antiga) e diz respeito aos *Jogos Olímpicos*, realizados em honra a Zeus, na cidade de Olímpia (Grécia), no ano de 776 a.C. Devido ao sucesso, o evento passou a ser realizado de quatro em quatro anos, expandindo-se a outras cidades gregas, como Delfos e Corinto. Consubstancia-se a existência de documentos que evidenciam que incluíam no seu programa apresentações musicais, e pensa-se

⁷ Fonte: <http://greensavers.sapo.pt/2012/03/13/renascenca-oryzon-energias-e-rock-in-rio-vaio-plantar-75-mil-arvores-ate-2016/>, consultado a 23 de Outubro de 2013.

⁸ Fonte: <http://www.guiacidadade.pt/pt/art/rock-in-rio-lisboa-um-festival-com-causas-humanitarias-1563-11>, consultado a 23 de Outubro de 2013.

até que poderão ter sido dos primeiros festivais conhecidos em toda a história da humanidade. Estas datas quando intercaladas, estruturavam o designado "Calendário de Eventos", permitindo que todos os gregos, indistintamente, empreendessem pelo menos uma viagem por ano.

Estas práticas, já existentes na Grécia, tiveram continuidade no Império Romano. Em Roma, Júlio César, mandou projectar e construir um monumento de 3 andares, com pórticos e colunas e com capacidade para 87 mil pessoas. Neste monumento que é actualmente o cartão-de-visita da cidade, eram apresentadas muitas *performances* pouco comuns na época, como animais exóticos, engolidores de fogo e gladiadores. Outros dos eventos que marcou a Antiguidade, foi o aparecimento do carnaval, com as *Festas Saturnálias*, instituídas em 500 a.C..

Em contrapartida, e segundo Matias (2007), na Idade Média foi dada pouca importância aos eventos. No entanto houve três tipos que se destacaram: de carácter religioso - de realçar o concílio, que era o nome dado às reuniões eclesiais, ou seja, à reunião de membros do clero, com o objectivo de estudar, debater e discutir temas relacionados com a doutrina e dogmas da Igreja Católica; de natureza teatral - produzidos com o objectivo de quebrar a monotonia dos rituais e missa; e de índole comercial – realização de feiras que visavam angariar clientes, através da exposição de produtos cultivados ou manufacturados pelos expositores; eram também grandes centros de convívio. Contudo, esta época ficou ainda associada aos constantes banquetes (com música, número de magia, dança, encenações) dados pela nobreza/rei; e pelos torneios entre cavaleiros (onde não faltava música e animação no intervalo dos duelos).

Com a Revolução Industrial surge uma transformação nos eventos e na vida do homem, consequência do aparecimento da máquina a vapor, que vem substituir em grande parte o seu trabalho. O desenvolvimento de novos meios de transportes e comunicação, aliado ao aumento do tempo livre, intensificou o fenómeno do turismo e simultaneamente as deslocações em prol da presença em eventos, muitas vezes motivadas pela busca do conhecimento – eventos técnicos.

Concretizando, os desenvolvimentos que ocorreram no século XX, nomeadamente ao nível dos meios de transporte e comunicação, foram a mola propulsora do desenvolvimento dos eventos, transformando-os numa fonte económica e social, capaz de gerar empregos e movimentar a economia. Este fenómeno potencializou a criação de novos postos de trabalho e consequentemente maior poder económico que pôde ser utilizado em actividades de lazer (ex. eventos).

Perante o cenário apresentado, começam a sobressair os megaeventos, destacando-se os *Jogos Olímpicos* da *Era Moderna* (1896) e o *Mundial de Futebol* (1928). No seguimento dos mesmos, surgem os festivais, muitos deles defensores e impulsionadores de ideais. Neste contexto, o *Woodstock* é talvez dos melhores exemplos da tipologia de festival enunciada, facto que o tornou um dos festivais *hippies* mais emblemáticos e contracultura da década de 60. O mesmo realizou-se em 1969, reunindo cerca de 500 mil pessoas em torno do *slogan* de "*três dias de música e paz*". Segundo Andy Bennet, um dos seus criadores, o impacto do festival foi de tal dimensão, que o seu *slogan* continuou a ser lembrado décadas depois (Bennet, 2004). Todavia, o festival que mais espectadores acolhe mundialmente (800.000 e 1.000.000), de acordo com o *Guiness World Records*, é o Summerfest, realizado 11 dias por ano, em Milwaukee, Wisconsin. Efectivamente, estes festivais foram considerados os maiores à escala mundial, enquanto que o Festival anual de *Pinkpop* (Holanda) recebeu o estatuto do mais antigo.

2.1.6. O Turismo e o Mercado dos Festivais

O Turismo assume-se como um sector verdadeiramente importante na economia nacional. As vantagens competitivas de Portugal são o clima favorável, o povo hospitaleiro, a multiplicidade de paisagens e, sobretudo, a sua cultura e história. Este conjunto de factores sustenta a aposta numa oferta turística qualificada e estruturada, capaz de satisfazer os seus visitantes. De acordo com o PENT (2007) - documento que contém as linhas de desenvolvimento estratégico para o sector turístico português, os eventos são referidos como importantes pela capacidade de reforçar a imagem de um destino e de enriquecer a experiência de um visitante. Concomitantemente, o mesmo documento ilustra os benefícios destes acontecimentos na economia nacional. *"Dinamização de um calendário nacional de eventos que assegure a notoriedade do destino e o enriquecimento da experiência do turista. Em cada década, Portugal deverá assegurar a organização de megaeventos de grande projecção internacional e/ou reestruturadores da oferta. No que diz respeito aos grandes eventos promocionais é necessário promover um calendário de eventos para promoção internacional e de suporte ao Turismo de Negócios. Finalmente é necessário assegurar animação local, em particular nas Zonas Turísticas de Interesse"* (IP, 2007, p. 94). Aquando da revisão deste documento, o papel dos eventos na economia nacional, foi reforçado (Tabela 3): *"A aposta na dinamização de um calendário de eventos que assegure a notoriedade do destino e o enriquecimento da experiência do turista deve ser mantida. O modelo de apoios ao financiamento de grandes eventos será alinhado e ponderado de acordo com a contribuição de cada acontecimento para o Turismo nacional, garantindo capacidade de investimento na sua promoção"* (IP, 2011, p. 44).

Tabela 3 - Quadro correspondente à dinamização do calendário de Eventos

Fonte: PENT (2011, p. 44)

1. Megaeventos	<ul style="list-style-type: none"> - Promover a organização de um a dois megaeventos em cada década que contribuam para a reestruturação da oferta e/ ou projecção de um destino - Monitorizar continuamente os megaeventos internacionais e coordenar com potenciais promotores nacionais 	Calendário nacional de eventos (10 a 12 eventos)	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção do calendário nacional (selecção dos principais 10 a 12 eventos regionais, assegurando oferta de eventos todo o ano) de grandes eventos (<i>media</i> internacional)
2. Grandes eventos promocionais	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar e promover um calendário nacional de 10 a 12 grandes eventos para promoção internacional (atração de turistas e suporte ao turismo de negócios) - Organizar e promover um calendário regional com cerca de 50 eventos, privilegiando a ligação aos conteúdos da região 	Calendário regional de eventos (mais de 50 eventos)	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção de um calendário regional de eventos com enfoque nas regiões de Lisboa, Algarve e Madeira – aposta em eventos de atracção nacional
3. Animação local	<ul style="list-style-type: none"> - Assegurar e promover localmente um calendário de animação local nas principais zonas turísticas 	Calendários Temáticos	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar e promover calendários nacionais de eventos por tema: Cultura; Música; Gastronomia e Vinhos; Desporto; Religião; Feiras Profissionais

Neste contexto, a presente investigação incide na compreensão da área dos eventos enquanto produto turístico e dinamizador do nosso país. Todavia, será dado especial enfoque à indústria dos eventos musicais e, em particular, aos festivais de música. Por conseguinte, o impacto positivo da indústria dos eventos na economia dos países deve-se à atracção de visitantes, que permite o aumento da despesa ao nível das estadias médias e ainda contribui para diminuição da sazonalidade no turismo (Getz, 1997). Segundo a agência de notícias Mintel (2008), estima-se que as viagens efectuadas com o objectivo de participar em eventos musicais sejam responsáveis por cerca de 72 milhões de viagens turísticas anuais. No caso específico português, os festivais de música acentuam a sazonalidade uma vez que grande parte deles se realizam no Verão mas, em contrapartida, contribuem para uma diversificação da oferta, para além do habitual produto turístico Sol e Mar.

Estudos realizados recentemente no âmbito do turismo (Mintel, 2008) revelam que actualmente existem eventos musicais que atraem mais de 100 mil participantes em diversos locais do mundo, dando o exemplo do *Festival de Glastonbury* (Reino Unido), e do *New Orleans Jazz Festival*,

(E.U.A.). O fundador do *Festival de Glastonbury*, Michael Eavis, afirma estar orgulhoso pelo facto do seu festival contribuir com mais de £ 100.000.000 para a economia anual (UK Music [s.d.], p. 3).

Em consequência do aumento das deslocações com o propósito de estar presente num evento musical, a fonte citada desenvolve uma definição de turista musical⁹. No Reino Unido, esta tipologia de turismo, apresenta já um forte peso na economia do país (Figura 7), “(...) *we calculate that, on average, music tourists make up 41% of the audience at large concerts and 48% of people at music festivals.*” (UK Music [s.d.], p. 6).

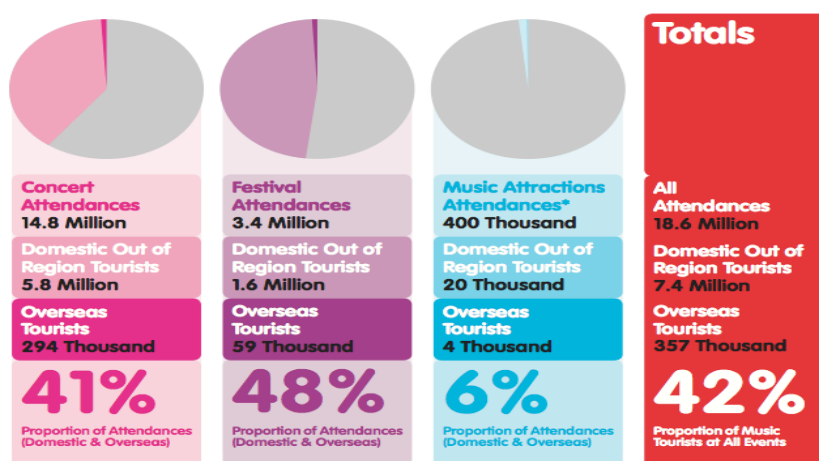


Figura 7 - Distribuição dos Participantes em Eventos Musicais no Reino Unido

Fonte: UK Music [s.d.]

Fazendo agora uma breve análise do caso português, é possível concluir, de acordo com estudos realizados pelo INE (2011)¹⁰ que os eventos musicais ocupam já um lugar de destaque enquanto fenómeno cultural, nomeadamente os concertos de música rock/pop a que assistiram 1,5 milhões de espectadores, gerando receitas de bilheteira no valor de 23,7 milhões de euros, o que representa cerca de 42,5% no total das receitas de todas as modalidades de espectáculo consideradas. O preço médio do bilhete de ingresso nesta tipologia de evento é cerca de 28,6 € (Gráfico 1).

⁹Este conceito traduz-se em qualquer viajante doméstico ou internacional cujo principal objectivo da viagem é participar (normalmente como espectador) em eventos relacionados com música (normalmente festivais e concertos), ou de visitar um destino para conhecer a música daquele país ou visitar locais históricos relacionados com a música).

¹⁰ Fonte: http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=149181316&PUBLICACOESstema=00&PUBLICACOESmodo=2, consultado a 14 de Setembro de 2013.

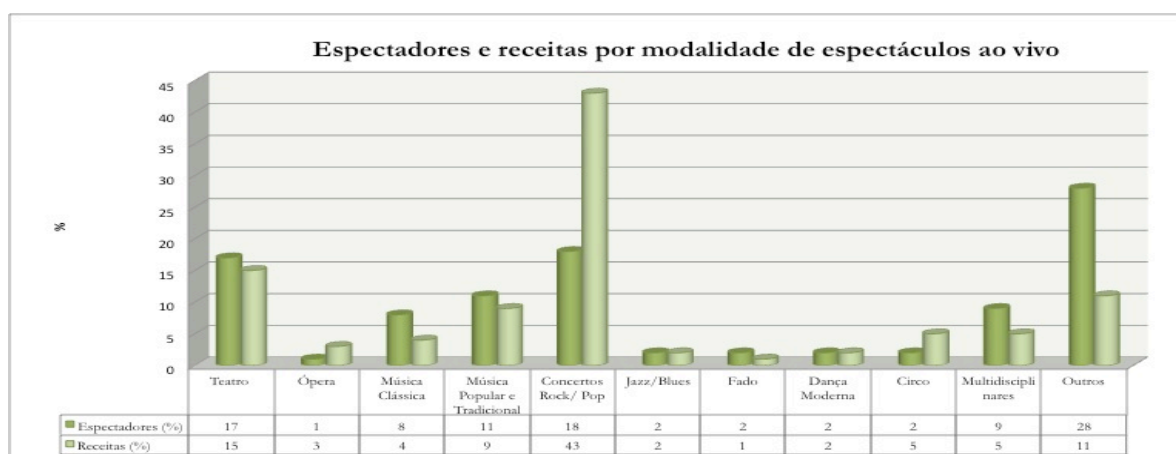


Gráfico 1 – Dados referente a espectadores e receitas por modalidade de espectáculos ao vivo, em 2011

Fonte: INE (2011)

Em Portugal, os eventos musicais parecem ser alheios à crise. De acordo com a notícia avançada pela *Clix*¹¹, os Festivais de Verão receberam em 2011 cerca de 630 mil pessoas (ano em que se realizou o *Rock in Rio*), sendo que o *Optimus Alive* (160 mil pessoas) e o *Sudoeste TMN* (200 mil pessoas) foram líderes de bilheteira. Desta forma, a avaliação e gestão do risco nos eventos assume-se como temática fulcral uma vez que são particularmente susceptíveis de riscos, e portanto tudo deve ser analisado ao mais ínfimo pormenor, desde recintos; público; *staff*; montagens; transporte de equipamentos; e atmosfera do evento (agitação e entusiasmo do público, consumo de álcool e drogas, etc.).

2.1.7. Planeamento de Eventos Musicais

Segundo conhecimentos adquiridos na formação académica, a fase de planeamento de um evento é um processo indispensável para o sucesso do mesmo. Planear é a acção de estabelecer metas e decidir sobre qual a maneira mais correcta e eficaz de alcançá-las. Primeiramente, importa saber que este procedimento, embora demorado, é algo que sendo bem feito evitará problemas numa fase mais avançada do evento.

O Planeamento nos eventos é subdividido em três categorias: estratégico, tático e operacional. Relativamente ao estratégico, importa mencionar que engloba igualmente as fases da avaliação interna e externa; o estudo de viabilidade; os objectivos gerais e específicos; os factores críticos de sucesso; e o desenvolvimento do conceito do evento.

¹¹ Fonte: <http://cotonete.clix.pt/noticias/body.aspx?id=48483>, consultado a 12 de Janeiro de 2013.

Seguidamente, o plano tático foca-se na elaboração ao nível intermédio (nas áreas funcionais) pela definição das orientações ao nível operacional, e por fim no estabelecimento de prazos médios de actuação.

Por último, o plano operacional abrange todos os recursos necessários para o seu desenvolvimento e implementação, assim como os procedimentos a serem adoptados, as tarefas e operações, os prazos de realização e os responsáveis pela sua execução.

Posteriormente, será apresentado um modelo de planeamento que pode ser adaptado à área de estudo - festivais de música. De salientar, que este será apenas um exemplo, uma vez que a fase de planeamento varia de caso para caso. O processo inicia-se com a avaliação externa, ou também designada de estudo de mercado. Nesta fase, o gestor de eventos ou a organização do festival irá averiguar quais as necessidades ou interesses deste tipo de consumidores. Por conseguinte, será efectuado um estudo sobre a oferta existente, ou seja, se existem festivais do género, em que datas se realizam e em que local. Desta maneira será possível apurar potenciais públicos-alvo (o tipo de consumidor que se interessa pelo produto que estamos a criar). Para finalizar esta fase de avaliação externa, analisam-se os serviços e parcerias externas possíveis (por exemplo, ao nível dos *media*) e necessárias para a realização do evento.

Esta fase termina com a avaliação interna, que reflecte as motivações e mais-valias que a organização possui. Nesta jornada é indispensável a organização fazer um levantamento das potencialidades da oferta (recursos humanos, naturais e instalações); das limitações ao nível da organização; das próprias motivações individuais e organizacionais; e das ligações externas privilegiadas (serviços, *media*, etc.).

O estudo de viabilidade é outros dos pontos cruciais na fase de planeamento, uma vez que permite estimar se o investimento feito será rentável ou não. De acordo com Bowdín *et al.* (2006), este processo é desenvolvido através de dois tipos de modelos de análise: o *PEST(E)*, que averigua o contexto político, económico, social, tecnológico, entretenimento e do ambiente envolvente; e a análise *SWOT*, que analisa as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Após verificar que o evento é viável, evidencia-se o objectivo geral, que diz respeito ao propósito do evento, denominado por muitos gestores como a missão. Este complementa-se com os objectivos *SMART* (*Specific* - específicos; *Measurable* - mensuráveis; *Agreeable* - aprováveis; *Realistic* - realísticos e *Time Specific* - delimitados no tempo), que na realidade operam como fio condutor de toda a acção, orientando os procedimentos e medindo a evolução do

projecto e os aspectos do planeamento (Bowdin *et al.*, 2006). Outro aspecto a considerar no planeamento estratégico é o desenvolvido do conceito, que actua como o cartão-de-visita, onde se pode ler mais sobre o tipo de evento, a sua dimensão, a data e o local onde se vai realizar, a duração do mesmo, e elementos que diferem dos restantes existentes no mercado.

Imediatamente a seguir a este plano, executa-se o planeamento tático, que por outras palavras, consiste na conversão dos objectivos anteriores em realidade. Este plano deve ser construído com alguma flexibilidade de forma a evitar erros futuros. Como foi descrito anteriormente, esta etapa baseia-se em três funções principais: elaboração a nível intermédio - áreas funcionais (que corresponde ao desenvolvimento de objectivos específicos em áreas-chave como: recursos humanos, financeiros e físicos, logística, responsabilidade social, marketing, etc.); a definição das orientações para o nível operacional (consistindo na conversão dos objectivos, de forma a torná-los operacionais) e por fim, o estabelecimento de prazos médios de actuação (que se apoia na atribuição de datas para realização dos objectivos determinados anteriormente).

Finalmente, o plano operacional corresponde à descrição detalhada sobre o evento. O primeiro capítulo refere-se ao cronograma operacional. O segundo contém informações relativas à gestão da logística (recinto, transporte, *F&B* (Food & Beverage), programa, recursos materiais e humanos e mapeamento do espaço). O terceiro dedica-se aos recursos humanos (com uma tabela onde constam os colaboradores e respectivas funções, e com o *briefing* e *debriefing* que será dado ao *staff*). O quarto e o quinto são dirigidos aos recursos financeiros e ao plano de marketing, respectivamente. De referir, que em termos operacionais podem ainda integrar os planos de manutenção, de gestão e avaliação do risco e a conclusão. Resumindo, o planeamento operacional engloba todas as informações sobre os recursos necessários, os procedimentos a serem adoptados, as tarefas e operações, os prazos para a sua realização, os responsáveis pela execução e os resultados esperados.

2.1.8. Marketing de Eventos Musicais

O marketing de eventos “*é uma modalidade de marketing promocional que objectiva criar ambientes interactivos onde o negócio do patrocinador junta-se a potenciais consumidores, promovendo a marca e aumentando as vendas*” (Neto, 1998, p. 20).

A comunicação é parte fulcral de um evento, sendo que o marketing é considerado uma ferramenta essencial na sua promoção. Os eventos são detentores de características únicas e

específicas que marcam a diferença no momento de os comunicar ao público, pois trata-se da venda de um serviço e não de um bem tangível. Por conseguinte, as principais características prendem-se com: intangibilidade, visto que o produto só pode ser experimentado depois de ser adquirido; inseparabilidade, pois o serviço é primeiro adquirido e só depois experimentado, estando a produção directamente ligada ao consumo – evidencia-se que o consumidor associa um evento ao próximo e identifica-o com a reputação da agência organizadora; a precibilidade do produto turístico resulta de não haver uma segunda oportunidade; consistência, na medida em que a criação de um produto turístico deve ser capaz de satisfazer as necessidades do público; e ausência de propriedade, pois os eventos não pertencem a ninguém mas são desfrutados temporariamente por muitos.

Perante isto, é importante ter em mente que no marketing de eventos é vital “*ler as necessidades e motivações dos seus consumidores; desenvolver produtos que atendam a essas necessidades e construir um programa de comunicação que expresse a finalidade e o objectivo do evento*” (Hall, 1992, p. 136). Assim, a pesquisa de mercado é fundamental para compreender as motivações dos consumidores (Goldblatt, 1997).

A tentativa de entender a percepção que o consumidor tem relativamente aos eventos tem sido alvo de muitas pesquisas ao longo dos anos. Em Portugal, o *Talkfest*¹² desenvolveu um estudo em 2013 sobre festivais de música, em que objectivo era traçar o perfil do festivaleiro e compreender segundo Kotler (2001, p. 369) as preferências dos inquiridos face aos festivais existentes, isto é “*(...) the place the product occupies in consumers’ minds relative to competing products*”.

Inicialmente, defendia-se que somente o consumidor era o foco principal do marketing. No entanto, com o passar dos anos, esta ideia foi-se desmistificando, principalmente na área dos eventos, facto que se prende essencialmente com o crescimento e a diversidade de negócios de lazer, que exigem abordagens diferentes daquelas que eram praticadas; para além do reconhecimento das necessidades de marketing exclusivo e sem fins lucrativos; da crescente importância das comunidades locais; dos avanços tecnológicos; e da internacionalização, que veio criar oportunidades de entrar em novos mercados.

Como resultado dessa mudança, os *marketers* de eventos musicais e festivais para além das habituais funções (a análise cuidada do *target*; a estimativa de quantas pessoas irão ao evento; o

¹² Fonte: <http://www.noticiasominuto.com/cultura/189765/festivaleiro-e-mulher-jovem-e-compra-bilhete-pelo-cartaz>, consultado a 17 de Março de 2014.

preço que estão dispostas a pagar pelo ingresso; a pesquisa de eventos concorrentes que poderão satisfazer necessidades semelhantes; a decisão sobre a estratégia de promoção do evento; a decisão sobre os pontos de venda dos bilhetes; e a determinação dos parâmetros para julgar o grau de sucesso do evento em atingir os seus objectivos de marketing) têm agora a oportunidade de desenvolver novas estratégias através da aprendizagem de novos conhecimentos no que diz respeito ao marketing de serviços, à gestão da comunidade local, e à gestão de clientes (CRM). Os conhecimentos nesta área são uma mais-valia, tornando o gestor de eventos polivalente e fazendo com que este possa desempenhar duas funções em simultâneo - de gestor de eventos e de *marketeer*.

A diferença entre bens e serviços impõe uma necessidade constante de compreender o marketing de eventos, nomeadamente a gestão de pessoas (habilidades humanas e experiência) e a gestão de operações (por exemplo, layout do *website*, ingressos, filas, som e iluminação, e outras funções). Efectivamente, é necessária cooperatividade entre a organização e os vários departamentos do evento, com o efeito de satisfazer as expectativas dos consumidores.

Concomitantemente, o plano de marketing que envolve etapas distintas, como: segmentação e posicionamento no mercado; definição de objectivos de marketing mensuráveis; selecção de estratégias de marketing genéricas e projecção de uma estratégia de marketing-mix eficaz, deve obrigatoriamente ser congruente com os restantes planos integrantes do evento, estabelecendo uma sinergia entre os recursos de marketing, recursos humanos e gestão de operações. O sucesso do plano de marketing assenta na definição de objectivos bem delineados, "*Para o marketing ser uma disciplina de negócio benéfico, os seus resultados esperados devem ser definidos e mensuráveis*" (Cravens *et al.*, 2000, p. 272).

No que concerne à estratégia operacional do produto, recorre-se à adaptação feita por Getz (2005) relativamente à política de marketing-mix (4Ps - Produto, Preço, Promoção e Distribuição) defendida pelo professor EJ McCarthy, na década de 60. Assim, Getz define nove componentes intimamente ligadas a área em estudo: experiência com o produto do evento (o serviço central); programação (componentes diferentes de eventos); embalagem (um *mix* de oportunidades, como outras atracções: alojamento externo e transporte); lugar; configuração física (o *layout* do local); processos no local do evento (filas, etc.); gestão de recursos humanos (elenco, público, anfitriões e convidados); parcerias (ex. patrocinadores e *media*); preço do evento; e comunicação integrada do marketing (*media* e mensagens utilizadas para construir

relacionamentos com os mercados de eventos e audiências).

Em suma, o marketing é uma forma estruturada e coerente de pensar sobre a gestão de um evento. O universo do marketing de eventos compreende, em primeiro plano os consumidores e as suas necessidades, logo é importante analisar o mercado de forma a alcançar os objectivos propostos. Posto isto, a organização pode desenvolver estratégias e táticas que abranjam todo o evento (incluindo a sua programação e embalagem); o seu lugar (locais, as configurações físicas e lojas de bilhetes); o seu processo de entrega; o seu público e parcerias; e finalmente a comunicação integrada de marketing.

2.1.9. Comunicação em Eventos Musicais

O sucesso do plano de comunicação de um evento depende em grande parte da sua promoção. Neste contexto, a mesma ferramenta é tida em consideração pelo consumidor, pois em momentos de indecisão, sobre se deve ou não despende o seu tempo e dinheiro em prol daquela experiência, a promoção pode actuar com meio persuasor.

É, porventura, evidente, que o aparecimento das novas tecnologias, em particular, o uso da comunicação integrada do marketing (*IMC - Integrated Marketing Communication*), revolucionou as expectativas do mercado e concorrência, bem com a tradicional ideia de promoção, dando lugar à necessidade de estabelecer relação com o mercado. Por conseguinte, “*a comunicação integrada consiste no conjunto articulado de esforços, acções, estratégias e comunicação de produtos, planeados e desenvolvidos por uma empresa ou entidade, com o objectivo de agregar valor à sua marca ou de consolidar a sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo*” (Bueno, 2009, p. 126).

Conforme todas as técnicas de marketing, as estratégias de *IMC* para eventos e festivais são baseadas no conhecimento sobre os seus consumidores e potenciais consumidores. Assim, quando um evento gere as suas relações de consumo, impulsiona o valor da sua marca (Duncan, 2002). Segundo Duncan, a estratégia de *IMC* deve ser compreendida, de acordo com quatro fontes de comunicação de marketing: mensagens planeadas (comunicados à imprensa, venda pessoal através do seu escritório ou de pontos de venda previamente estabelecidos, publicidade, *e-newsletters* - boletins informativos *online*, *websites*); mensagens não planeadas (impressões inesperadas positivas ou negativas, formuladas com base no *word of mouth* - cobertura mediática e reclamações); mensagens do produto (informações sobre o evento - programa, preços, local); e mensagens de serviço (relação entre os colaboradores e voluntários do festival e qualidade dos

serviços restantes). Expostas as ideias prévias, neste momento cumpre frisar que o plano de *IMC* deve ser construído com base na análise *SWOT/ C-PEST* do evento, direccionando ao máximo a estratégia de promoção para o seu público-alvo.

No que concerne ao plano de comunicação para o evento é fundamental primeiramente estabelecer previamente o público-alvo; definir objectivos claros; e por fim enquadrá-los às técnicas de comunicação existentes. Não obstante, a comunicação deve ser planeada mediante a dimensão e público-alvo do evento. A título de exemplo, se o objectivo for comunicar um evento musical de grande dimensão, o mais adequado será recorrer a uma promoção televisiva, à construção de um *website* ou à colocação de *outdoors* por vários pontos do país. Por outro lado, se o intuito é divulgar um festival regional, a estratégia de comunicação poderá passar pela colocação de cartazes publicitárias nas imediações do local, publicidade nos *media* locais ou pelo designado “*word of mouth*”.

Concretizando, o desenvolvimento ao nível das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação), marcou a evolução nos *websites* e nas redes sociais, que ganharam uma nova expressão devido ao seu efeito dinamizador – dar a conhecer produtos; registar impressões sobre o mesmo; e funcionar como ponto de venda.

Independentemente disto, existem outras ferramentas responsáveis pela comunicação do evento, nomeadamente a publicidade; as RP; a promoção de vendas; as plataformas *online*; a estratégia *web 2.0*, entre muitas outras que devido à sua irrelevância para o tema em estudo não serão comportadas no presente subcapítulo.

Primeiramente, a publicidade diz respeito a toda a promoção não pessoal e paga pela organização – rádio; televisão; jornais e revistas; internet; publicidade exterior (ex. *outdoors*); e plataformas móveis (ex. táxis e autocarros). Deste modo, a maioria dos eventos, estabelece parcerias com os *media*, pois são meios muito dispendiosos e os seus custos não se encaixam no orçamento disponível para a promoção.

As RP, são outras das ferramentas de promoção que assenta principalmente na construção de um relacionamento mutuamente benéfico e equilibrado com os consumidores e *stakeholders* (Cutlip *et al.*, 2000, citado por Tench & Yeomans, 2009). A sua estratégia assenta basicamente na publicidade, eventos promocionais e boletins informativos (onde normalmente é atribuído espaço gratuito aos organizadores para promoção dos eventos, isto porque o público, também se interessa por notícias relacionadas com arte e entretenimento).

A promoção de vendas, consiste na prática em criar estratégias que aumentem o número de vendas de ingressos, operando através de incentivos e descontos aos consumidores – criação de dias familiares e descontos para grupos; bilhetes gratuitos para crianças; oferta de brindes (*t-shirts* e *posters*).

A plataforma *online* é crucial, no que confere à comunicação de informação (cartaz, preço dos ingressos, pontos de venda, transportes, etc.) junto do público.

Por último, a estratégia *web 2.0* refere-se a “*um termo abrangente que define as diversas actividades que integram tecnologia, interação social e a construção de palavras e imagens*” (Solis, 2010, citado por Bowdin *et al.*, 2011, p. 434). Os *social media* fazem parte do nosso quotidiano e abarcam grupos de discussão, *blogs*, fóruns de internet, *micro-blogging*, apostas sociais, redes sociais e vídeos. Exemplos disso, são alguns *websites* bem conhecidos, tais como *blogger* ou *wordpress (blogs)*, *Facebook* (rede social), *Flickr* (compartilhamento de fotos), *LinkedIn* (rede social / profissional), *Twitter (micro-blogging)*, *Wikipédia (wiki)* e *YouTube* (vídeos). Assim, um dos principais benefícios dos *social media* é a utilização do “*word of mouth*”, que rapidamente se torna um fenómeno “viral”, chegando gratuitamente a milhares de pessoas.

Em suma, pode-se afirmar que a comunicação integrada do marketing tem um cariz significativo no marketing de eventos, sem a qual é mais difícil atingir objectivos, por isso as técnicas anteriormente descritas, constituem uma parte essencial do *kit* de ferramentas do gestor de eventos. Quanto aos *social media* encontram-se numa fase de expansão, portanto é imperativo que o profissional de eventos aprenda a tirar o máximo partido destas ferramentas (capazes de satisfazer os objectivos de marketing com um custo relativamente baixo) que serão o futuro dos eventos (Kerwood, 2009).

2.1.10. Definição de Relações Públicas

Embora o tema das RP já tenha sido introduzido anteriormente, neste ponto será realizada uma abordagem mais aprofundada em relação à temática e aos seus intervenientes.

“O trabalho de relações públicas é baseado numa comunicação planeada e cumpre um papel muito importante em qualquer empresa, fábrica, instituição organização ou associação. O trabalho de relações públicas gere e desenvolve o nível de confiança necessário dentro da organização para criar liberdade de acção nas actividades que estiverem a decorrer ou estejam planeadas. As relações públicas servem vários interesses numa organização. Para a administração, o trabalho de relações públicas é uma ferramenta estratégica e de acção, desenvolvendo o conhecimento, atitude e compromisso dos stakeholders. Para os funcionários, isto

significa ter a possibilidade de participação. A comunicação é ainda um pré-requisito para um processo de tomada de decisão democrático. (...)”.

*Associação Sueca de Relações Públicas*¹³

O termo RP é utilizado em vários contextos, desde os anos 30 do século XX. Como resultado ainda não se regista uma definição universal uma vez que não existe um consenso académico ou mesmo profissional (Grunig, 1992; L’Etang, 1996; White & Mazur, 1996; Moloney, 2000).

Numa tentativa de criar algo que servisse a todo o universo dos profissionais de RP (agências e departamento internos de organizações), foram concebidas várias definições focadas nos objectivos das RP.

Já Grunig e Hunt (1984, p. 6), definiram o termo como a gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos, sendo que mais tarde Grunig redefiniu o conceito, para “*an organisation’s managed communications behaviour*” (1997, citado por Grunig & Dozier, 2006, p. 23).

Contudo, a definição que reúne actualmente maior unanimidade é a adoptada pela *UK Chatered Institute of Public Relations*. Por esta mesma razão, para efeitos deste trabalho será utilizada a seguinte definição:

“Sobre a reputação - o resultado do que fazemos, do que dizemos e do que os outros dizem sobre nós. As Relações Públicas são a disciplina que trata da reputação, com o objectivo de gerar entendimento e proximidade, e de influenciar opiniões e comportamentos. É um esforço planeado e sustentado para estabelecer e manter a boa vontade e o entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos”.

UK Chatered Institute of Public Relations (2004)¹⁴

Da mesma forma que é importante compreender o significado de RP, também é relevante perceber a origem da palavra. Este conceito está associado a algo que já não é novo na história da humanidade, isto é, o poder de influenciar os outros através da palavra. Desde as civilizações antigas (gregos e romanos), passando pelos monarcas e pela igreja católica, que a comunicação é utilizada com o intuito básico de fomentar seguidores para as suas causas (Grunig & Hunt, 1984). Black (1995) afirma que nas RP está previsto um esforço para criar boa vontade e compreensão mútua entre a organização e os seus públicos. White e Mazur (1996), defendem a

¹³Fonte: <http://www.sverigesinformationsforening.se>, consultado a 5 de Julho de 2013.

¹⁴Fonte: <http://www.cipr.co.uk/content/training-qualifications/pr-student/careers-advice/what-is-public-relations>, consultado a 17 de Maio de 2013.

mesma ideia. O aparecimento do conceito de opinião pública levou à justificação científica da utilização das RP e das técnicas de comunicação para atingir estes fins (Tench & Yeomans, 2009).

No universo profissional das RP existem duas vertentes - RP e Assessoria de Imprensa - que embora usem as mesmas técnicas e ferramentas, são muito díspares no que diz respeito ao funcionamento e objectivos. O profissional de relações públicas pode incluir nas suas funções a assessoria mediática, mas em contrapartida, o assessor de imprensa é mais executor, ou seja, não define estratégia de comunicação de marcas.

2.1.11. As Relações Públicas no universo da Comunicação Organizacional

2.1.11.1. Comunicação Institucional

A comunicação institucional ou também designada em inglês por “*corporate public relations*” (Gregory, 1997), “*corporate PR*” (Tench & Yeomans, 2009) ou “*corporate communication*” (Van Riel, 1995; Cornelissen, 2008; Christensen *et al.*, 2008), pode ser definida segundo Riel (1995, p. 26) “*as an instrument of management by means of which all consciously used forms of internal and external communication are harmonised as effectively and efficiently as possible, so as to create a favourable basis for relationships with groups, upon which the organisation is dependent*”. Este conceito remete para a organização como um todo ou como é dito por Tench e Yeomans (2009) como um chapéu-de-chuva que abriga os vários departamentos de uma organização. Tal como foi referido por Riel (1995), a comunicação institucional pode ser dividida em duas vertentes: a comunicação interna e comunicação externa. A primeira diz respeito à comunicação que é feita dentro da empresa/ organização para os colaboradores através do departamento de recursos humanos e de comunicação, por sua vez a segunda baseia-se na comunicação que é efectuada pelas agências de RP, que actuam entre a organização e os públicos externos, nomeadamente os *media* ou público em geral.

A comunicação institucional desempenha um papel de responsabilidade na construção da identidade e imagem da organização, investindo grandes quantias de dinheiro (Tench & Yeomans, 2009) uma vez que o seu objectivo é dar a conhecer uma organização transparente que cativa e cultive uma imagem de confiança junto dos públicos.

Outros dos conceitos inteiramente ligado à comunicação institucional é “*organisation culture*” ou

“*corporate culture*”, pois para além da identidade de uma organização, existe ainda a sua imagem enquanto cultura, detalhadamente: missão, valores e filosofias da organização (Tench & Yeomans, 2009).

Existe a possibilidade de um indivíduo ter várias imagens sobre a mesma organização, nomeadamente porque esta pode ser detentora de vários produtos em simultâneo (que para além de possuírem características diferentes, podem ser destinados mercados distintos). Deste modo, Hatch e Schultz argumentam sobre a diferença entre o produto e a marca/organização “*the difference is in the scale of branding; the different target audiences; the origins of the brand; and in the length of the planning life cycle*” (2008, citado por Tench & Yeomans, p. 239). Em contrapartida, o facto de muitas vezes se associar o produto à marca pode ser um parâmetro positivo no momento de compra, pois se houver confiança na marca, mais facilmente se adquire o produto. O mesmo se passa com os eventos musicais, se a produtora que vai trazer determinada banda a Portugal realizou outros concertos de enorme sucesso, o consumidor vai associar um evento ao outro, e sentir-se-á mais seguro no momento da compra do ingresso.

2.1.11.2. Comunicação do Produto

A comunicação do produto, refere-se à criação de um conjunto de estratégias capazes de promover e divulgar o mesmo. Neste ponto, é importante salientar as características do produto/ serviço, com o objectivo de criar uma imagem de credibilidade e simultaneamente uma relação de confiança entre o consumidor e a marca.

A preexistência de uma relação de confiança entre o público e a empresa detentora do produto/ serviço facilita a receptividade dos públicos, tal como afirma Lindon *et al.* (2011, p. 302) “*existe uma tendência generalizada para passar de uma comunicação de produto para uma comunicação de marca, menos copiável, mais perene e com maior impacto no valor da marca*”. A comunicação do produto deve ser feita através de um bom plano de marketing, que reúna formas estratégicas e eficazes de impactar públicos. “*An organization must determine which tools would be most effective for meeting its needs*” (Kotler & Scheff, 1997, p. 215). Por outras palavras, quanto melhor for a estratégia de comunicação do produto, maior será a probabilidade da mensagem chegar ao seu destinatário (consumidores) e assim atingir os seus objectivos (ex. aumentar as vendas). A organização deve ter em atenção que os consumidores optarão sempre pelos produtos que oferecem uma maior qualidade, desempenho ou características inovadoras (Kotler, 2003). No entanto, Kotler (2003)

defende que a chave para atingir os objectivos passa pela empresa ser mais eficiente a comunicar os seus produtos face à concorrência.

2.1.11.3. Comunicação Cultural - Como elaborar um Plano de Comunicação para um Festival?

A comunicação de projectos culturais, contém particularidades que sugerem uma política de comunicação diferente da que é praticada ao nível do produto e da instituição, uma vez que o objectivo é gerar adesão. *“Futhermore, a performing arts event is more than music or a performer; it is an experience. Customers acquire products or services, or seek experiences, for what these products or experiences can do for them”* (Kotler & Scheff, 1997, p. 189). No que diz respeito aos eventos, as RP tem um papel muito mais amplo do que apenas apoiar a campanha de marketing. A sua função estende-se a gerir a comunicação com todas as organizações, grupos e indivíduos que são considerados um factor importante para a implementação bem sucedida do evento (Pickton & Broderick, 2001; Fill, 2002). Piercy (2009) refere-se às RP como uma ferramenta capaz de criar e manter imagens relevantes para diversos públicos.

Segundo Lasswell (citado por Kotler & Scheff, 1997), o processo de comunicação divide-se em 5 componentes: (1) quem (2) diz o quê (3) em que canal de comunicação (4) a quem (5) com que efeito. Por seu turno, na vertente institucional o mais importante não é comunicar o quê, é comunicar para quem. Por conseguinte, a questão que se coloca remete para o facto da comunicação cultural não poder ser trabalhada da mesma forma que a comunicação institucional ou do produto (Figura 8).

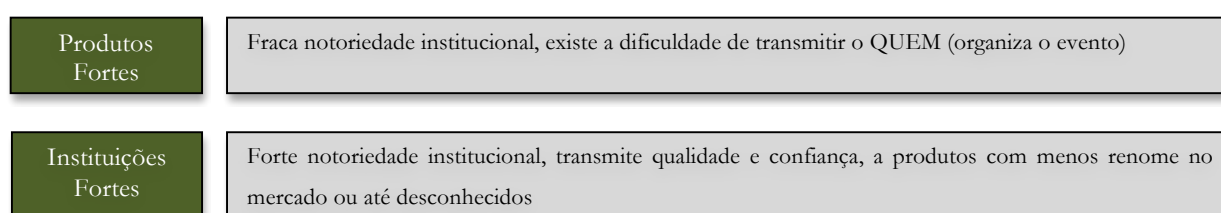


Figura 8 - Comunicação Cultural

Fonte: A autora de acordo com conhecimentos adquiridos academicamente

Quando realizamos um plano de comunicação para um projecto cultural, é importante termos em conta a sua especificidade (quer seja um evento de cinema, de pintura, ou até musical), pois têm uma identidade própria (Figura 9), destinando-se a um tipo de público diferente, pelo que a mensagem usada deve variar igualmente consoante o conceito do evento.

Desta forma, a estratégia para o plano de comunicação cultural deve conter, segundo Fill (2002, citado por Masterman & Wood, 2006): enquadramento no qual poderá incluir uma análise *SWOT*; objectivos de negócio e de comunicação; público-alvo (incluindo *media targets*); *media relations* (comunicação institucional e do produto); estratégia *web 2.0*; comunicação de crise, marketing de guerrilha, *PR stunt*, *buzz marketing*, marketing viral; cronograma de acções e avaliação de resultados.

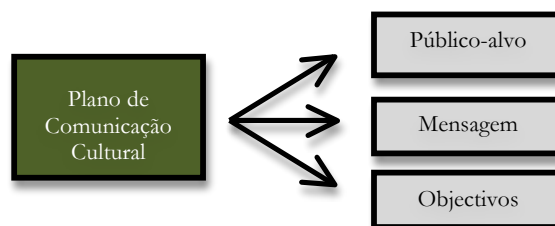


Figura 9 - Plano de Comunicação Cultural

Fonte: A autora

De seguida, será abordado cada um dos pontos referidos anteriormente, de modo a transmitir a sua importância no plano de comunicação.

A primeira fase do projecto consiste no enquadramento, que tem como foco principal dar a conhecer o evento em questão, mencionando o conceito; os objectivos; a mensagem-chave; os promotores do evento; o público a que se destina; e por fim os seus intervenientes “(...) *are to gain an understanding of the current position and the context within which the palm will operate*” (Masterman & Wood, 2006, p. 8).

Após isto, são estabelecidos os objectivos de comunicação, que como o nome indica têm a função de comunicar o produto, trazendo-lhe maior visibilidade e notoriedade. Os objectivos de negócio podem estar aliados a um aumento do número de ingressos vendidos ou até à obtenção de maior lucro por parte da empresa organizadora.

A terceira fase é marcada pela identificação do público-alvo, na qual se pretende segmentar o mercado, com o efeito de juntar grupos de pessoas com necessidades e preferências homogéneas. Este método veio facilitar a atribuição de políticas de marketing para os diferentes segmentos. É sobre estes mesmos segmentos que se debruçam as estratégias de comunicação no momento de prevenir e resolver problemas. Na perspectiva do marketing, o público pode ser visto como consumidor actual, consumidor potencial ou decisor/ influenciador na compra.

É evidente que as *media relations* ou assessoria de imprensa, como também é conhecida, têm um papel fundamental neste plano, uma vez que é da sua responsabilidade a comunicação institucional e do produto. Por outras palavras, o objectivo da assessoria de imprensa é maximizar a cobertura mediática positiva sobre uma determinada empresa (comunicação institucional) ou produto/serviço (comunicação do produto), sem que seja necessária a compra

de espaço (pagar publicidade). Este processo envolve, maioritariamente, o contacto directo com os meios de comunicação social - jornalistas e editores.

A estratégia *web 2.0* marca a nova geração de comunicação do produto/evento. As redes sociais surgiram como mais uma ferramenta de divulgação, com uma especificidade que importa sublinhar, a impossibilidade de sabermos para quem estamos a falar. Por outras palavras, a comunicação não é tão segmentada, pode até dizer-se que é, efectivamente, mais massificada. Porém, existem redes sociais que são mais adequadas para certos conteúdos do que outras. Por exemplo, o *myspace* é a mais ajustada para artistas e pessoas que se interessam por música, em contrapartida, o *Facebook* é uma rede mais adequada às massas, já o *twitter* destina-se mais a jornalistas.

Outros dos pontos cruciais do plano de comunicação é a parte dedicada à comunicação de crise, que consiste na resposta comunicacional da empresa ou instituição face a uma situação crítica. As crises podem ser previsíveis, no caso de estarmos a falar, por exemplo, de despedimentos, ou imprevisíveis, no caso de desastres naturais, difamações ou até mesmo sabotagens. A gestão de crise apela à existência de instrumentos capazes de responder a um incidente - uma equipa, um gabinete, um manual e um programa de crise. As crises são fenómenos inesperados, no entanto, é importante existir instrumentos capazes de resolver o dano. Nesta linha de pensamento, é fundamental a organização pensar em cenários negativos que possam acontecer no curso de um evento e, simultaneamente, nas soluções que minimizem os estragos e reduzam o factor surpresa. *"If a company is engaged in issues management before, during, and after a crisis management, it can mitigate – perhaps prevent – the crisis from becoming an issue by working quickly and responsibly to establish or re-establish the level of control desired by relevant stakeholders"* (Health & Palenchar, 2009, p. 278).

A gestão de relacionamento com os jornalistas é uma das componentes mais importantes da comunicação de crise. *"There is evidence that good communication in a crisis situation can support or increase a company's reputation. Poor management or a lack of communication skills can have a powerful negative effect on a company's business"* (Tench & Yeomans, 2009, p. 388). Após definida a estratégia, é fundamental analisar o nível de informação a transmitir, o *timing* e os destinatários da comunicação. Seguidamente sintetiza-se a informação anterior:

1. Criação de um gabinete de crise - no qual é fundamental identificar os *speakers* oficiais, bem como os restantes intervenientes (RP, conselheiros, parceiros, etc.), que podem variar

consoante o cenário de crise. Em situação de crise é accionado o gabinete para concretizar quem deve ser informado (hierarquia), quem deve falar oficialmente e sobre o quê, o que deve dizer e a quem se deve dirigir.

2. Elaboração de cenários de crise – disponíveis num manual que os apresente detalhadamente, para além de um anexo com toda a acção a preconizar com o objectivo de intervir nos cenários imprevistos.

De seguida apresentar-se-ão alguns dos cenários de crise propensos a acontecer num festival de música, como: o cancelamento de uma banda à última da hora; acidente com um elemento do público; confrontos físicos dentro do recinto; ou por exemplo, más condições meteorológicas num evento ao ar livre.

2.2. Segurança e Gestão do Risco em Eventos

2.2.1. Definição

Antes de mais, inicia-se o presente capítulo com a definição dos seguintes conceitos - *safety and health management* e *risk management*. De acordo com Getz (2005), *safety and health management* pode ser definido com algo que visa garantir que todos os participantes do evento, bem como as pessoas afectadas pelo mesmo, estão protegidos contra ameaças à sua saúde e segurança. Este termo inclui a importante gestão de multidões e as tarefas de segurança. Kemp e Hill (2004, p. 11), partilham da mesma opinião que Getz quanto ao tema em questão “*managing an event and providing the audience with an environment, which is both safe and risk free, is an extremely complex undertaking*”. O *Health and Safety Guide* (1999, p. 7) enumera alguns elementos-chave para que a gestão da saúde e segurança seja realizada de forma eficaz: “*creating a health and safety policy, planning to ensure the policy is put into practice, organising an effective management structure and arrangements for delivery of the policy, monitoring health and safety performance, auditing and reviewing performance.*” Neste ponto, é ainda de salientar que actualmente a constante presença dos *social media* fez repensar toda a estratégia de gestão de saúde e segurança nos eventos. São vários os autores que mencionam este facto, entre os quais Kemp e Hill (2004, p. 14) “*the issue of health and safety at concerts is one which has incurred a great deal of media coverage over the years which has usually centred on the various deaths and injuries caused by crowd surfing, surges and violence*”.

Do mesmo modo, *risk management* pode ser definido como o processo de antecipar, prevenir ou

minimizar os potenciais custos, perdas ou problemas para o evento, organização, parceiros e convidados (Getz, 2005). Wideman (1992, citado por Leopkey & Parent, 2007) concorda com a afirmação anterior e acrescenta que a gestão do risco constitui um processo cíclico que passa por 4 fases: identificação, avaliação, resposta e documentação do risco. Ora, também a *The British Standards Institution – BSI* (2002a, citado por Bowdin *et al.*, 2011, p. 594), define-o como “*systematic application of management policies, procedures and practices to the tasks of establishing the context, identifying, analysing, evaluating, treating, monitoring and communications risk*”. Efectivamente, a gestão do risco, está presente nas várias fases do evento, tal como mencionam Raz e Michael (2001, citado por Leopkey and Parent, 2007, p. 190) “*it is also a common assumption that risk management continues throughout the duration of the project, including the planning, execution, completion, and wrap-up of stages of the event*”. O papel da gestão de riscos é prevenir e reduzir a perda dos bens, através da tentativa de tornar o evento o mais seguro possível (Berlonghi, 1990, citado por Bowdin *et al.*, 2011). Por conseguinte, de acordo com Shone e Parry (2004, citado por Leopkey and Parent, 2007, p. 190), os eventos podem ser classificados quanto ao seu grau de risco “*(...) events can be classified into three different levels according to their sensitivity to risk. Low risk events are usually indoors and are related to activities that the organizers are experienced in dealing with, like a banquet or wedding reception. Events, such as annual sporting events or festivals, which are either inside or outside a building and are slightly more complicated, are considered medium risk events. High risk events have increased numbers of staff, many participants, and occur in locales not generally used for such activities, such as one-off events, like the Olympic Games.*”

Em suma, o estudo destes conceitos visa ter uma percepção sobre a sua importância no âmbito dos eventos e o modo como podem actuar enquanto ferramentas quando o objectivo é evitar os aspectos negativos para a imagem e continuidade do evento (Tabela 4).

Tabela 4 - Sumário de questões de gestão de risco relacionados com eventos

Fonte: Adaptado de Leopkey e Parent (2007, p. 191)

Autores	Questões de Risco/ Áreas/ Temática
Chang and Singh (1990)	<ul style="list-style-type: none"> • Pessoas (Ex. funcionários, atletas, voluntários); • Público (Ex. os espectadores, comunidade local); • Propriedade (Ex. equipamentos e instalações); • Protecção e segurança (Ex. riscos físicos); • Risco de receitas de televisão (ou seja, perda de receita); • Políticos (Ex. o terrorismo internacional, ameaças, demonstrações).
Getz (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Risco financeiro (Ex. perda de receita, roubo, questões legais, custos não previstos); • Gestão de risco (Ex. falhas de gestão); • Perigos para a saúde e segurança (Ex. acidentes, problemas médicos, ameaças, emergências); • Risco ambiental (Ex. poluição, catástrofes naturais).
Frosdick and Walley (1997)	<ul style="list-style-type: none"> • Riscos associados à multidão/espectador (Ex. falta de assentos, as questões de emissão de bilhetes); • Riscos relacionados com o anúncio (Ex. para os anunciantes e patrocinadores); • Risco de rompimento externo (Ex. ruído e projecteis do evento); • Segurança e risco de segurança (Ex. condições do local).
Bjarnason and Cannell (1999)	<ul style="list-style-type: none"> • Documentação adequada para os trabalhadores; • Boas práticas de comunicação; • Seguro válido; • Instalações seguras; • Equipamentos e serviços médicos de emergência; • Planos de acção.
Chappelet (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Risco Corporal (Ex. relacionados com a qualidade e densidade de pessoas); • Risco de materiais; • Risco ambiental; • Risco de fraude; • Risco de Meteorologia; • Imagem / risco de relações públicas.
Peterson and Hronek (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Natureza.
Appenzeller (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Venda de ingressos; • Acidentes de responsabilidade humana (Ex. crime, vandalismo, terrorismo); • Patrocinador de serviços; • Hospitalidade, operações, confissões, serviços de apoio, publicidade, promoções, relações com os <i>media</i>.

2.2.2. Particularidades da Segurança

A segurança é parte integrante do processo de planeamento de risco, assim como também é um elemento-chave na gestão de operações e logística. Compreender os comportamentos e as emoções da multidão, ajuda a antecipar futuras acções. *“A mass crowd at a concert is very much a psychological crowd (...) Consequently a crowd can display different levels of emotion as they go through the stages of arrival, attendance and departure”* (Kemp & Hill, 2004, p. 150).

Os procedimentos de segurança são vitais nesta área, principalmente depois do terrorismo se ter tornado uma ameaça adicional para os eventos. Tarlow (2002) no seu livro *Event Risk Management and Safety*, chama à atenção para as ligações entre os eventos e o terrorismo, especificamente para o facto dos eventos serem alvos convidativos, devido à sua proximidade na maioria dos casos aos centros urbanos e da sua forte cobertura mediática. Para além destes factores advêm outros, como a concentração de um grande número de pessoas num espaço exíguo, que vão com um grande espírito de celebração e fazem com que os artistas muitas vezes ao quererem retribuir o entusiasmo do público levem as situações ao limite. Já Goldblatt e Hu (2005) foram mais além e desenvolveram o *eSAFE*, que na prática corresponde a um sistema *online* de gestão, que ajuda os profissionais de eventos a lidarem com as ameaças de terrorismo.

2.2.3. Principais Perigos, Riscos e Ameaças inerentes aos Eventos Musicais

Neste subcapítulo torna-se imperioso definir os conceitos técnicos inerentes à segurança, uma vez que posteriormente serão integrados no corpo do trabalho e em especial na parte reservada ao caso de estudo.

Primeiramente interessa esclarecer sobre o significado de perigo, principalmente pela sua importância na área em estudo e neste tipo de acontecimentos. Este conceito é explicado por Kemp e Hill como *“anything which has the potential to cause harm to people”*; *“a situation that may give rise to personal injury”*; *“the result of a departure from the normal situation which has the potential to cause injury, damage and loss”* (2004, pp. 55-56). No obstante, o conceito pode ser classificado conforme a sua gravidade: *major*, *serious* e *slight* – e natureza: geológicos, hidrometeorológicos, biológicos, tecnológicos, ambientais e sócio-políticos (Tabela 5).

Quanto ao risco, é definido como *“a chance of loss or injury”*, *“an exposure to a hazard”*; *the probability of a hazard leading to personal injury and the severity of that injury* “; *“the probability of harm, damage, or*

injury” (Kemp & Hill, 2004, p. 56). Ao abrigo da legislação portuguesa, o termo surge “*como a probabilidade de concretização do dano em função das condições de utilização, exposição ou interação do componente material do trabalho que apresente perigo*” (Lei nº 102/ 2009 de 10 de Setembro). Acresce, ainda a sua categorização em alto, médio ou baixo.

Efectivamente, os eventos musicais são cada vez mais susceptíveis a riscos. Seguidamente apresentar-se-ão, alguns exemplos de riscos prováveis de acontecer em eventos musicais, tais como: o mau tempo (se o evento for ao ar livre); incêndios; *staff* e voluntariado com pouca experiência e/ou sem formação; ataques terroristas; esmagamento de pessoas; queda de objectos em altura; sobrelotação do espaço; desordem pública; colapso de estruturas temporárias; movimento de multidão excessiva dentro de uma área restrita, etc..

Tabela 5 - Classificação da natureza dos perigos segundo a ONU

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

Classificação da natureza dos perigos de acordo com o critério da ONU					
Geológicos	Hidrometeorológicos	Biológicos	Tecnológicos	Ambientais	Sociopolíticos
Sismos Tsunamis Colapso de superfícies Erosão costeira	Cheias Inundações por precipitação excessiva Furacões, ciclones e tornados Tempestades e trovoadas Granizo Vagas de calor e de frio Secas	Epidemias Pandemias Pragas em: Pessoas Animais Plantas	Colapso de estruturas (palcos, bancadas) Poluição (solos, lençóis de água, marítima e atmosférica) Explosões e incêndios industriais	Incêndios florestais Poluição do ar, dos solos, dos rios e lagos e do mar	Pânico colectivo em concentrações humanas Alterações de ordem pública (eg: hooligans, motins) Criminalidade organizada violenta (eg: guerrilha urbana) Terrorismo Afluxo de imigrantes, refugiados ou IDP Conflitos internos (Ex. guerra civil, genocídio) Guerra

No ponto seguinte será abordada a temática do plano de saúde e segurança em eventos, que visa a identificação de perigos e riscos inerentes à realização de eventos e formulação de estratégias a adoptar desde a sua concepção até ao seu término, evitando assim a concretização de acidentes.

2.2.4. Processo de Gestão do Risco associado aos festivais de música

Com o aumento do número de eventos, diversidade e tipologia, surge cada vez mais a necessidade de analisar e avaliar possíveis riscos antes da realização dos mesmos, e até mesmo sensibilizar o público para a eventualidade de surgirem desastres ou contratempos. A pirâmide de Maslow, mostra que a segurança ocupa uma posição *infra*, remetendo para o facto de ser uma necessidade elementar para o ser humano.

Assim, a gestão do risco traduz-se no processo de identificar, analisar, avaliar todos os possíveis riscos, estabelecendo procedimentos que evitem ou minimizem o seu impacto e lidem com as suas consequências.

Os festivais de música caracterizam-se pelo espírito de celebração associado à forte intensidade emocional presente nas multidões concentradas no mesmo espaço. Os artistas muitas vezes, querendo criar efeitos espectaculares para retribuir o entusiasmo do público, levam a situações limite. Estes factores associados à forte cobertura mediática torna-os alvos convidativos à realização de atentados. É, com base nestas características que a gestão do risco ocupa um lugar de destaque nas componentes apresentadas ao nível dos eventos (Bowdin *et al.*, 2006).

Deste modo, cabe ao gestor do festival garantir a fiabilidade, no que toca à garantia de que o evento corre como previsto e com ausência de riscos inaceitáveis, no que concerne aos artistas, público, *staff*, população envolvente e meio ambiente. Assim sendo, a obrigação do gestor de eventos é a de assegurar a realização do evento dentro das normas de segurança, pois esta é uma ferramenta tão ou mais importante que o marketing, a logística, etc. Muitas vezes ocorrem incidentes e a capacidade de resiliência da empresa que está a organizar o evento é muito reduzida, uma vez que o seu nome fica para sempre ligado a algo negativo e a concorrência irá fazer-se valer desse aspecto menos bom para valorizar os seus serviços. “*Research shows that institutions and destinations with crisis plans are better able to re-establish their image, restore consumer confidence, and sustain a faster recovery*” (Sönmez, 1998, citado por Buhalis & Costa, 2006, p. 25).

Os factores de risco estão inerentes: às actividades; audiência; comunicações; cumprimento da legislação; planeamento de emergência; ambiente; planeamento; tipo e objectivo do evento; finanças; recursos humanos; infra-estruturas; operações; organização; local; fornecedores; e tempo – devendo a gestão do risco incidir sobre os mesmos. A Tabela 6 dá exemplos de cada um dos factores apresentados.

Tabela 6 - Factores de Risco

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

Actividades	Audiência	Comunicações
Actividades e atracções perigosas Segurança alimentar Bebidas alcoólicas Programa	Idade média Tamanho e densidade Comportamento	Equipamento insuficiente ou inadequado Falta de centro de comando e controlo Falta de formação dos utilizadores Sinalização inadequada
Cumprimento da Legislação	Planeamento de Emergência	Ambiente
Licenciamento Legislação específica das diversas áreas Actividades ilegais	Inexistência de planos de emergência Falta de treino e prática dos planos Falta de coordenação com entidades externas	Condições atmosféricas Terreno Flora e fauna
Planeamento	Tipo e objectivo do evento	Finanças
Falta de planeamento <i>Staff</i> inexperiente Procedimentos não definidos ou mal definidos	Eventos controversos Primeira vez ou única vez Em colisão com o ambiente externo	Financiamento insuficiente Deficiente esquema de aquisições Deficiente sistema de vendas
Recursos Humanos	Infra-estruturas	Operações
<i>Staff</i> insuficiente <i>Staff</i> desmotivado <i>Staff</i> incompetente	Instalações inadequadas Instalações sanitárias insuficientes Estacionamento insuficiente	Efeitos especiais Gestão do espaço Organização das operações
Organização	Local	Fornecedores
Estrutura da organização inadequada Estruturas paralelas Logística inadequada	Arquitectura inadequada Estruturas temporárias mal montadas Má ventilação ou iluminação	Falta de cumprimento Falta de coordenação Falta de controlo de qualidade
Tempo		
Calendarização inadequada Má escolha da época Má escolha da hora		

Segundo Bergonghi (1990, citado por Bowdin *et al.*, 2006), os riscos em eventos musicais são ainda mais prováveis nas seguintes áreas: administração (a estrutura organizacional e o *layout* do evento devem minimizar os riscos para o *staff*); marketing e relação com o público (as estratégias de promoção do eventos tendem muitas vezes a ignorar possíveis riscos); bem-estar e segurança (riscos associados à higiene e segurança alimentar (HSA), bem como ao saneamento); gestão da

multidão (riscos associados ao fluxo da multidão, venda de álcool, consumo de drogas e poluição sonora); segurança (o plano de segurança para um evento envolve uma reflexão sobre a gestão cuidadosa de risco); e transportes (entregas, estacionamento e transportes públicos contêm potenciais perigos que precisam ser analisados).

A avaliação sensata de potenciais riscos, bem como a acção preventiva são a base da gestão de risco e devem estar presentes desde a fase de concepção até ao fecho do evento (Figura 10). Este processo pode ser simplificado caso o planeamento seja elaborado com antecedência. A literatura de referência, evidencia que nos grandes eventos o tempo indicado para começar a planear um evento são 6 a 9 meses.

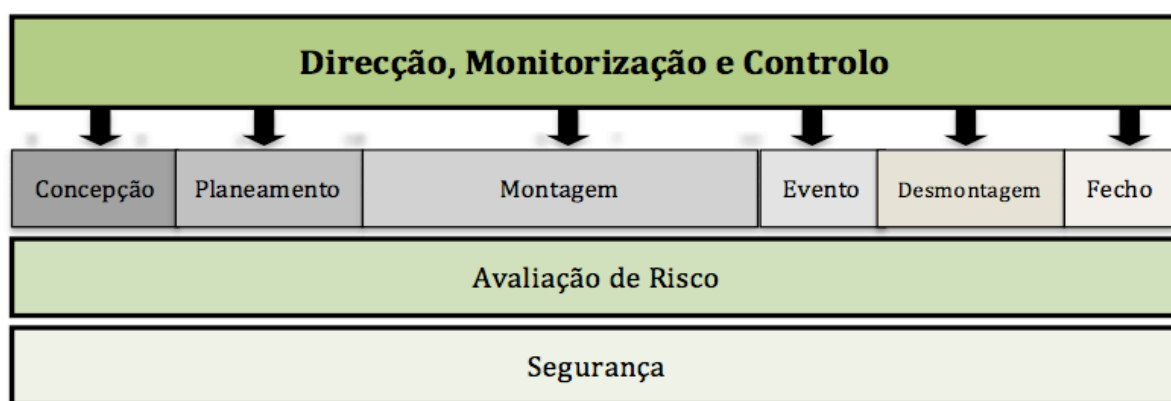


Figura 10 - Gestão do Risco em eventos

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

Do mesmo modo, uma boa estratégia de gestão do risco deverá abranger quaisquer outras áreas operacionais, que são cruciais para o evento e que podem precisar de cuidados especiais de protecção e segurança, tais como a venda de ingressos, máquinas *ATM* (*Automated Teller Machine*), entre outras. Por conseguinte, a segurança do evento prende-se ainda na segurança e higiene no trabalho dos elementos do *staff* e artistas; segurança contra acidentes e actos da natureza de todas as pessoas e bens presentes no evento; segurança contra actos criminosos e anti-sociais; segurança das populações envolventes e do ambiente.

Com o intuito de auxiliar os gestores de eventos musicais surgem diversas publicações ligadas à segurança nos mesmos (Berlonghi, 1990; Kemp & Hill, 2004; Tarlow, 2002; HSE, 1999). De todos os documentos citados anteriormente, possivelmente o mais conhecido de todos é o *The Event Safety Guide* (HSE, 1990). Este documento foi projectado para fornecer aconselhamento

ao nível da gestão da segurança em eventos musicais e divide a avaliação do risco em eventos, em cinco fases: *build-up* (que inclui a planta do local, selecção do pessoal competente, montagens do recinto); *load in* (planeamento para que ocorram entregas e instalações seguras de equipamentos e serviços que serão utilizados no evento); *show* (planeamento de estratégias eficazes de gestão da multidão, de transportes, de bem-estar, contra incêndios, primeiros socorros, contingências e grandes incidentes); *Load out* (requer um planeamento para a remoção segura de equipamentos e serviços); e *breakdown* (planeamento que visa a segurança nas desmontagem total do recinto, incluindo a eliminação de águas residuais e lixo).

Posteriormente ao entendimento do contexto em que se desenvolve o evento é necessário identificar à partida os riscos que lhe estão associados, isto é, financeiros; de gestão; perigos de saúde e segurança possíveis de acontecer à organização, participantes, convidados ou ao público em geral - problemas de saúde, terrorismo, fogo, crime, etc.; e ambientais - impactos negativos no ambiente, comunidade e economia (Getz, 2007).

No encadeamento da perspectiva de Getz, Bowdin *et al.* (2006), definem um conjunto de acções que devem ser levadas a cabo pelo gestor, de modo a atenuar e gerir o risco associado ao evento e que na prática consiste na divisão do evento em etapas, tal como se segue:

- *Work breakdown structure*: que irá permitir uma divisão do evento em vários sectores, o que permitirá uma maior facilidade em identificar os riscos presentes em cada um deles;
- *Test events*: testar o evento é outro dos pontos-chave uma vez que é uma forma de averiguar que tudo está a correr dentro dos parâmetros esperados ao nível dos equipamentos, dos acessos, etc. Muitos festivais de música organizam um concerto na noite anterior à de abertura – exemplo disto é o *Meo Sudoeste*, com a noite de recepção ao campista;
- *Internal/ External*: os riscos internos aparecem numa fase de concepção e implementação do evento, estando relacionados com a capacidade do gestor e organização de gerir o evento. Em contrapartida, os riscos externos estão associados a assuntos exteriores à organização. Nesta fase, a análise *SWOT* é primordial para mitigar o impacto dos riscos, sendo que as forças e fraquezas estão ligadas à parte interna e as oportunidades e ameaças à parte externa;

-
- *Fault Diagram*: num diagrama de falhas, os riscos podem ser descobertos, observando para o seu impacto. Posto isto, é necessário trabalhar para diminuir a(s) possível(eis) causa(s). Isto é, designado por método de resultado para causa;
 - *Incident Report*: a maioria dos grandes eventos contém um documento a que se pode dar o nome de relatório de incidente, que deve ser preenchido pelo *staff* aquando de uma ocorrência;
 - *Contingency plan*: este documento corresponde a uma descrição sobre os possíveis riscos que possam acontecer num evento, bem como a forma como a organização e *staff* deve reagir perante esse acontecimento;
 - *Scenario Development and Tabletop exercises*: tal como no plano referido *supra*, impõe-se a elaboração de uma lista de possíveis riscos, no entanto a sua inutilidade deriva da indefinição de estratégias para actuar nesses casos. É, nesta perspectiva, que surgem os simulacros, pretendendo testar a resposta dos vários meios às possíveis ameaças – INEM, bombeiros, polícias, etc.;
 - *Consultation*: esta fase tem como objectivo discutir o plano de segurança do evento ao nível do *staff* e meios envolventes, reforçando a identificação e análise de risco.

Pela mesma razão que é importante definir estratégias, é imperioso avaliar o grau de risco inerente a cada ameaça. O mesmo pode ser categorizado segundo a probabilidade de ocorrência (numa escala de 1-5, de muito raro a quase certo), e a consequência de acontecer (numa escala de 1-5, com consequências insignificantes a catastróficas).

Um vez avaliado o risco, é exigido à organização que desenvolva mecanismos que consigam lidar com possíveis situações. Segundo Berlonghi (1990, citado por Getz, 2005) existem várias estratégias que os eventos devem seguir como:

- Prevenção, em que os gestores devem procurar antecipar os riscos, determinando a probabilidade destes ocorrerem, bem como a gravidade dos seus impactos e a forma de evitá-los ou reduzi-los;

- Redução, quando os riscos são muito grandes ou não podem ser tratados, devem ser eliminados. Contudo, em alguns casos os riscos podem ser minimizados ou mantidos a um nível aceitável, mediante uma melhor gestão e treino de operações;
- Redução da gravidade dos danos ou perdas, supondo que os problemas poderão ocorrer, o gestor tem de estar preparado para lidar com estes, detalhando procedimentos de emergência. Assim, os planos de contingência são vitais no que respeita a agir atempadamente;
- Difusão, consiste em repartir os riscos entre as partes interessadas ao longo do tempo e do espaço;
- Realocação, em alguns casos os riscos podem ser realocados por completo;
- Seguro, é necessário para proteger o evento contra os riscos que se materializam. As companhias de seguros exigem cada vez mais que os gestores demonstrem ter uma estratégia de gestão de risco.

A fase seguinte aborda a mitigação dos riscos, que na prática consiste numa intervenção por parte do *staff*, com o intuito de reduzir ou remediar um determinado impacto ao nível do evento. Nesta fase, é muito importante já ter sido decidido anteriormente como agir no caso de tal acidente acontecer, de modo a que o *staff* possa responder eficazmente.

Afim de sintetizar a informação descrita no subcapítulo acerca da gestão do risco, pode dizer-se que a mesma se divide em cinco fases (Figura 11):

- Identificação e avaliação dos riscos;
- Identificação e avaliação de medidas de redução do risco;
- Decisão;
- Implementação de medidas;
- Avaliação e a validação.

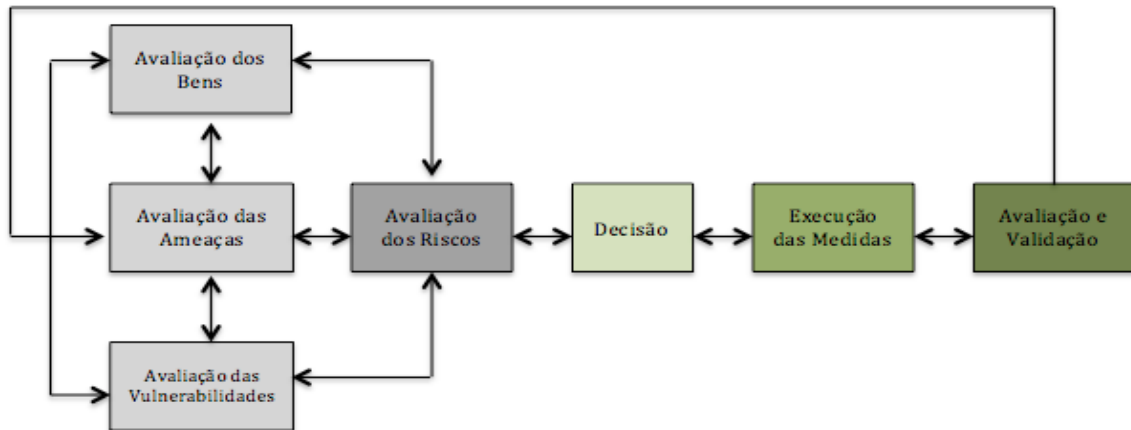


Figura 11 – Esquema explicativo do processo de gestão do risco

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

A primeira fase passa pela identificação e avaliação dos bens, perigos/ ameaças, vulnerabilidades e riscos do evento, ordenando-os de acordo com valores determinados. Deste modo, a avaliação dos bens consiste primeiramente na sua identificação (pessoas, equipamentos, valores, informação, imagem/ reputação, ambiente, etc.), visto que os mesmos requerem protecção. Posto isto, averigua-se o impacto caso o bem seja atingido, ordenando-o posteriormente segundo o grau de importância.

A título de exemplo, apresentam-se as tabelas 7 e 8 relativamente às ameaças e impactos, não obstante é importante frisar que os valores apresentados são pouco significativos, uma vez que cada evento tem características únicas e portanto deve ser analisado em consonância com a sua dimensão.

Tabela 7 – Ameaças

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

Valor	Classificação	Probabilidade	Frequência
1	Raro	Ocorre somente em circunstâncias excepcionais	Menos de uma vez em cada 15 anos
2	Pouco provável	Pode ocorrer de vez em quando	Uma vez entre os 15 e os 10 anos
3	Provável	Ocorre algumas vezes	Uma vez entre os 10 e os 3 anos
4	Muito provável	Ocorrerá a maior parte das vezes	Um a vez entre 3 e 1 ano
5	Quase certo	Ocorrerá quase de certeza	Uma vez por ano

O mesmo acontece relativamente às ameaças, em que o objectivo inicial se prende com a sua identificação (Tabela 7), abatendo-se sobre cada bem, calculando a probabilidade que cada uma das ameaças tem em ocorrer.

Tabela 8 – Impactos

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

Valor	Classificação	Financeiro/ Material	Humano	Actividade (interrupção)	Ambiente	Imagem
1	Insignificante	<1000,00 €	Ferimentos ao nível dos 1 ^{os} socorros	< 1 hora de	Pequenos danos no ecossistema com impacto mínimo localizado	Apenas do conhecimento de um número restrito de pessoas Sem atribuição de responsabilidades
2	Menor	1.000 a 10.000€	Tratamento médico <10 dias de incapacidade de trabalho	1 a 5 horas	Danos localizados num ecossistema	Do conhecimento de diversas pessoas Eventual atribuição de responsabilidades
3	Moderado	10.001 a 50.000€	Ferimento/ doença grave em 1 a 10 pessoas	5 horas a 1 dia	Danos prolongados numa parte do ecossistema	Noticiado nos órgãos de comunicação social (OCS) sem atribuição de responsabilidades
4	Significativo	50.001 a 150.000€	Ferimento/ doença grave em >10 pessoas	1 a 8 dias	Danos prolongados no ecossistema, numa vasta área	Noticiado nos OCS com atribuição de responsabilidades
5	Desastroso	>150.001€	Ferimentos/ doença causam deficiência permanente Morte	>8 dias	Destruição completa do ecossistema numa vasta área	Grande pressão dos OCS, atribuição de responsabilidades

As vulnerabilidades estão relacionadas com a existência ou não de medidas de segurança que atenuem as ameaças a cada bem. O método para a identificação dos riscos, pode partir, da experiência do gestor em outros eventos, de registos, relatórios, inspecções, checklists, ou até mesmo da opinião de peritos. O resultado traduz-se numa tabela como a que se segue (Tabela 9), que categoriza o risco a quatro níveis: aceitável, moderado, importante ou inaceitável.

Tabela 9 – Nível de Risco

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

		CONSEQUÊNCIA (Impacto x Vulnerabilidade)												
		1	2	3	4	5	6	8	9	10	12	15	16	20
PROBABILIDADE	1	1	2	3	4	5	6	8	9	10	12	15	16	20
	2	2	4	6	8	10	12	16	18	20	24	30	32	40
	3	3	6	9	12	15	18	24	27	30	36	45	48	60
	4	4	8	12	16	20	24	32	36	40	48	60	64	80
	5	5	10	15	20	25	30	40	45	50	60	75	80	100

Níveis de Risco	
	Aceitável
	Moderado
	Importante
	Inaceitável

Depois de feita a avaliação dos riscos é pertinente identificar possíveis medidas de redução dos mesmos. Para além disto, é necessário avaliar os custos e os custos-benefício e, por fim, ordenar as opções estudadas, tendo sempre em conta que a ideia que deve prevalecer é a mais eficaz e, por isso, a melhor relação custo-eficácia. Segue-se, portanto, o momento da decisão em que as quatro opções possíveis assentam em: reter; transferir; reduzir (reduzindo a probabilidade de ocorrência, o impacto da ocorrência ou combinando as duas modalidades); e evitar o risco. Por último, executam-se e avaliam-se as medidas previstas.

2.2.5. Plano de Saúde e Segurança em Festivais de Música

O plano de saúde e segurança é entendido como “o conjunto de medidas de autoproteção (organização e procedimentos) abrangentes das fases do ciclo da Protecção Civil desde a prevenção, planeamento, actuação em caso de emergência e a reposição da normalidade. A sua elaboração tem por objectivo diminuir a probabilidade de ocorrência de acidentes e limitar as suas consequências, caso ocorram, afim de evitar a perda de vidas humanas ou de bens, a diminuição da capacidade de resposta do estabelecimento ou mesmo para prevenir traumas resultantes

de uma situação de emergência.” (Cadernos Técnicos PROCIV # 4, 2008, p. 27).

A eficácia do plano de segurança e saúde assenta principalmente na identificação das leis e regulamentos pertinentes, através de consultas com autoridades que emitem licenças ou fazem inspeções – polícia, bombeiros.

Perante o cenário apresentado, as preocupações base prendem-se fundamentalmente: no local onde irão ser instaladas as estruturas necessárias ao evento, assim como na definição de um gestor que supervisione a construção das mesmas; no controlo da multidão, através do estabelecimento de regras de segurança; na formação do *staff*, que deve ser preparado para diversas situações, afim de intervir rapidamente, evitando o pânico; e por fim na definição de rotas de emergência e de evacuação do local (corredores e saídas desimpedidas). Relativamente ao espaço existem alguns requisitos a ter em conta, como a adequação do recinto; sinalização; gestão de multidão; cercas e outras barreiras a delimitar as áreas e a controlar os acessos; eliminação de riscos de segurança e saúde; disponibilização de comida e água; segregação das áreas de veículos e pedestres; observação de pontos para monitorar o público e as condições do local; permanência de assentos temporários contra riscos de incêndio; eliminação de resíduos, reciclagem e saneamento.

No caso concreto dos eventos musicais a responsabilidade de saúde e segurança começa no gestor (enquanto proprietário), estendendo-se à organização do mesmo.

Em países como o Reino Unido, a existência de um *safety officer* – gabinete de segurança é obrigatório, nomeadamente para assegurar o tratamento de assuntos inerentes à gestão da segurança. Complementarmente a este gabinete existe também a obrigatoriedade de elaboração de planos de saúde e segurança, bem como a formação de inspectores que assegurem o cumprimento dos princípios defendidos nos mesmos.

Este tipo de planos, segundo Getz (2005) incorporam: um compromisso a todos os níveis de saúde e segurança (torná-lo parte da missão evento); uma avaliação do risco em curso (quais são as ameaças?); a existência de sistemas de gestão para implementar políticas e procedimentos, incluindo mecanismos de monitorização e fiscalização; e a avaliação e revisão do processo.

Com efeito, a gestão de saúde e segurança do evento deve estar presente em todas as fases do seu ciclo de vida, começando pela concepção e terminando com o fecho do mesmo. (HSE, 1999).

É facto que em Portugal, à semelhança do que acontece em outros países da Europa, os festivais de música realizam-se em grande parte em recintos improvisados que carecem de licenciamento concedido pela Câmara Municipal (CM) territorialmente competente.

O promotor do evento, aquando do pedido de licença, é obrigado a preencher um requerimento dirigido ao Presidente de Câmara Municipal. Por conseguinte, no documento devem constar, os seguintes elementos: a identificação do promotor e residência ou sede; o tipo de evento; o período de funcionamento e duração do mesmo; o local; a área e as características do recinto; a lotação admissível e zona de segurança; as instalações sanitárias; a planta com disposição dos equipamentos e demais actividades; o plano de evacuação em situações de emergência; as fotocópias da apólice do seguro de responsabilidade civil e de acidentes pessoais; e no caso de ser realizado em propriedade privada, deve ser anexado uma declaração de não oposição do proprietário (DL 268/2009, Artigo 15º).

O processo termina com o pagamento da taxa referente ao período de duração do evento, em que a entidade licenciadora procederá à análise do pedido, nomeadamente no que respeita às condições higieno-sanitárias, comunicando ao promotor no prazo de 5 dias o despacho de aprovação da instalação ou o indeferimento do pedido. Concomitantemente, o despacho de aprovação constitui a licença de funcionamento que é válida pelo período requerido para a duração do evento, no qual a entidade licenciadora pode efectuar vistorias ao local sempre que achar necessário.

Em matéria de segurança, o promotor do evento deve assegurar as medidas necessárias à manutenção da ordem no recinto. Independentemente disto, deve informar a força policial local da sua realização e dos períodos de duração. Neste contexto, o promotor pode requisitar as forças de segurança para assegurar a ordem no recinto, todavia, sempre que não o fizer fica inteiramente responsável pela segurança no mesmo.

Complementarmente aos requisitos enunciados anteriormente - licenciamento de instalação e funcionamento, o promotor deve ainda apresentar a segurança contra incêndios (DL 268/2009) e o seguro de responsabilidade civil e de acidentes pessoais (DL 268/2009).

No que concerne à segurança contra incêndios, o Decreto-lei (DL) citado, menciona entre outros critérios a obrigatoriedade de existência de água para abastecimento nas imediações do recinto, assim como de vias de acesso adequadas a veículos de socorro em caso de incêndio e ainda a existência de um quartel de bombeiros nas imediações.

Em contrapartida, a legislação referente ao seguro de responsabilidade civil, apresenta uma alínea aplicável às autarquias locais, onde frisa que “(...) *quando as autarquias locais forem proprietárias de recintos ou promotoras de espectáculos ou divertimentos públicos, devem observar o regime estabelecido no presente diploma, designadamente no que se refere às normas técnicas e de segurança aplicáveis e aos seguros obrigatórios de responsabilidade civil e de acidentes pessoais*” (DL 268/ 2009).

Expostas as ideias prévias, é importante destacar três pontos considerados pertinentes no plano de saúde e segurança do evento, especificamente o exercício da segurança privada, os requisitos base de F&B e as normas essenciais de saneamento. Quanto aos elementos enumerados, a legislação portuguesa estabelece cláusulas para cada uma destes que serão mencionadas seguidamente, afim de serem avaliadas no caso de estudo.

Primeiramente e no encadeamento da temática, acresce a questão de quem está habilitado a exercer a segurança privada num recinto. Efectivamente, o exercício desta actividade é titulado por alvará, atribuído por um membro do governo responsável pela área da administração interna. Assim, as entidades capacitadas de exercer esta actividade são empresas de segurança privada, que organizem serviços de autoprotecção, consultoras de segurança e formadoras. Segundo a lei portuguesa, a profissão compreende algumas especialidades, contudo nesta investigação apenas serão incluídas as que têm relevância para o tema em estudo, concretamente a de vigilante (em áreas anexas ao evento – zona de campismo) e a de assistente de recinto de espectáculos.

Concretizando, os assistentes de espectáculos desenvolvem funções como a de: “a) *Vigiar o recinto de espectáculos e anéis de segurança, cumprindo e fazendo cumprir o regulamento de utilização do recinto;* b) *Controlar os acessos, incluindo detectar e impedir a introdução de objectos e substâncias proibidas ou susceptíveis de possibilitar actos de violência;* c) *Controlar os títulos de ingresso e o bom funcionamento dos equipamentos destinados a esse fim;* d) *Vigiar e acompanhar os espectadores durante os espectáculos, bem como prestar informações referentes à organização, infraestruturas e saídas de emergência;* e) *Prevenir, acompanhar e controlar a ocorrência de incidentes, procedendo à sua imediata comunicação às forças de segurança;* f) *Orientar os espectadores em todas as situações de emergência, especialmente as que impliquem a evacuação do recinto;* g) *Inspeccionar as instalações, prévia e posteriormente a cada espetáculo, em conformidade com as normas e regulamentos de segurança*” (Lei nº 34/2013).

Relativamente ao F&B, Kemp e Hill (2004) defendem a necessidade de supervisionamento dos alimentos e bebidas. No caso concreto português (DL 268/ 2009 e DL 234/2007), os serviços

de restauração e bebidas em festivais são encarados em regime especial, uma vez que o seu exercício é esporádico e/ou ocasional. Neste contexto, o requerimento para licenciamento dos mesmos deve ser dirigido à CM competente, com uma cópia para o DGAE (Direcção-Geral de Actividades Económicas - responsável por regulamentar as actividades económicas) e outra para a ASAE (Autoridade de Segurança Alimentar e Económica - fiscalização da área de restauração do evento).

Não obstante, o saneamento é outros dos elementos em destaque num festival, nomeadamente devido ao facto de serem realizados em recintos em que tudo, ou quase tudo é montado de raiz. Como tal, a tipologia de eventos em destaque, beneficia de cláusulas destinadas a esta tipologia de eventos, especificamente o fornecimento temporário ou sazonal de águas (DL nº 194/2009).

Em suma, no plano de saúde e segurança, todos os elementos são vitais, e portanto devem ser avaliados e controlados desde cedo. Assim, é pertinente que no término do evento seja feito um balanço do mesmo afim de concluir o que deve ser melhorado numa próxima edição.

2.2.6. Gestão da Segurança

A gestão da segurança, segundo Broder (2000) foca-se na aplicação de técnicas de protecção para minimizar a perda do bem.

Sucintamente, o seu papel passa primeiramente pela protecção da harmonia do evento e dos seus activos, através do recurso a táticas que consistem fundamentalmente no fornecimento, selecção, implantação de pessoal/equipamentos, a serem utilizados na prestação de serviços de protecção e de apoio ao projecto. A fase final do processo integra a aplicação e supervisão dos sistemas de controlo e comando adequados para assegurar a sua eficácia.

No seguimento do que foi referido, é imperioso destacar que os planos de segurança pessoal, de equipamentos e de procedimentos são parte integrante da gestão de risco. *“A safety plan, drawn up by the emergency services and all parties involved in an event, gives guidelines for dealing with the many and varied scenarios which may occur”* (Kemp & Hill, 2004, p. 101). A sua relevância prende-se em parte à finalidade que o plano tem, de proteger pessoas, bens, imagem, reputação e activos dos eventos de dano, lesão, perda ou até cenários piores.

Deste modo, a equipa responsável pela segurança do evento (Figura 12), desempenha acções

vitais no que concerne à resposta em situações de emergência, “(...) *the security team have the power to act quickly and efficiently to prevent small problems escalating*” (Kemp & Hill, 2004, p. 101). Efectivamente, esta é uma área que não pode ser ignorada, principalmente devido à sua importância extrema, no que diz respeito à protecção de propriedade e participantes face a actos criminosos e perigosos, ou até mesmo no auxílio da gestão de multidões.

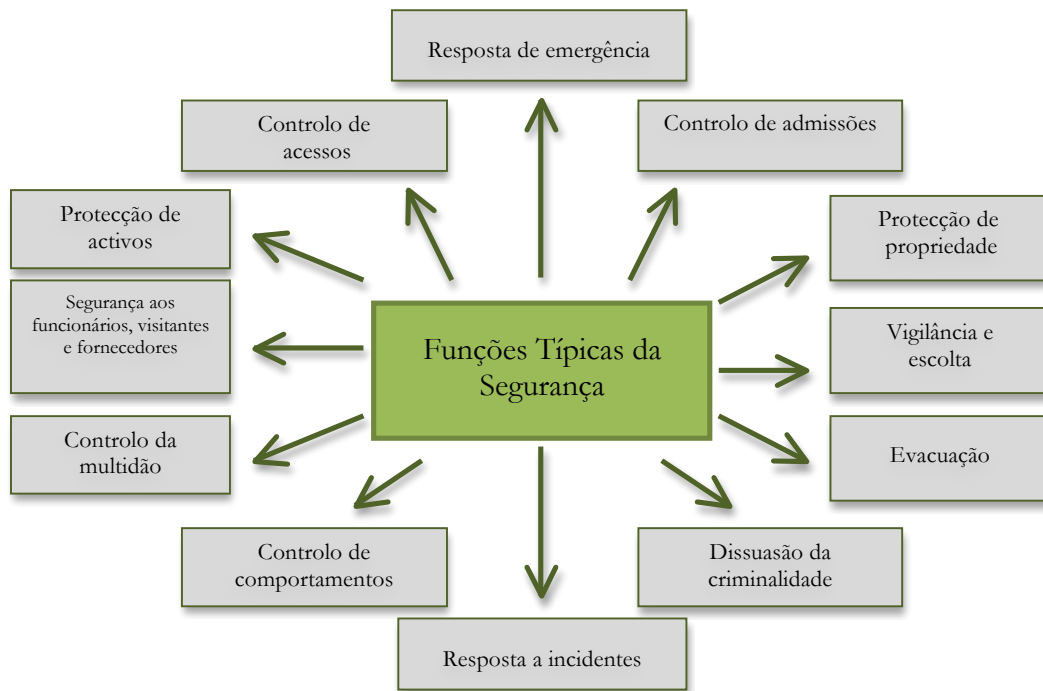


Figura 12 - Funções típicas da Segurança

Fonte: Adaptado de Silvers (2008, p. 113)

Para o efeito, o plano de segurança corresponde, a parte integral do plano de gestão de risco, onde são especificados os métodos e dispositivos a serem utilizados para fornecer os requisitos de protecção pertinentes a um evento ou à sua organização. É amplamente recomendado, a realização de uma avaliação relativamente às vulnerabilidades da segurança, sendo que esta etapa visa determinar as fraquezas que podem ser exploradas, as contramedidas adequadas e os sistemas de defesa que actuarão numa fase mais adiantada de mitigação de riscos.

A avaliação das ameaças tem como intuito, identificar e investigar potenciais alvos e adversários, para concomitantemente apurar o que se sabe sobre estes e as suas táticas (NFPA, 2005, citado por Silvers, 2008). Nesta fase de avaliação das ameaças, é indispensável examinar os planos de emergência e de evacuação do evento (Tassiopoulos, 2005) e inspeccionar o local (áreas, infra-estruturas, actividades, indivíduos), de modo a realizar um reconhecimento das vulnerabilidades.

O historial do evento é outros dos pontos que deve ser tido em análise, pois resume informação detalhada sobre as melhorias a efectuar, visando fornecer o nível de segurança exigido. Assim, o plano de segurança deve reunir todas as situações susceptíveis de acontecerem, num determinado evento e local. Todavia, as medidas e procedimentos pensados para a segurança devem constar num plano flexível o suficiente para responder às mudanças inesperadas que possam ocorrer.

Autores de referência, defendem que o plano deve abordar os seguintes elementos (Berlonghi, 1990; NFPA, 2005, citados por Silvers, 2008): factores de risco (riscos inerentes ao histórico, situações perigosas, condições controversas ou rivalidades); acesso ao sistema de controlo (as barreiras processuais, físicas, mecânicas e electrónicas); equipa de segurança (fontes, processos, estrutura de comando, implantação e horários); mapas do local (plano local, áreas restritas, pontos de montagem, interiores e exteriores - rotas de acesso e saída, e em torno dos arredores conforme apropriado - local, distrital, regional, nacional, campos aéreos, portos, postos de fronteira); sistemas de vigilância (humano e electrónico); sistemas de alarme (procedimentos de detecção de intrusão, de resposta e relatórios); iluminação de segurança (interior e exterior); comunicações (interna e externa); planos de resposta a situações de emergência (acidentes, desastres naturais, ataques de criminosos ou terroristas); e recursos externos (órgãos públicos de segurança - polícia, bombeiros e serviços médicos, unidades de saúde, empresas de serviços públicos, autoridades de transporte, embaixadas e agências de cooperação, conforme aplicável).

Em jeito de nota conclusiva é importante focar que o carácter único dos eventos, consubstancia as suas particularidades ao nível das vulnerabilidades que amplamente determinam a gestão da segurança no evento.

2.2.7. A Segurança no Recinto

O número de eventos têm-se vindo a intensificar nos últimos anos, assim como os seus conceitos que estão cada vez mais inovadores e diferentes. Por conseguinte, para cada evento há um tipo de público e como tal um tipo de recinto capaz de satisfazer melhor os requisitos pensados para mesmo. Neste contexto, as tipologias de recintos abrangem já um vasto leque desde fixos, a itinerantes, improvisados ou até mesmo de diversão provisória. Contudo, neste subcapítulo, apenas serão mencionados os recintos improvisados, uma vez que é sobre estes que recai a presente investigação.

Os festivais de música realizam-se na sua maioria em recintos improvisados, construídos de raiz para acolher determinado evento. Deste modo, torna-se imperioso reflectir sobre as condições que o recinto reúne para acolher o público, nomeadamente a capacidade do recinto; as condições físicas; as questões de sinalização; e a segurança contra incêndios (vias de evacuação e saídas de emergência). Assim, recorrer-se-á a decretos-lei para melhor enquadrar a temática.

Primeiramente, é fulcral abordarmos a capacidade do recinto, que se traduz na prática no efectivo de público “*número máximo estimado de pessoas que pode ocupar em simultâneo um edifício ou recinto que recebe público, excluindo o número de funcionários e quaisquer outras pessoas afectas ao seu funcionamento*” (DL 220/ 2008 de 12 de Novembro). Concretizando, este número é calculado com base na área disponível para o público; nas saídas de emergência existentes; e no tempo de entrada e saída necessárias para o público.

Efectivamente, a área disponível é regulamentada mediante alguns conceitos, como a densidade de ocupação, que corresponde à fórmula de 3 pessoas por m² (determina o número de lugares em pé) e a densidade linear, que se refere ao número de pessoas por metro de frente (5 pessoas por metro de frente e 2 pessoas por metro de bancada corrida).

Se em contrapartida se pretende calcular a capacidade instalada, isto é, lugares sentados (cadeiras e bancadas), a regulamentação existente (Decreto Regulamentar n.º 34/95), estipula que o número máximo de lugares entre coxias deve ser 40 e entre coxias e parede, 20. A marcação de lugares, segundo a lei deve estar bem perceptível e a sua delimitação bem visível. Assim, a profundidade mínima dos assentos não deve ser inferior a 0,35 metros. Relativamente à disposição da bancada, as normas regulamentam que devem ter no mínimo 0,40 metros de altura e 0,75 metros de profundidade. Não obstante, a colocação de cadeiras não fixadas ao pavimento, só pode reunir no máximo 5 filas com dez cadeiras cada (espaçamento de 40 centímetros entre estas) e uma largura aconselhada para a coxia de 1,40 metros. Com vista à aplicação destas normas, é inteligível que o número de lugares ao ar livre aumenta cerca de 50%.

Por sua vez, as questões físicas do recinto são outro dos aspectos a ter em consideração, nomeadamente o estado do piso, a planta do mesmo e o modo como estão distribuídas as entradas e saídas do recinto.

Alusivo à questão das entradas, há que ter em consideração o controlo apertado de acessos, o tempo de entrada, a localização e a distribuição das mesmas. Deste modo em situação alguma deve ser permitida a entrada sem controlo. Este processo pode ser efectuado tanto pelo pessoal

responsável pela segurança no recinto como através do recurso a torniquetes (esta medida pode prevenir acidentes como atropelamentos). Como tal, é necessário averiguar primeiramente quantas pessoas são esperadas para que se possa determinar os meios mais eficazes a utilizar. Perante isto, é crucial que o tempo de entrada não exceda o período de uma hora. Todavia, são vários os factores que têm impacto na gestão dos fluxos de entrada, como por exemplo: a determinação suficiente do número de entradas; a largura adequada das portas; a regularidade do piso; o sistema de controlo de acessos; o tipo de título de ingresso (bilhete, convite, cartão de sócio, pagamento em dinheiro, sem título); e a segregação das entradas por tipo de público (convite, passe de vários dias, acesso para pessoas portadoras de deficiência).

À semelhança do que acontece com as entradas, também o processo de saída carece de controlo, que pode ser realizado recorrendo aos mesmos métodos citados anteriormente (o tempo de saída não deve exceder os 8 minutos).

No que respeita à planta do recinto, é de salientar que junto das portas, devem ser evitadas áreas, tais como *WCs*, loja de *merchandising*, bilheteiras, pontos de encontro, que distraiam o público do seu foco principal, neste caso a entrada ou saída do recinto. Para o efeito, é importante que existam corredores livres que possibilitem a saída ou inversão de marcha sem perturbações de tráfego.

Ora, a sinalização é um dos pontos fulcrais da segurança no recinto, nomeadamente pelo seu carácter informativo para o visitante. Nesta perspectiva, a mesma deve-se encontrar no campo de visão dos visitantes e ser apresentada numa linguagem acessível a todos, traduzindo-se no recurso a uma simbologia de fácil compreensão ou até na redacção da informação em inglês. *“As placas de sinalização indicam respectivamente proibição, perigo, emergência e meios de intervenção, mediante o seu formato e cor, e devem ainda ser feitas de material rígido e fotoluminescente. As saídas de emergência devem estar correctamente identificadas”* (Portaria nº 1532/ 2008 de 29 de Dezembro).

Por último, é pertinente abordar as questões inerentes à regulamentação técnica das condições de segurança contra incêndios em recintos ao ar livre. A Portaria nº 1532/2008 defende nestes casos, a existência de vias de acessos adequadas e com largura necessária para veículos de socorro em caso de incêndio e a disponibilidade de água para abastecimento dos veículos de nas imediações do recinto. Com a excepção da 1ª categoria de risco (efectivo de público ao ar livre menor ou igual a 1000), os recintos devem ser servidos por hidratantes exteriores, instalados junto às vias de acesso. No caso da implantação do recinto não exceder os seis meses, caso não

existam hidratantes no local ou não for possível a sua instalação é aceitável o recurso a outro hidratante ou à permanência de um veículo de combate a incêndios do CB local. No que concerne às saídas que servem o “recinto devem ser distintas e estar localizadas de modo a permitir a sua rápida evacuação, distribuindo entre elas o seu efectivo” para além de que “devem ser afastadas umas das outras criteriosamente distribuídas pelo perímetro dos locais que servem” (Portaria nº 1532/2008). Os caminhos de evacuação devem proporcionar o acesso rápido e seguro às saídas, através de percursos curtos claramente traçados e de preferência rectilíneos, sem mudanças de direcção. No entanto existem outros dois factores-chave que determinam a eficácia do caminho de evacuação, são estes o número de saídas de emergência e a sua largura. A largura das saídas de emergência é medida com recurso a uma unidade teórica designada unidade de passagem (UP). Esta unidade corresponde a 0,90 m, duas a 1,40 m e n UP é igual a $n \times 0,6$ m ($n \geq 3$).

Tabela 10 - Número e largura das saídas em função do efectivo, para recintos ao ar livre

Fonte: A autora segundo conhecimentos adquiridos academicamente

Efectivo	Nº Mínimo Saídas	Nº Mínimo UP
1 a 150	1	1
151 a 1500	$1/1500 + 1$	$1/300$ ou fracção + 1 (> 600 larg. min. $2 \times UP$)
1501 a 4500	$1/1500$ ou fracção + 1	$1/300$ ou fracção
4501 a 9000	$1/1500$ ou fracção	$1/300$ ou fracção
>9000	No condicionado pelas distâncias a percorrer no local, com um mínimo de 6	$1/300$ ou fracção

Por esta razão, o Decreto-lei 268/ 2009 de 29 de Setembro, obriga à apresentação de um plano de evacuação anexado ao requerimento para realização do evento entregue à CM competente. O responsável do evento deve determinar à partida um caminho de evacuação para no caso de acontecer algum incidente, os colaboradores saberem indicar ao público a saída a adoptar. O trajecto de evacuação para além de se encontrar desimpedido de obstáculos, deve ainda estar devidamente iluminado e sinalizado, afim de evitar situações de pânico e dispersão do público.

A localização do recinto constitui um critério de segurança, pois a zona escolhida para a sua realização não deve influenciar nem ser influenciada pelo ambiente envolvente. Para além disto, devem ser constituídas medidas que minimizem o possível impacto negativo (poluição sonora, congestionamento de trânsito, dificuldades de estacionamento) na vizinhança (Decreto Regulamentar 34/95, Artigo 6º).

2.2.8. Gestão de Público

A segurança e a satisfação das pessoas que frequentam um evento de música dependem em grande parte da gestão eficaz da multidão. Este processo não passa apenas por controlar a multidão, mas também por analisar e tentar perceber os seus comportamentos, bem como os factores que estão na sua origem, antecipando futuras acções.

São muitos os factores que determinam o comportamento do público no recinto, tais como o projecto do recinto (com bons acessos de entrada e saída e fácil movimentação do público no interior do recinto); a capacidade de público; a existência de instalações adequadas para alimentação, bem como sanitárias; a presença de meios claros e eficazes de comunicação com o público; e uma boa relação entre o artista e o público *“Performers can have a significant influence on a crowd mood and behaviour, e.g. by jumping into the crowd (...)”* (HSE, 2000, p. 7).

O responsável do evento deve ter noção dos limites geográficos e temporais do seu evento, para que possa gerir estrategicamente e eficazmente o seu público. Desta forma, o gestor tem de estar ciente das áreas que necessitam da sua intervenção, nomeadamente os transportes; acessos; bilheteiras; entradas e saídas; objectos que entram no recinto; deslocações dentro do recinto; e orientações e retardamento dentro do recinto.

O comportamento do público no evento é algo que deve ser dada particular atenção, uma vez que pode comprometer a sua segurança. Este pode ser determinado por dois factores: perigos provocados pela multidão e perigos provocados pelas características do recinto.

Os perigos provocados pela multidão traduzem-se em esmagamentos entre pessoas e contra estruturas fixas; espezinhamentos; asfixia por compressão; comportamentos agressivos; lançamento de objectos; balanceamento e oscilação da multidão; movimentações súbitas e investidas da multidão; escalamento de equipamentos e estruturas; entre muitos outros.

No que concerne a perigos provocados pela arquitectura do recinto, podem ser enumerados alguns como: escorregamentos e tropeções devidos a falta de limpeza ou manutenção adequada; separação indevida entre circulação de peões e de veículos; colapso de estruturas (ex. vedações, barreiras, bancadas, etc.); existência de objectos e de equipamentos perigosos sem protecção (riscos de incêndio, afogamento, etc.); áreas de circulação congestionadas (ex. *roullotes* de venda, mobiliário com publicidade, etc.); e condições inadequadas para uma correcta gestão do público.

A presença de álcool e drogas nas multidões, constitui um factor de risco para a segurança do

evento, sendo que os indivíduos quando estão sobre o efeito dessas substâncias, têm tendência a desenvolver comportamentos agressivos e violentos que podem desencadear situações gravíssimas para o evento. Para além destes, existem também os comportamentos ditos como “altamente perigosos”, muito frequentes em festivais de música e que podem ter consequências gravíssimas, como:

- *moshing*: ritual de dança em que as pessoas chocam umas contra as outras;
- *crowd surfing*: um indivíduo é levantado acima das cabeças do público, pelos membros desse mesmo público, e é transportada até ao palco, geralmente para em seguida efectuar o *stage diving*;
- *stage diving*: consiste no mergulho do artista, ou de um elemento do público mergulhar do palco para cima da multidão; o objectivo é ser suportado pelo público, o que nem sempre acontece (existe registo de pelo menos dois casos mortais);
- *pogoing*: a multidão pula em sintonia (em caso de terrenos com declive, associado a chuvas intensas, pode provocar deslizamentos de terreno que provocam o colapso da multidão);
- *skanking*: ritual de dança em que se forma um círculo no qual as pessoas chocam umas contra as outras; o círculo acaba por se assemelhar a um remoinho para o qual são puxadas e empurradas as pessoas que se encontram na proximidade; acaba geralmente com o colapso da multidão associado a pressões enormes sobre as pessoas que se encontram nas camadas inferiores.

Perante os cenários descritos anteriormente é perceptível a importância dos colaboradores neste tipo de situações. Efectivamente, estes devem reunir um conhecimento pormenorizado sobre o local do evento (entradas, saídas, equipamentos de segurança e postos de primeiro socorros), bem como a localização de todas as actividades, equipamentos e serviços. Neste contexto, são ainda obrigados a conhecer os riscos de *overcrowding* (sobrelotação), assim como a estarem atentos a qualquer comportamento suspeito (ex. abandono de objectos), para intervirem de forma rápida (reportar à central de segurança) e eficaz.

Para além disto, o *staff* deve estar atento e verificar se as coxias, zonas de circulação e saídas estão permanentemente desimpedidas, impedindo também a escalada de equipamentos, mobiliário e a permanência em pé em cima de cadeiras e assentos. Às responsabilidades dos colaboradores, acresce o controlo de comportamentos violentos ou inapropriados. Contudo,

mais importante que todas as funções descritas anteriormente é a obrigação de conhecer os procedimentos de emergência e saber utilizar os equipamentos de comunicação em caso de emergência.

Em suma, a segurança do público é um aspecto fundamental no âmbito da segurança do evento. Com base na ideia anterior, é necessário o desenvolvimento de mecanismos de segurança a adoptar com o intuito de proteger esse bem. As medidas de prevenção podem focar-se na colocação de equipas de voluntários ou até patrulhas móveis em áreas estratégicas – entradas; saídas; perímetro interno e externo do recinto; nos acessos; na zona de bilheteira; ao longo dos caminhos de circulação (especialmente cruzamentos e bifurcações); junto às estruturas e equipamentos; nas casas de banho, bares e outras lojas; na frente e na traseira de palco; no próprio palco; e na área reservada aos artistas.

2.2.9. Estratégias de Comunicação

“If you can’t afford the resources (time, money, etc.) to do it safely, you can’t afford to do it.”

(Huntington, J., 2000, citado por Kemp & Hill, 2004, p. 12)

A comunicação eficaz é de suma importância, no que respeita ao funcionamento do evento dentro dos parâmetros de segurança.

Na fase que antecede o evento, a comunicação deve ser centrada numa série de actividades como colecta de informações sobre as características do evento, busca de licenças apropriadas, elaboração de planos detalhados para acordos dentro e fora do recinto, etc..

Segundo o Event Safety Guide (HSE, 1999) a comunicação deve operar a dois níveis: inter-profissional (entre equipa) e com o público. No entanto, a mesma fonte defende, também, que o gestor do evento deve compreender a segurança a quatro níveis: os que trabalham na organização do evento; todos os que actuarem na mesma; todos os que participarem e todos os que possam ser afectados pelo evento. *“In order protect the health, safety and welfare of people attending a music event, as well as the employees, contractors, and subcontractors working at the event, health and safety has to be managed. It is of fundamental importance to appreciate that planning for effective health and safety management should start at the same time as the planning for all other aspects of the proposed event”* (HSE, 1999, p. 7).

Para isto, é necessário que a comunicação esteja presente em todo o ciclo do evento, ou seja, no pré, durante e pós evento. Todavia, a comunicação do evento deve actuar a três níveis: comunicação operacional, comunicação com o público e comunicação pública.

A comunicação operacional subdivide-se em duas vertentes, a comunicação interna e a comunicação externa. A comunicação interna engloba a comunicação entre pessoal da segurança e restante *staff*, com as relações públicas e com o protocolo, com o *staff* dos artistas e por último com a bilheteira, lojas e pontos de venda, enquanto que a comunicação externa, diz respeito à comunicação com entidades afectas ao evento como a polícia, os bombeiros, a assistência médica, os serviços de transportes públicos ou até com a autarquia.

Assim, a comunicação entre os diversos organismos é efectuada verbalmente através de *briefings* e *debriefings*, via rádio ou telefone ou com recurso a *PAS* (com frases codificadas), porém a utilização do telemóvel em situações de emergência deve ser evitada. Por outras palavras, na fase de pré-evento, a organização deve fazer um *briefing* para os colaboradores, para que estes fiquem cientes das linhas de comando e responsabilidade, de saúde e segurança, das comunicações e todos os procedimentos, práticas e regulamentos que deverão determinar a sua conduta durante o evento. É importante que toda a equipa (*staff* e voluntários) que trabalha diariamente para a concretização do evento, perceba a importância das questões de saúde e segurança, e que todos em conjunto trabalhem em prol da segurança do evento. “*Everyone involved in the planning of an event will need to keep proper records of decisions and ensure that relevant information is communicated to others*” (HSE, 1999, p. 37).

No caso concreto da comunicação operacional, o gestor do evento desempenha um papel muito importante, nomeadamente em certificar-se que todos os sectores do evento estão efectivamente a comunicar entre si. Neste ponto a existência de uma *Incident Control Room* ou gabinete de segurança é fundamental, uma vez que constitui o centro de comunicações e operações do evento. Este gabinete é então responsável por fazer a ponte entre a parte interna e externa integrante do evento. Para além da comunicação com as várias partes, este dispositivo auxilia ainda os colaboradores do evento quando chega o momento de actuar, criando mapas (que contém as principais rotas para veículos e pessoas, assim como as restrições de acesso) e planos de obra. No entanto a função principal deste gabinete, prende-se no esclarecimento sobre as funções que cada elemento tanto a nível interno como externo tem no evento e sobre a forma como deve actuar caso algo imprevisto aconteça. Por esta mesma razão, a comunicação

entre colaboradores deve ser clara e acessível a todos, uma vez que constitui uma peça fundamental para o sucesso do evento. *“Unambiguous use of language is crucial in providing a clear and reliable communication framework. Avoid jargon and acronyms wherever possible. Where they are necessary, it is worth including a glossary of terms within the main planning documents”* (HSE, 1999, p. 37).

No que concerne aos equipamentos utilizados para efectuar a comunicação entre colaboradores, Kemp e Hill (2004), defendem que devem ser alimentados por fontes de energia independentes das restantes instalações, destacando a comunicação via rádio, que segundo os mesmos autores é muito importante no que toca ao comando operacional *“Radio as a mean of communication is an important means of facilitating operational efficiency for the promoter and for all of the contractors involved in the event. In an emergency it becomes a vital tool for the emergency services and there may well be the need for the emergency services to have command channels at large outdoor events where a number of different channels are being utilised”* (Kemp & Hill, 2004, p. 168).

Este aparelho deve então, ser testado previamente, de forma a ser verificada a sua cobertura no perímetro do evento. Para a sua utilização ser eficaz é necessário, em primeiro lugar, haver uma disciplina apertada, com o uso adequado dos sinais de chamadas e protocolos de contacto; em segundo lugar fazer com que o objectivo da mensagem seja claro; em terceiro lugar passar informações concisas e precisas, fazendo um cruzamento das mensagens recebidas e interpretando-as correctamente, para assim afinar o seu conteúdo de modo claro e inequívoco; e por último manter registos precisos da actividade de comunicação e das decisões e acções. Relativamente ao mesmo equipamento, importa dizer que os relatórios da situação devem ser dados numa linguagem perceptível a todos os intervenientes, sendo que os mesmos, devem certificar-se de que as frequências de rádio utilizadas, não colidem com as de outros usuários de rádio. Devem ainda definir uma frequência específica para situações de emergência.

Os auriculares são outro dos equipamentos utilizados, nomeadamente neste tipo de eventos, onde a música é alta e a concentração de pessoas é elevada. A sua utilização pode ser uma solução principalmente para os elementos presentes nas áreas técnicas, como a zona de palco.

As linhas telefónicas representam outro dos equipamentos indispensáveis na comunicação entre o ponto central do evento e os restantes pontos-chave em seu redor. Neste contexto, é pertinente averiguar se todos os funcionários sabem como usar o equipamento e caso seja necessário devem ser dadas orientações e formações às equipas.

Os telemóveis são bastante utilizados pelos elementos da organização, todavia tal como foi

referido não devem ser um recurso em situações de emergência, uma vez que a larga concentração de pessoas no recinto, conduz a algumas falhas na cobertura da rede móvel.

Para além dos equipamentos descritos, devem ser definidos mecanismos que auxiliem a equipa em situações imprevistas. Para isto, no período que antecede o evento devem ser estabelecidos códigos para serem usados em caso de incidente ou de emergência, garantindo que todos os intervenientes sabem os seus significados (que devem constar no manual dos eventos). Outra das estratégias a adoptar é atribuição de um cartão, onde estejam presentes todos os contactos necessários de todas as pessoas e entidades envolvidas na realização do evento, assim como os respectivos canais de rádio (estes cartões podem estar numa fita, junto dos cartões de acreditação).

Seguidamente à abordagem realizada relativamente à comunicação operacional e equipamentos que integram a sua comunicação é relevante aprofundar a temática da comunicação com o público, bem como os mecanismos que podem auxiliar o processo de comunicação com este bem. Esse processo de comunicação deve começar bem antes da realização do evento, através da distribuição de informação antecipada ao público sobre o festival. Esta comunicação pode ser efectuada com recurso a desdobráveis, informações no verso do bilhete, no *website* do evento, através do marketing ou até de publicidade paga. A organização ao adoptar esta estratégia, pode estar a prevenir futuras reacções por parte do público quando este é apanhado de surpresa, evitando por exemplo situações de insatisfação e manifestações de agressividade, ou até mesmo situações de *overcrowding*, que podem degenerar acontecimentos bem mais graves e por vezes incontroláveis.

Como forma de controlar reacções por parte do público, a organização pode recorrer a vários equipamentos e elementos, tais como o circuito fechado de videovigilância (*CCTV*); *Public Address System*; megafones; sinalética; painéis electrónicos e *displays* (ecrãs do evento); postos de informação; *staff*; seguranças; polícias e *pit team*; artistas; comunicação escrita; e plataformas *online*.

O circuito fechado de videovigilância (*CCTV*) pode desempenhar uma importante tarefa na gestão do público. As imagens captadas em tempo real permitem à equipa responsável acompanhar o evento, e assim serem rápidos, caso se justifique a sua intervenção (desordem pública, movimentos suspeitos, ocorrência de situações ilegais).

O *Public Address System* ou também designado por *PA System (PAS)* desempenha um papel muito

importante nesta tipologia de eventos, uma vez que a atmosfera ruidosa, causada em parte pelo som das *performances* e das reacções do público que assiste às mesmas, faz deste sistema o único capaz de se sobrepôr ao barulho envolvente, com o intuito de transmitir informações relevantes – alertas à multidão (Kemp & Hill, 2004). A par deste, os megafones estabelecem a ponte entre a organização e o público, informando-o sobre notícias de última hora (ex. atraso num concerto).

A sinalização é um dos meios mais utilizados na comunicação com o público, uma vez que tem o papel de informar visualmente o indivíduo, dando-lhe indicações para encontrar certas instalações. Deste modo a sinalização, deve ser colocada tanto no interior (orientar o indivíduo no recinto, indicando *WCs*, *F&B*, etc.) como no exterior do recinto (permitindo ao indivíduo chegar até ao recinto).

Os painéis electrónicos e *displays* ou também ecrãs como são designados, são instrumentos fulcrais na passagem de informação pública e muitas vezes de última hora ao público, sem que seja necessária a interrupção do artista. Este equipamento tem uma vantagem no que toca a anúncios urgentes, uma vez que consegue chegar a todos os presentes, incluindo os que tem deficiências auditivas, bem como aqueles que devido ao ruído envolvente não conseguem escutar os anúncios emitidos pelo *PA System*.

Os pontos de informação, são importantes infra-estruturas que tem como objectivo esclarecer os indivíduos quanto às dúvidas que estes possam ter sobre o evento. Deste modo, os colaboradores aí presentes devem estar devidamente informados, de modo a esclarecerem quem os procura. Como forma de auxiliar os visitantes, nos pontos de informação (distribuídos dentro e fora do recinto) estão na maioria das vezes disponíveis material de apoio, como mapas e programas do evento.

O *staff*, tal como foi dito anteriormente deve estar devidamente elucidado quanto ao recinto e às suas funções no mesmo. Logo, o contacto directo entre o *staff* e o público deve ser constituído como um elemento fulcral, essencialmente no que diz respeito às questões de bem-estar. Efectivamente, uma relação acessível, entre público e *staff* pode ajudar no que concerne à passagem de informação de forma clara e simples.

Para além, dos elementos e equipamentos descritos anteriormente, existem outros membros da equipa que operam ao nível da segurança no evento, nomeadamente, os seguranças, a *pit team* e a polícia. Os seguranças do evento, assim como a polícia são responsáveis pelas revistas à

entrada e por garantir a segurança de todos os bens presentes no festival. A designada *pit team*, actua ao nível da frente de palco, com o auxílio das barreiras que separam a zona de palco do recinto em si. As funções desta equipa prendem-se na garantia que os membros do público não passam a barreira para a zona de palco e que objectos não são arremessados para o palco. Todavia, a sua principal função centra-se no controlo do público, evitando esmagamentos na frente da barreira. Deste modo, a comunicação entre estes e o público pode muitas vezes ditar a segurança no evento (Kemp & Hill, 2004).

Não é novidade nos dias de hoje, a impressionante influência que os artistas detêm sobre os seus públicos, principalmente na sua maneira de ser e estar, de se vestir, ou até mesmo no uso de variadas substâncias (ex. droga) que podem levar a situações de risco. Com efeito, os concertos não são uma excepção e o comportamento do público reflecte-se na maioria das vezes na prestação e interacção que a banda estabelece com eles. No entanto, a organização deve tirar partido desse elo de ligação, fazendo com que o artista comunique com o seu público formas de estar no concerto sem comprometer a segurança.

Contudo, existem outras formas de prevenir incidentes, promovendo a comunicação com o público através de elementos escritos, como por exemplo desdobráveis ou até mesmo do bilhete. O segundo documento citado, embora seja limitado em termos de espaço, pode conter as linhas base sobre segurança, bem como informações sobre qual a entrada correcta, evitando assim confusões e filas desnecessárias. Outra das mais-valias do bilhete é, o facto de este ser visto por muitos como uma lembrança do evento, e daí ser lido atentamente antes da realização do evento. Por outro lado os desdobráveis podem conter mapas do recinto ou até regras de conduta que o indivíduo deve adoptar aquando da sua presença no evento.

As plataformas *online*, como é o caso do *website* oficial e das redes sociais, podem desempenhar um papel muito importante no âmbito da comunicação, uma vez que a informação é actualizada ao minuto. Para além disto o *website*, é considerado uma ferramenta que pode operar ao nível da segurança, uma vez que contém informações essenciais sobre assuntos inerentes ao evento, isto é, estacionamento, horários, mapas de acesso.

Por fim, a publicidade e os *media* (TV e Rádio) também têm como objectivos elucidar sobre a importância da comunicação como factor de segurança.

Perante situações de emergência, uma comunicação eficaz pode fazer a diferença entre o pânico na multidão e a evacuação suave da mesma das instalações (Kemp & Hill, 2004). Tanto o tempo

como o conteúdo de um anúncio em tais circunstâncias são vitais. O tempo de persuasão é definido, como o período em que o público tem conhecimento da situação e da necessidade de evacuar o local. Tal como foi dito anteriormente, o conteúdo da mensagem que será transmitida ao público, deve ter em conta os seguintes pontos-chave:

- É essencial que as informações de alerta sejam dadas atempadamente;
- Tempo de convicção deve ser adicionado ao tempo de movimento;
- É crucial, a clareza na prestação do anúncio;
- Deve ser considerada a figura por quem a audiência tenha mais empatia para fazer o anúncio;
- A mensagens dadas ao vivo (tempo real), são tidas mais em conta do que as pré-gravadas;
- Sempre que se justifique deve transmitir-se as mensagens ao público;
- Os elementos da mensagem-chave e a sua sequência devem ser pré-planeadas;
- Os anúncios devem ser reforçados por uma mensagem, que deve ser exibida sempre que possível;
- Os itens-chave devem ser repetidos.

No que toca à comunicação com o público, é preferível que a mensagem de segurança seja transmitida através dos artistas, das placas de mensagens de música ou ecrãs presentes no festival.

Por último, a comunicação pública, visa a divulgação de elementos dos festivais para a comunicação social. Esta comunicação pode então ser divulgada pelo marketing, de informações disponibilizadas no *website*, do envio de *press releases* para imprensa ou até mesmo publicidade paga.

A comunicação é o factor-chave para o melhoramento da segurança nos eventos musicais ao vivo e festivais. Desta forma, os organizadores de eventos devem ser capazes de controlar os efeitos do comportamento do público, e de se adaptarem às mudanças que os novos movimentos culturais trazem. Os perigos podem mudar com os costumes e as culturas, no entanto as causas de lesões e morte no meio da multidão continuam as mesmas: esmagamento, asfixia e trauma físico. Comunicar a uma multidão as melhores formas de evitar isto, é o grande desafio no mercado dos eventos musicais.

Capítulo III - Estudo Empírico

3.1. Origem e Evolução dos Festivais em Portugal - Fonte Secundária

De acordo com a história dos festivais em Portugal, o primeiro festival de música realizado em solo português remonta ao ano de 1971 - *Festival de Vilar de Mouros*. A inspiração do criador, António Augusto Barge para a realização do mencionado evento, foi o legendário *Woodstock*, realizado dois anos antes. O período de censura que o país atravessava, incentivava o acesso à cultura estrangeira, principalmente à anglo-saxónica (Rocha, 2011). Ainda assim, o festival realizou-se sobre o olhar atento da PIDE (Revista Sábado, citada por Rocha, 2011), atraindo cerca de trinta mil pessoas, oriundas de vários pontos da Europa (Maciel, 2011). O espírito *hippie*, que fazia apologia à paz e à liberdade – imagem de marca do festival, era em muito parecido ao do *Woodstock* e assim aliciente, face aos tempos difíceis que se viviam. Em 1982, realiza-se a segunda edição do festival, marcada pela diversidade de estilos musicais presentes no seu cartaz (artistas nacionais e internacionais). No período que se sucede, o festival registou uma interrupção, regressando apenas na década de 90 com edições continuadas.

Com efeito, os Festivais de Verão eram nesta altura uma constante na Europa, atraindo largos números de visitantes aos seus palcos (Sarmiento, 2007). À escala nacional, a década de 90 marca o início do aparecimento da era dos Festivais de Verão.

No ano de 1993, surge o *Festival Paredes de Coura*, num ambiente rural, caracterizado pela sua sonoridade focada no rock e na música alternativa. Dois anos mais tarde, nasce o *Festival Super Bock Super Rock*, que desde cedo, se assume, pela sua sonoridade mais pesada. O *Festival Sudoeste*, emerge em 1997 fora do ambiente urbano, e distingue-se fundamentalmente pelo seu estilo massificado e diversificado. Por sua vez, o *Boom Festival* que remonta ao mesmo ano, é inspirado na multidisciplinaridade, transgeracionalidade e interculturalidade. No final dos anos noventa, particularmente em 1999, é organizada a primeira edição do *Festival Músicas do Mundo* - um projecto da CM de Sines. O festival caracteriza-se pela sua *playlist* de fusão de diversos géneros musicais mundiais, que vão desde o folk aos *blues, jazz*, etc..

O século XXI, assinala as constantes preocupações com o meio ambiente, reflectindo-se no desenvolvimento de eventos sustentáveis. Com o início do novo milénio surge, em Portugal, o

Rock in Rio Lisboa (2004), cujo *slogan* é “Por Um Mundo Melhor”. Em 2007, também no contexto urbano aparece o *Festival Optimus Alive*.

Esta breve contextualização sobre os festivais de música em Portugal, conduz a uma reflexão sobre o carácter e conceito presente nestes festivais. Perante isto torna-se evidente que o aparecimento destes festivais a par de outros eventos internacionais, constitui não apenas uma difusão de géneros musicais, mas também uma divulgação de ideais de liberdade e paz através da música - veículos de comunicação junto dos público.

3.1.1. A história dos eventos musicais em Sines

Relativamente a este ponto, verifica-se uma ausência de referências bibliográficas sobre a evolução histórica dos eventos musicais em Sines,¹⁵ no entanto as pesquisas efectuadas, permitiram averiguar a existência de pelo menos dois festivais de índole musical na região.

Perante o cenário apresentado, os dois festivais de carácter musical com data fixa na agenda cultural de Sines são o *Festival Músicas do Mundo* e o *Sines em Jazz*. O primeiro data de 1999 e surge principalmente como forma de valorizar o Castelo de Sines – local do nascimento do navegador português, Vasco da Gama – e dar a conhecer diferentes culturas musicais, característica que está na génese dos descobrimentos. Em contrapartida, o *Sines em Jazz* - também organizado pela CM local, ocorre anualmente em Agosto. Todavia, é um projecto bem mais recente que remete para o ano de 2007.

O calendário cultural de Sines é dinamizado por estes dois eventos musicais, que acontecem na época estival, a par dos restantes Festivais de Verão.

3.2. Os Festivais de Música como veículo de comunicação - Fonte Secundária

Os festivais de música registam já um forte poderio económico e social capaz de gerar grandes receitas e arrastar multidões até si (Catherwood & Van Kirk, 1992, in Gwinner, 1997; Cornwell *et al.*, 2001 citados por Couto, 2011). O apoio dos veículos de comunicação, como o rádio, a televisão, os jornais e revista, internet, etc., são fulcrais na sua divulgação junto do público,

¹⁵ Fonte: <http://www.sines.pt/pt/viver/cultura/EventosFixos/Paginas/default.aspx>, consultado a 20 de Julho de 2013.

contudo estes podem também ser veiculados como meios para comunicar assuntos que lhe estão inerentes, como artistas, patrocinadores e outras marcas, ou a própria produtora responsável pela produção do festival.

É cada vez mais perceptível, o modo como as marcas invadem os festivais e aproveitam o ambiente para reforçar a notoriedade (Cornwell *et al.*, 2001) junto dos consumidores (imagens de marca¹⁶). De acordo com o estudo realizado pela *Havas Sports & Entertainment*¹⁷ no Verão de 2011, os promotores consideram os Festivais de Verão, um território apetecível para as marcas uma vez que se trata de uma oportunidade para conquistarem clientes. Segundo a mesma fonte, o *naming sponsor* (processo de atribuir o nome da marca ao evento) não é por si só uma garantia, é necessário construir uma relação com a marca, que passa muitas vezes por viver experiências que vão para além da música, as também designadas de “*brand experiences*” (Doonar, 2004).

Para além disto, é imprescindível destacar o tema das campanhas de sensibilização e o papel que as marcas têm muitas vezes como ponte entre as causas ou campanhas e os públicos. A título de exemplo, seguem-se duas campanhas que são habituais em festivais de música - consumo moderado de álcool e o “sexo seguro”. Em relação ao primeiro exemplo é usual a presença de equipas como a “100% cool”, que desenvolvem acções como a realização de testes de alcoolémia, em que no caso do indivíduo acusar 0% de álcool, é lhe atribuído um brinde (ex. *t-shirt*). Não obstante, as campanhas de “sexo seguro”, passam pela distribuição de métodos contraceptivos. Sem embargo, não só destas causas vivem os festivais, mas também de causas ditas sociais ou até mesmo ecológicas. Deste modo, muitos festivais direccionam parte da receita de bilheteira para causas sociais - projectos de inserção social, e ambientais – plantação de árvores (ex. Rock in Rio é apoiante das causas citadas).

Concomitantemente, os festivaleiros podem desempenhar um papel muito importante na comunicação do festival, nomeadamente depois das novas tecnologias se terem tornado parte integrante deste processo. Actualmente, o indivíduo não precisa de aguardar que uma notícia seja publicada no dia seguinte ou horas depois para ver como correu o concerto ao qual não pôde estar presente, pois tudo está à distância de um simples *click*, em que a informação é actualizada ao minuto nas pelas redes sociais.

¹⁶ Fonte: <http://imagensdemarca.sapo.pt/emissoes/tv/marcas-melhoram-experiencia-no-recinto-dos-festivais/>, consultado a 30 de Setembro de 2013.

¹⁷Fonte:<http://www.havas-se.com/uploads/news/7305fd055bf2b53381b02b4ccc39d5e973a823b8.pdf>, consultado a 4 de Outubro de 2013.

Posto isto, é imperioso enquadrar o tema dos veículos de comunicação, à segurança, principalmente porque as preocupações base do gestor do evento devem prender-se em duas etapas: veicular o evento a uma atmosfera segura; e passar essa imagem e ensinamentos ao público presente.

3.3. Caso de Estudo: *Festival Músicas do Mundo* - Fonte Secundária

O *Festival Músicas do Mundo* é um festival nacional de música não comercial que se realiza anualmente em Julho no concelho de Sines, Alentejo Litoral, desde 1999. A sua organização cabe à CM de Sines e a sua imagem de marca prima pela qualidade e diversidade do programa apresentado, bem como pelos espaços maravilhosos e incomparáveis que acolhem o festival. Há quem defenda que este evento para além de único, é uma espécie de encontro entre gerações e um momento de reencontro entre um povo e toda a sua história. O Castelo de Sines é um marco da história grandiosa de Portugal e constituiu a fonte de inspiração para a criação do conceito inicial do festival, uma vez que se pensa ter sido este o local que viu nascer o grande navegador e descobridor, Vasco da Gama.

O festival presta, então, tributo a um dos períodos mais gloriosos e heróicos da história de Portugal, os Descobrimentos (período este caracterizado pela descoberta de novos povos e culturas), realizando espectáculos que visam dar a conhecer a diversidade de expressões musicais do mundo (exemplo: Nigéria, Paraguai, Polónia, etc.), tal como os navegadores conheceram ao enfrentar mares desconhecidos, desembarcando em terras novas. Este evento é portanto uma iniciativa que visa mostrar ao público, a música para além das fronteiras ditas “*mainstream*”, apresentando uma “*playlist*” universal (*jazz*, ao *folk*, *blues*, tango, *reggae*, etc.).

Actualmente, e devido ao crescimento do festival, o evento atravessa já as barreiras físicas iniciais do castelo, estendendo-se à Avenida Vasco da Gama, ao Centro de Artes de Sines e também a outros palcos paralelos, localizados nas ruas da cidade.

O palco do castelo debruça-se sobre a baía e situa-se em plena zona história da cidade. Este espaço tem uma densidade de ocupação de cerca de 7000 pessoas, em pé e em bancadas. O palco da praia como é por muitos designado, está localizado na Avenida Vasco da Gama ou palco da praia, como também é designado e tem capacidade para cerca de 15 000 pessoas em pé. Por último, o auditório (lotação para 200 pessoas) é parte integrante do Centro de Artes de

Sines, e está portanto localizado na entrada do centro histórico da cidade.

Relativamente ao público-alvo do festival, importa mencionar que tal como é dito pela organização no *website* oficial, não existem públicos preferenciais, mas sim pessoas dispostas a ouvir, a experimentar e serem receptivas a novas culturas.

Quanto ao seu historial, pode dizer-se, que entre 1999 e 2013, já acolheu cerca de 340 concertos, muitos deles estreias nacionais e em alguns casos europeias. Em 2008, ano em que comemorou o seu 10º aniversário, foi também a data que conseguiu realizar o maior número de concertos, num total de 40 espectáculos. Contudo, este número foi ultrapassado pela edição de 2013, na qual se realizaram cerca de 43 concertos, como forma de homenagear o seu 15º aniversário. Esta última edição reuniu um total de 100 000 espectadores.



Figura 13 - Fotografias dos 3 palcos do FMM - palco do castelo, palco do Centro de Artes de Sines e palco da praia

Fonte: A autora

Foram muitas as bandas que passaram e surpreenderam nos palcos do FMM, como por exemplo os Taraf de Haidouks, Black Uhuru feat. Sly & Robbie, Hedningarna, Kronos Quartet, The Skatalites, Tom Zé, Femi Kuti, Hermeto Pascoal, Marc Ribot, KTU, Master Musicians of Jajouka, Trilok Gurtu, Toumani Diabaté, Rabih Abou-Khalil, Mahmoud Ahmed, Gogol Bordello, Rokia Traoré, Asha Bhosle, Orchestra Baobab, Debashish Bhattacharya, Cyro Baptista, Lee 'Scratch' Perry, Tinariwen, Staff Benda Bilili, Ebo Taylor, Vishwa Mohan Bhatt, Mari Boine, Oumou Sangaré, Béla Fleck e Hugh Masekela.

3.3.1. Análise SWOT

A análise SWOT (Tabela 11) que se segue permite a síntese do cenário envolvente no que respeita ao *Festival Músicas do Mundo*.

Tabela 11 – Análise SWOT

Fonte: A autora

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Conceito do evento – maior festival de “<i>World Music</i>” de Portugal; • Localização geográfica dotada de boas acessibilidades; • Boas condições meteorológicas na altura do ano em que se realiza o festival; • Potencial turístico da Costa Vicentina, que atrai muitos visitantes nesta altura do ano; • Destino com história; • Transportes (autocarro, paragem a 300 metros do palco principal, o Castelo de Sines); • Acessos para pessoas com necessidades especiais; • Pacifismo do público do evento; • Localização dos recintos; • Controlo de acessos e barreiras anti-pânico na frente palco; • Existência de sinalização de emergência correctamente identificada e placas fotoluminescentes; • Segurança contra incêndios; • Existência de postos médicos com enfermeiros no local, e posto de apoio ao espectador; • Presença das entidades no local, nomeadamente GNR, BVS e PC; • Definição de corredores de evacuação; • Distribuição de meios e recursos em caso de incêndio pelo recinto; • Identificação das áreas de risco do recinto do castelo (ex. régie, camarins, palco, produção, muralhas, corredor, etc.); • Título de ingresso acessível e com código de barras, validado à entrada; • As bancadas instalados no recinto do castelo enquadram-se nos termos de segurança definidos pelo Decreto Regulamentar (DR) n° 34/ 95; • As entradas para o recinto do castelo estão bem localizadas, pois cada uma das mesmas situa-se numa ponta da muralha, evitando que as filas de entrada se cruzem; • Títulos de ingresso com preços redondo (10€ bilhete diário); • Zona de bilheteira afastada da entrada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Álcool e Drogas: Problemas registados ao nível do excesso de álcool e tráfico e consumo de estupefacientes; • Sinalização: A sinalização informativa é abundante, mas apenas na zona dos palcos, sendo que nas estradas ou mesmo nas ruas de Sines é escassa. Para além disso, esta não é visível à noite, nem é tão pouco à prova de água. A sinalética encontra-se apenas em português, à excepção de uma placa que informa sobre a validação do bilhete; • <i>Websites</i> e materiais informativos: Apresentam informações sobre o programa e aos artistas, no entanto não referem nada sobre a segurança nos festivais de música. O bilhete de entrada e a brochura “<i>Guia FMM 2013</i>” apresentam apenas uma informação alusiva à proibição de entrada no recinto de objectos perigosos e animais, contudo não avançam com regras de conduta no interior do recinto; • Campismo: Roubos registados, falta de vigilância e escassez de infra-estruturas de apoio aos campistas; • Infra-estruturas: Carência de infra-estruturas turísticas. Défice de oferta de alojamento para os visitantes do festival. Ao nível do festival existe uma escassez de WC’s comparativamente ao número de pessoas no recinto; • Vigilância: Ausência de câmaras de vigilância na zona do palco da praia e de vigilantes no parque de campismo do FMM; • Segurança: Fraca consciencialização das pessoas para as questões inerentes à segurança no festival; • Entradas: Não existe segregação de entradas de acordo com o tipo de público, ou pelo menos não existe indicação. O número de entradas/ saídas é insuficiente comparativamente ao número de pessoas no recinto. Em termos legais, num recinto ao ar livre quando o efectivo de público compreende entre os 4501 e as 9000 pessoas, o número mínimo de saída obrigatórias é de 1 por cada 1500 pessoas. A zona de bares, WC’s e <i>merchandising</i> exterior ao castelo, constitui uma zona de distração, o que deve ser algo a evitar. Nos concertos pagos, em especial no último dia de festival o tempo de entrada/ saída excedeu claramente os períodos citados no enquadramento teórico; • Comunicação: A organização publicou imagens do vocalista da banda Dubioza Kolektiv a fazer <i>stage diving</i>. Estas imagens podem influenciar comportamentos agressivos e altamente perigosos por parte do público. A mesma banda já havia tido comportamentos de risco na edição de 2012 do FMM e a organização pelo que consta nada fez para evitar que estes comportamentos de repetissem.

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Festival com um conceito diferente dos habituais realizados na época estival; • Criação de emprego, embora temporário; • Complemento à oferta “Sol & Mar” habitual nesta região e época do ano; • Aparecimento de um novo tipo de turista em Sines – festivaleiro; • Reconhecimento nacional e internacional; • Festival associado a um evento seguro; • Ganhar prémio no Portugal Festival Awards. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cenário de crise económica e política em Portugal; • Realização do evento em simultâneo com eventos da mesma índole; • Tendência do público em imitar os comportamentos e acções do artista (ex. <i>crowd surfing, moshing e stage diving</i>); • Segurança na frente de palco não é realizada por entidades competentes; • Fogo-de-artifício; • Más condições meteorológicas; • Plano Especial de Emergência (PEE) que abrange apenas o palco da castelo; • Álcool e drogas; • Falha na comunicação via telemóvel; • Ausência de um simulacro em 15 anos de festival; • Artista não comparecer; • Queda da estrutura do palco.

3.4. Sistematização dos Principais Resultados – Fonte Primária

A investigação efectuada no âmbito da comunicação enquanto factor de segurança em eventos, mais concretamente em festivais, permitiu verificar empiricamente as hipóteses resultantes do enquadramento teórico, concluindo sobre as excelentes características naturais de Sines, que fazem do *Festival Músicas do Mundo*, um complemento turístico à oferta Sol & Mar, habitual na Costa Vicentina.

Os Festivais de Verão são cada vez mais um atractivo, principalmente na época estival. O FMM não é excepção e arrasta até si, multidões. Este facto remete à existência do chamado, Turismo Musical, cada vez mais frequente o que implica maiores preocupações relacionadas com a segurança dos seus públicos. Embora o FMM, seja um festival com 15 anos de história, regista algumas falhas ao nível da segurança e da comunicação com o público, que podem ser colmatadas em futuras edições. Assim, a criação de uma proposta de melhoria, poderá incentivar o desenvolvimento de condições base tanto ao nível da segurança como da comunicação, que possam ser implementadas em futuras edições, contribuindo assim para a notoriedade do evento, enquanto festival seguro.

3.5. Identificação dos Principais Aspectos Quantitativos - Fonte Primária¹⁸



Figura 14 - Esquema ilustrativo da análise dos inquéritos por questionário

Fonte: A autora

3.5.1. Perfil do Festivaleiro

Procedeu-se à caracterização da amostra, com o objectivo de traçar o perfil base do festivaleiro, recorrendo à análise descritiva dos dados no *software R*.

a) Género e Faixa Etária

No que respeita ao género, verifica-se que embora a amostra seja aleatória existe uma igualdade nos resultados quanto a esta categoria, isto é, a presença no festival regista 50% tanto ao nível do sexo feminino como masculino. Relativamente à faixa etária constata-se que as faixas etárias predominantes são “entre os 21 e os 25 anos” (28%) e “maior de 35 anos” (27%), neste caso é pertinente evidenciar as duas categorias, uma vez que a diferença entre ambas é de 1%. Por outro lado, a faixa que regista um menor número de adesão é a “igual ou menor que 14 anos”.

b) Situação Profissional

No que concerne à situação profissional, sobressaem duas categorias, os estudantes com 39% e os empregados por conta de outrem, com 37%. Seguem-se os profissionais liberais com 10%, os desempregados com 9%, os reformados e empresários com 2% cada e por último os voluntários com 1%.

c) Escolaridade

Quanto ao nível de escolaridade, é possível constatar que os indivíduos com formação superior destacam-se claramente dos restantes (47%). Este ponto, compreende os titulares do grau de licenciatura, com 36%, os inquiridos com mestrado, cerca de 9% e por último os indivíduos com doutoramento, aproximadamente 2%. Seguem-se os inquiridos com ensino secundário, com 32% e por fim, com 21%, os inquiridos com o 1º, 2º, 3º ciclo e ensino pós-secundário.

¹⁸ Ver Anexo IX.

d) Residência em Portugal

Observa-se que os visitantes do *Festival Músicas do Mundo* residem maioritariamente em Portugal (88%), apesar de existirem indivíduos de outras nacionalidades a residir em território nacional, que estão incluídos neste número. Os inquiridos com residência permanente em território estrangeiro, constituem 12% da amostra. Números que demonstram que a dimensão do festival é ainda muito nacional, ainda que o cartaz do evento seja na sua maioria composto por nomes internacionais.

No que concerne aos indivíduos residentes em Portugal, conclui-se que a maioria reside na capital, Lisboa (18%) e em Sines (17%), cidade que acolhe o festival. Todavia, é de acrescentar que os inquiridos distribuem-se por 27 cidades de Norte a Sul de Portugal, sendo que a área predominante de residência é a Área Metropolitana de Lisboa. De modo a ilustrar melhor o cenário verificado, procedeu-se à construção de um quadro de divisão dos inquiridos de acordo com a distribuição territorial das NUTS II¹⁹.

e) Residência em Território Estrangeiro

Procurou-se saber quais as nacionalidades dos cerca de 12% que não residem em Portugal. Observa-se que cerca de 93,3% residem na União Europeia, mais concretamente 1% na Alemanha, 2% na Bélgica, Itália, Inglaterra e Espanha e 3% na Holanda.

f) Opção de Alojamento

Quanto ao alojamento escolhido pelos inquiridos que pernoitaram em Sines, verifica-se que a maioria absoluta, 66,1% dos indivíduos, escolheu a modalidade de alojamento disponibilizada pela organização do festival, nas antigas instalações do parque de campismo. A segunda modalidade com maior adesão foi o alojamento alternativo *Sleep' Em' All*²⁰, escolhido por cerca de 7,3% dos participantes e em terceiro com 6,4% as casas de amigos e familiares.

¹⁹ Ver Anexo IX - Tabela 13.

²⁰ O *Sleep' Em' All* é um novo conceito em Portugal para estadia temporária em vários eventos, como festivais, mas também em campos de férias, surf camps, etc. Este é já um conceito testado em vários países da Europa. <http://www.sleep-em-all.com>.

3.5.2. Experiência enquanto espectador

Averiguou-se sobre a experiência do indivíduo no festival, nomeadamente sobre assuntos alusivos à comunicação e à segurança.

a) Conhecimento do Festival

Quando questionados sobre a forma como tomaram conhecimento do FMM, mais de metade dos inquiridos (67,7%), responderam que foi através de amigos e familiares, o que torna perceptível o peso do *Word of Mouth*, enquanto ferramenta de comunicação.

b) Motivação

Outros dos pontos mencionados no questionário remetem à origem da deslocação dos indivíduos até Sines. Os resultados permitiram perceber que cerca de 70% dos inquiridos teve como principal motivação o festival, 12% responderam que por viverem em Sines, conhecem o festival à vários anos e por isso vão ao festival há já algum tempo, 8% dos inquiridos, destacaram o facto de estarem a trabalhar no FMM como principal motivo da sua presença neste evento, 7% das pessoas estavam de férias no local, quando souberam do festival e por último, 3% deslocaram-se para tocar e actuar no festival.

c) Deslocação para o Festival

Alusivo à questão da deslocação, é possível concluir que cerca de 65% dos inquiridos deslocou-se até ao festival de carro (este número compreende não apenas pessoas que vêm de fora, como pessoas que residem nos arredores de Sines), 17% afirma que veio a pé, uma vez que residem no local e por isso a distância é relativamente curta até ao recinto e 12% declara que se deslocou de autocarro até Sines, uma vez que Sines é servido pela Rede Expressos. Tanto a categoria “a pé”, como a enunciada seguidamente “boleia”, não se encontravam discriminadas no questionário. No entanto, o número substancial de inquiridos que elegeram estas duas categorias, no espaço reservado a “outra opção”, pesou na sua criação. A categoria “boleia” foi apontada ainda por 6% dos que responderam ao questionário, um número que pode ser considerado significativo no universo da amostra.

d) Estacionamento do Festival

Visto que a maioria absoluta dos inquiridos respondeu que se desloca para o festival de carro, considerou-se fulcral perguntar acerca do estacionamento do festival, embora pelo que foi possível constatar com a presença no terreno, não existe estacionamento criado para o festival,

apenas o habitual estacionamento da cidade nos restantes períodos do ano. A pergunta foi então dividida em 4 categorias: capacidade, sinalização, iluminação e segurança. Verificou-se claramente o descontentamento dos inquiridos no que toca às questões de estacionamento, uma vez que cerca de 83% das pessoas classificaram-no como insuficiente face ao número de pessoas que estão presentes no recinto. Quanto à sinalização, o gráfico mostra uma quase igualdade de opiniões relativamente a este assunto, no entanto a que prevalece, ainda que por 2%, é que este encontra-se mal sinalizado, sendo que há ainda quem defenda que não existe qualquer sinalização. No que toca à iluminação, a resposta é unânime, uma vez que 76% dos inquiridos responderam que o estacionamento se encontra bem iluminado, contudo pode-se constatar que a iluminação existente é a habitual nas ruas, sendo que não são feitas melhorias para acolher o evento. Alusivo à questão da segurança no estacionamento, grande parte dos indivíduos, 82%, diz ser seguro.

e) Presença em edições passadas

Quanto à questão colocada sobre a presença dos inquiridos em edições passadas, é perceptível que a maioria dos indivíduos presentes no festival de 2013 (62%), já estiveram presentes em outras edições. Este dado adquirido, demonstra que este é já um evento com alguma história e público habitual, pois tal como foi referido anteriormente há muitas pessoas que desfrutam das suas férias em Sines para poderem estar presentes no festival.

f) Episódios de Sobrelotação

Uma vez que a dissertação aborda a temática da segurança nos eventos e aliado à experiência de alguns inquiridos em edições passadas perguntou-se sobre episódios de sobrelotação do espaço, sendo que apenas 25% das pessoas relataram episódios em que o recinto estivesse mais cheio e por isso a passagem de um lado para o outro estivesse dificultada.

g) Sinalização

A sinalização num evento é algo muito importante e que pode evitar incidentes, pois se uma pessoa souber onde se dirigir caso necessite de algo, a circulação dentro do recinto simplifica-se. Deste modo, questionou-se a amostra quanto à sinalização no recinto do evento. Neste caso em concreto, o evento concentra-se em 3 palcos principais e por isso a questão aborda também a sinalética ao longo das ruas de Sines que encaminhe o visitante para os vários palcos, que no entender de cerca de 77% dos indivíduos satisfaz as suas necessidades.

Aos cerca de 23% que responderam que a sinalética não era adequada, foi-lhes perguntado onde se dirigiriam caso necessitassem de algum esclarecimento, sendo que 28% responderam que pediriam informações aos funcionários do evento, 28% perguntaram a outras pessoas, 17% recorreram ao posto de informação, 14% mencionaram as 4 opções apresentadas, isto é, “funcionários do evento”, “postos de informação”, “plataformas *online*” e “outras pessoas”, e por último 3% responderam que recorreram a postos de informação e plataformas *online*.

h) Segurança do Público no FMM

Relativamente à pergunta colocada sobre o conhecimento das regras de segurança do evento, 72% dos inquiridos respondeu negativamente, sendo que apenas 28% disse ter tomado conhecimento das regras. Da minoria que respondeu ter tomado conhecimento das regras de segurança, cerca de 43% dos inquiridos, diz ter tido acesso através da “internet” e de “outras pessoas”, 17%.

Quando questionados sobre a influência do artista no público, cerca de 86% dos inquiridos responderam que o comportamento do artista reflecte-se na forma de estar do público. Contudo, 14% dos indivíduos afirmaram que o comportamento de um nada tem a ver com o comportamento do outro. Aliado ao facto de mais de metade dos inquiridos ter respondido afirmativamente a esta questão, procurou-se saber de que forma o artista assume uma postura de domínio sobre o seu público. Nesta questão, foi deixado um espaço para uma resposta aberta, ou seja, mais detalhada, que foi agrupada para facilitar a conclusão sobre o tema.

Após a análise de dados, verifica-se que a resposta dos inquiridos concentra-se sobretudo na hipótese A (42,4%) e B (30,4%). A influência do artista no público pode desencadear comportamentos ditos “altamente perigosos”, como o *moshing*, *crowd surfing* ou *stage diving*. A pergunta colocada aos indivíduos tem como objectivo avaliar a percepção que estes têm destes comportamentos e a forma como os veem. Ao responder a esta questão os indivíduos tinham de seleccionar os três adjectivos que melhor qualificavam as atitudes em causa, sendo que as 3 opções mais escolhidas foram “Anti-social”, “Devia ser proibido” e “Indiferente”.

Uma vez que a dissertação tem como foco central a segurança nos eventos musicais, considerou-se oportuno adicionar ao questionário 2 perguntas alusivas à segurança no *Festival Músicas do Mundo*. A primeira questão visa realçar os 2 aspectos que os inquiridos consideraram positivos relativamente à segurança no mesmo, enquanto que a segunda destina-se a concluir sobre os dois aspectos negativos da segurança no festival. Na tentativa de melhor interpretar os

dados, decidiu-se agrupar as respostas por forma a facilitar a sua análise. Foi perceptível que grande parte da amostra seleccionou apenas um aspecto positivo e um aspecto negativo e não dois de cada, como lhes foi pedido.

A larga maioria dos inquiridos elegeu “a presença de agentes da autoridade no interior e exterior do recinto” (47%) como um dos aspectos positivos da segurança no evento. Quanto ao segundo aspecto considerado positivo, houve quem defende-se a localização do próprio recinto, uma vez que a sua localização na zona central de Sines evita a dispersão da multidão pela área.

Relativamente aos aspectos negativos registados ao nível da segurança o público destacou como primeiro aspecto, a “concentração excessiva de agentes da autoridade - Excesso de zelo” (14%), o que se considera contraditório comparativamente aos dados recolhidos na questão dos aspectos positivos a apontar no evento. Para além destes foi ainda apontado a existência de indivíduos que não se sabem comportar dentro do recinto e o facto das revistas à entrada muitas vezes não serem eficazes, deixando passar objectos cortantes e substâncias.

No que concerne à avaliação geral do evento em matéria de segurança, constata-se que a maioria dos inquiridos, cerca de 30%, considera o evento seguro, atribuindo-lhe o valor de 8, numa escala de 0 a 10. Verifica-se ainda que cerca de 94% da amostra classifica o evento com valores entre 5 e os 10 valores (escala de 0 a 10), sendo que apenas 6% lhe atribuem valores inferiores a 5 classificando como negativo.

3.6. Avaliação e Integração dos Conteúdos Qualitativos

A informação qualitativa recolhida através dos instrumentos de investigação seleccionados na fase da metodologia a adoptar, nomeadamente, as entrevistas são analisadas e avaliadas seguidamente com intuito de serem integradas aquando das considerações finais.

3.6.1. Entrevistas²¹ - Fonte Primária

As entrevistas foram realizadas a profissionais, que directa ou indirectamente, estão envolvidos no *Festival Músicas do Mundo* e tem como princípio fundamental esclarecer assuntos inerentes à segurança e à comunicação no festival. Neste prisma, a análise dos conteúdos das entrevistas,

²¹ Ver Anexos XI, XII e XIII.

isto é, dos testemunhos e opiniões dos entrevistados, evidencia a segurança como conceito base a ter em conta na realização de um festival e o modo como a comunicação pode operar como ferramenta auxiliar.

Os festivais de música são cada vez mais um atractivo para uma região e são já definidos por muitos como um subproduto turístico, capaz de atrair grandes multidões até aos locais, contudo é necessário desenvolver e comunicar estratégias de segurança que evitem acidentes. As entidades são responsáveis pela criação de planos que previnam e minimizem situações imprevistas ou incidentes.

O FMM é um projecto criado e desenvolvido pela CM de Sines em consenso com as entidades locais – GNR, BVS, INEM (Instituto Nacional de Emergência Médica) e PC. Como tal, as mesmas, apoiadas pelo Hospital do Litoral Alentejano (HLA), são responsáveis pela criação de um plano interno ou também designado por PEE, que é aprovado pela CM competente. Este plano deve então ser integrado com o Plano Municipal de Protecção Civil de Sines (PMPC), sobretudo quando o PEE, não se estende para além das muralhas do Castelo de Sines, o que na prática significa que se algum incidente ocorrer, a título de exemplo na Avenida da Marginal Vasco da Gama, o PMPC tem de ser accionado.

Relativamente a este assunto, a GNR, mencionou em entrevista, planear uma operação de segurança específica para o FMM, articulada com o comando operacional da GNR, que integra as seguintes etapas: avaliar o contexto do evento; perceber o tipo e a dimensão de público esperado e os meios de transporte utilizados; compreender a configuração do espaço e das actividades desenvolvidas; e por último averiguar o risco, que constitui o primeiro passo para a orientação e definição de um plano tático como medidas de segurança a implementar.

Tal como foi referido, o FMM não se concentra apenas num palco, mas sim em três – palco da praia, palco do castelo e palco do Centro de Artes de Sines. Todavia, o PEE, apenas se aplica ao palco do castelo, dividindo-se em duas etapas fulcrais: a evacuação (procedimento de evacuação e medidas de autoprotecção) e os procedimentos de emergência a adoptar em caso de incidente. Neste sentido é importante cada uma das entidades estar ciente das suas funções e do modo como deve actuar em situações de emergência. Na sequência do que foi dito, uma avaliação prévia do local, pode ser a resposta a várias situações imprevisíveis. Assim sendo, a força de segurança responsável pelo festival – GNR, faz uma avaliação do risco, para os períodos em que o promotor requisita os seus serviços, definindo objectivos e medidas de segurança a

implementar. Estas medidas, consideradas preventivas e reactivas, são acordadas com o promotor do festival – CM de Sines. Entre estas encontram-se a definição do número máximo de público; revistas de segurança e controlo de acessos aos recintos; proibição de venda de bebidas em garrafas de vidro ou latas; posicionamento de militares em zonas estratégicas que possibilitem um maior controlo visual da área; empenhamento de equipas especializadas; e por fim a implementação de um sistema de comando e controlo.

Uma relação harmoniosa entre organização e entidades responsáveis pelo evento é algo que é vital para o sucesso do mesmo, uma vez que é importante que ambas as partes estejam de acordo sobre o modo como devem agir. Nesta perspectiva, a comunicação entre as partes interessadas desempenha um papel vital, garantindo em muitos casos o sucesso do evento. Assim, a comunicação é normalmente efectuada via rádio, sendo que no caso concreto da GNR, o diálogo com o INEM e BVS foi realizado de forma cifrada (SIRESP). O telemóvel é, no entanto o equipamento mais utilizado por intermédio com a central de comunicações - informação revelada pela GNR e PC.

Segundo o responsável da PC de Sines, o *briefing* e o *debriefing*, são pontos-chave na realização do festival, e devem ser realizados mediante a presença de todas as partes interessadas. Deste modo, o processo enunciado pode ser simplificado através da divisão do mesmo em duas abordagens distintas: a primeira consiste na divisão de tarefas operativas a desenvolver no evento; e a segunda na avaliação dos procedimentos activados, analisando os erros cometidos e situações a ter em atenção e/ou a corrigir numa futura edição. O registo de ocorrência desempenha um papel fundamental na fase do *debriefing*, nomeadamente porque permite analisar as razões que estiveram na origem das anomalias e encontrar procedimentos futuros que possam mitigar o seu ressurgimento. Assim sendo, cada uma das entidades deve realizar um registo estatístico das ocorrências verificadas, facto que acontece com duas das três entidades entrevistadas, respectivamente a PC de Sines e a GNR. Segundo o Comandante Interino dos BVS, não é realizado um registo estatístico das contingências, uma vez que os seus serviços são destacados pela CODU (Centro de Orientação de Doentes Urgente) e portanto não é feita uma distinção entre as situações registadas no FMM ou em outro local.

Com base nos dados adquiridos junto da GNR e PC, constata-se que as ocorrências mais frequentes no festival são o consumo excessivo de álcool (comas alcoólicos inclusive), drogas e

substâncias psicotrópicas; ofensas à integridade física; furtos e roubos; quebras de tensão e desmaios; desidratação; e cortes causados por cacos de garrafas.

É facto que quanto mais perto se encontram as autoridades responsáveis, mais rápida e eficaz é a resposta à situação. Assim sendo, é de realçar a existência de um dispositivo da GNR no local, dois enfermeiros no posto médico (classificado pelo responsável pela PC, como posto de primeiros socorros ou triagem, uma vez que os casos de maior gravidade são encaminhados para o HLA) e elementos da PC no recinto. Os BVS não têm um dispositivo no local, uma vez que segundo o responsável pela PC, o quartel se encontra a poucos metros do recinto e por isso não se justifica a sua instalação no local do evento. Relativamente a esta questão o Comandante dos BVS acrescentou que o dispositivo só é montado no local, caso seja solicitado, situação que não ocorreu. Os mesmos quando accionados, sabem quais as vias seleccionadas para o efeito e chegam rapidamente ao centro histórico de Sines.

No que concerne à segurança no recinto, convém referir que o evento é acompanhado pela GNR, desde a sua primeira edição, em 1999, contudo a sua colaboração na gestão de componentes securitárias, data apenas da 3ª edição, em 2001. De acordo com o Capitão Almeida, Comandante do Destacamento Territorial de Santiago do Cacém, o registo estatístico de ocorrência no festival é elaborado desde 2001, com recurso a um sistema de informação (SIOP e SGO), onde constam todas as ocorrências de relevância policial. A presença da GNR (cerca de 40 militares por dia), só se fez sentir nos concertos pagos, por opção do promotor do evento, que só requisitou os seus serviços para determinados momentos do mesmo. Alguns militares foram destacados para a zona de bilheteira, uma vez que foi considerado um ponto sensível de furtos e roubos. Em contrapartida, a segurança no *backstage* foi realizada por uma empresa de segurança privada (ESP), a Prosegur.

A afluência a Sines aumenta significativamente no Verão, em parte devido ao FMM e ao Turismo de Sol & Mar. Com efeito, nesta época do ano a frequência dos transportes públicos intensifica-se em consequência do número de turistas na cidade. No entanto, segundo as fontes entrevistadas, não se registam grandes constrangimentos na fluidez rodoviária, nem um agravamento dos valores médios de sinistralidade, o que poderá derivar do facto do festival ter a duração de duas semanas e por isso os períodos de chegada e partida serem mais repartidos.

Quanto à comunicação de emergência ou dita de risco com o público, dois dos elementos entrevistados, nomeadamente a PC e a GNR, responderam que recorreriam ao sistema de som

instalado nos palcos e/ ou aos megafones das respectivas viaturas, caso fosse necessário passar informações aos espectadores presentes.

Relativamente às situações mais graves registadas no festival até à data, foram segundo a GNR e a PC, a morte de 2 pessoas, uma na sequência de um roubo na via pública em que a vítima foi empurrada, tendo batido com a cabeça num lancil e a segunda devido uma queda de uma altura de cerca de 10 metros do muro do paredão da Praia Vasco da Gama. Quanto a esta última situação, os relatos das duas entidades são disparos, uma vez que a PC afirma que a vítima caiu sem motivo aparente, enquanto que a GNR relatou que a mesma teria sido empurrado. Contudo, houve ainda uma situação de tentativa de roubo em via pública com utilização de arma branca na zona do recinto do castelo, em que após a detenção do indivíduo verificou-se que este estava na posse de uma arma de fogo.

Quanto à realização de um simulacro a resposta das três entidades foi unânime, referindo que até à data nunca tinha sido feito nenhum, todavia reconheceram a sua importância para a segurança no evento.

No que concerne às preocupações sobre o festival, as respostas dos entrevistados foram semelhantes, mencionando a preocupação com a segurança do público, como foco principal. Especificamente sobre este tema, foram enumeradas as preocupações com as armas brancas e de fogo e o consumo abusivo de álcool e drogas, uma vez que tem um efeito catalisador nos comportamentos de risco. Complementarmente ao explanado à que ter em consideração, que outras situações, imprevistas, poderão ocorrer e que os meios existentes podem não corresponder às exigências necessárias e suficientes para socorrer o público.

Sem embargo, o balanço final da edição de 2013 foi positivo, sendo que não foram registados incidentes de gravidade maior.

3.6.2. Observação Directa – Fonte Primária

No presente subcapítulo considerou-se por bem elaborar uma análise relativamente ao festival em estudo. Para isso, destacam-se alguns pontos pertinentes de serem abordados durante a análise, como sendo o planeamento e a própria gestão do evento; o *design* do recinto; a regulamentação de fogo; a comunicação entre organização e público; os comportamentos do público durante os concertos; os meios de transportes utilizados; barreiras de divisão entre o

público e o palco; as áreas de *F&B*; o *merchandising*; as instalações sanitárias; a utilização de efeitos especiais (fogo de artifício); o campismo; as entradas de público; a presença das entidades responsáveis e a existência de postos médicos no local e; por fim, os acessos para pessoas com necessidades especiais. Seguidamente, proceder-se-á à análise das condições de segurança encontradas na área do evento, aprofundando cada um dos três palcos do festival, designadamente, palco do castelo, palco da praia e Centro de Artes de Sines.

Logo, que foi dada a autorização relativamente ao tema e ao caso de estudo seleccionados para a elaboração da dissertação, realizou-se uma pesquisa mais aprofundada sobre o tema, nomeadamente ao nível do *website* (esta plataforma é normalmente o primeiro contacto entre organização e público). Ao aceder ao mesmo, verificou-se que estava dividido em seis separadores principais:

- **home** (onde estavam disponíveis vídeos e notícias sobre o festival);
- **programa** (no qual continha a programação do festival, incluindo os artistas e os dias das suas actuações);
- **espectadores**, separador que se dividia em – transportes (a organização apresentava três opções, entre as quais, automóvel, autocarro - Rede Expressos, e a pé – uma vez que muitos dos moradores de Sines se deslocam a pé para o FMM); alojamento (onde constavam as unidades hoteleiras com as quais a organização tinha parceria, bem como a área de campismo disponibilizada pela a organização para os festivaleiros); e entradas (informação sobre a aquisição de bilhete);
- **profissionais** (este separador incluía informações aos jornalistas, vendedores, voluntários e agentes);
- **sobre o FMM** (no qual se podia encontrar informações relativas ao historial, *clipping* ou até mesmo fotografias do evento);
- **contactos** (onde constavam os números de telefone dos dois sectores da organização do FMM – a produção do festival e o gabinete de apoio à imprensa).

Depois desta breve análise do *website*, tentou-se estabelecer contacto via *email* por diversas vezes com o gabinete de produção do evento, mas sem sucesso. No contacto telefónico com o gabinete de apoio à imprensa, explicou-se primeiramente o motivo do contacto e, posteriormente, os benefícios que o estudo poderia trazer para a realização de futuras edições. É, de salientar, que o mediador do gabinete de apoio à imprensa, Paulo Mestre, mostrou-se desde logo muito disponível para ajudar no que fosse necessário, tratando das autorizações necessárias para que se procedesse à aplicação dos questionários no recinto do evento.

Seguidamente, elaborou-se os questionários e entrevistas para o seu teste, de forma a perceber se os mesmos respondiam ou não aos objectivos propostos inicialmente. No que respeita às entrevistas, estabeleceu-se desde cedo, a importância de obter um *feedback* das três entidades presentes no local, particularmente, GNR, BVS e PC. Todavia, há que salientar que no período que antecedeu o evento, apenas se conseguiu estabelecer o contacto com Eduardo Pires, responsável da PC de Sines, conseguindo agendar uma entrevista com o mesmo no recinto do Castelo de Sines para esclarecimento de alguns assuntos relativos ao tema.

Chegada finalmente a data do festival, efectuou-se *in loco* a aplicação dos inquéritos. A escolha pessoal da modalidade de viatura própria deveu-se a maior rentabilidade no seio das soluções apresentadas pela organização. Não obstante, as maiores dificuldades prenderam-se em encontrar o recinto do evento, uma vez que os cartazes publicitários (Figura 15) avistados durante o trajecto não continham qualquer informação relativa à saída a tomar caso o objectivo fosse chegar até ao festival.



Figura 15 - Cartazes publicitários, colocados no IC33 e na N120 respectivamente

Fonte: A autora

A poucos metros de Sines, numa rotunda, observou-se um dispositivo da GNR, com duas patrulhas no local. Ao que se apurou tratava-se de uma “Operação STOP”, que para além de pedir aos condutores os habituais documentos de identificação e do veículo, estava ainda a efectuar teste de alcoolémia. A falta de indicações na estrada, aliada à escassez de sinalética dentro da própria cidade, dificultaram a chegada ao local.

No recinto do Castelo, mais concretamente, no gabinete de apoio à imprensa (Figura 16) falou-se com Paulo Mestre, de modo a obter a autorização para circular no recinto. Para além disso, foi ainda facultado um *Press Kit*, um *badge* e uma pulseira azul clara (Figura 17), igual à que foi atribuída à imprensa com livre-trânsito no recinto.



Figura 16 - Gabinete de apoio à imprensa e régie do palco do castelo

Fonte: A autora

Decidiu-se, portanto, efectuar uma visita de reconhecimento ao terreno, nomeadamente para verificar quais eram as novidades do festival relativamente aos anos anteriores. Como tal, verificou-se que à semelhança de outros anos os palcos continuavam dispersos por vários pontos da cidade, sendo que o evento às quintas, sextas e sábados realizava-se nos palcos do castelo e da praia e apenas às segundas, terças e quartas no Centro de Artes de Sines.

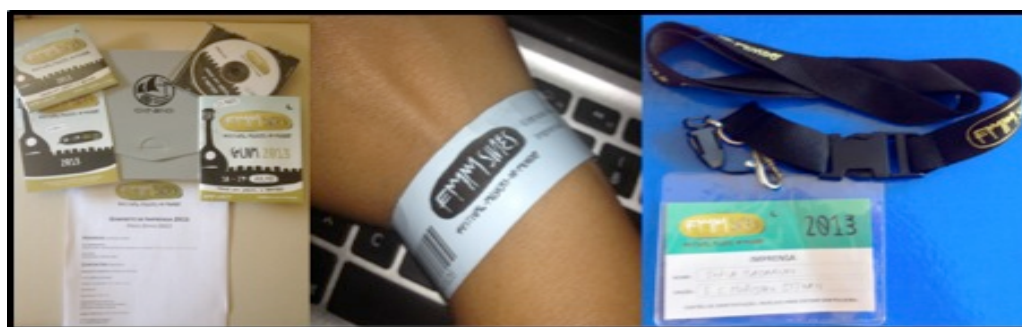


Figura 17 - Materiais fornecidos pelo gabinete de apoio à imprensa – Press Kit, pulseira livre-trânsito e badge

Fonte: A autora

Nesta óptica, é importante focar o festival enquanto evento maioritariamente *outdoor*. Deste modo, alguns dos palcos são construídos de raiz, como o caso do palco da praia, que é todo ele criado propositadamente para o festival, desde o próprio palco, à régie, aos *WCs* e ao posto médico, enquanto outros servem-se das infra-estruturas já existentes, como o palco que se encontra no interior do Centro de Artes de Sines. Contudo, o palco emblemático do castelo é um *mix* de estruturas temporárias e permanentes, uma vez que o posto médico/posto de apoio ao espectador localizava-se na estrutura edificada do museu; as próprias delimitações do recinto eram as muralhas do castelo; o gabinete de imprensa ocupava um edifício já existente e a zona de bar do recinto compreendia a esplanada efectiva no local no resto do ano. Por conseguinte, apenas a régie (Figura 16), as bancadas (Figura 28) e os *WCs* (Figura 18) foram montados de raiz.



Figura 18 - Interior e exterior dos WCs

Fonte: A autora

Relativamente à sinalização é relevante mencionar que era suficiente junto às zonas de palco, contudo escassa no encaminhamento das pessoas até aos mesmos e à zona de bilheteira. Em contrapartida, quem acedia ao *website* tinha acesso a um mapa da cidade²² com os recintos assinalados, bem como quem consultava a brochura – Guia 2013, produzida pela organização (Figura 19).



Figura 19 - Guia do FMM 2013; Bilhete diário do festival

Fonte: A autora

A brochura – “Guia 2013” (criada pela organização do festival), foi distribuída estrategicamente por diversos pontos do concelho entre os quais, unidades hoteleiras, edifícios de restauração, serviços públicos e bilheteira do FMM, facto que prova a enorme preocupação em divulgar o evento. O “Guia 2013” pode ser considerado um elemento fulcral na promoção do festival e na transmissão de informações aliadas à segurança, uma vez que contém uma lista de advertências, como se pode constatar seguidamente:

- “Em 2013, os bilhetes ou passes são impressos nos pontos de venda (ou em casa, pelos próprios compradores, no caso de aquisição *online*) e validados nas portas através de leitores de códigos de barras.

²² Ver Anexo IV.

- Os bilhetes impressos em casa ou nas lojas, são válidos para entrar. Não precisam de ser trocados nas bilheteiras.
- Conserve o bilhete até ao final dos espectáculos para efeitos de reentradas.
- As crianças com menos de 12 anos não pagam bilhete. Nos termos da lei, está vedada a entrada a menores de 4 anos nos recintos dos espectáculos.
- Os bilhetes não dão direito a lugar sentado. No Castelo, há bancadas (550 lugares).
- Em caso de alteração da data ou local do espectáculo, os bilhetes são válidos para a data ou local definidos, não podendo ser reclamada a sua importância.
- No Castelo, existe uma área para utentes em cadeiras de rodas (“deck” da cafetaria).
- É proibida a entrada de animais e objectos perigosos (incluindo latas e garrafas de vidro).
- É proibida realizar registos áudio e vídeo dos espectáculos.
- Todos os fossos para os fotógrafos são reservados aos profissionais credenciados.
- É proibido fotografar os concertos no Centro de Artes de Sines.
- Após o final dos concertos das 18h30 no Castelo, os espectadores devem abandonar o recinto com brevidade para a organização preparar o espaço para os espectáculos da noite”.

As informações contidas nas brochuras são completadas com as que se podem ler no verso do bilhete (Figura 19). Tal como mencionado no capítulo da segurança, estas informações operam como meio de comunicação entre a organização e o seu público. Seguidamente, citar-se-ão as regras redigidas no verso do bilhete:

1. Agradecemos a conferência do bilhete no acto da compra.
2. Não é permitida a entrada no evento após o seu início.
3. Não é permitida a entrada de pessoas portadoras de objectos que possam ser considerados perigosos ou acompanhadas de animais, à excepção de cães guia.
4. Mantenha o telemóvel ou outros sonoros desligados durante o espectáculo.
5. Não é permitido qualquer registo áudio ou vídeo sem autorização prévia.
6. (Ilegível).
7. Programas e elencos sujeitos a alterações sem aviso prévio.
8. A empresa emissora deste bilhete não assume.
9. Não se efectuam trocas ou devoluções.
10. O bilhete deve ser conservado até ao fim do evento.

O festival dispõe de três pontos de venda de ingressos, um destes *online*, através da plataforma “Bilheteira Online” (na qual a organização estabelece uma hiperligação por meio do *website* oficial) e os restantes instalados em Sines, concretamente na antiga estação dos CTT (Correios de Portugal) e no Centro de Artes de Sines (Figura 20). Os ingressos vendidos pela internet, para além de não estarem protegidos por holograma, têm ainda de ser validados nas portas de entrada. Num dos pontos de venda, nomeadamente na bilheteira instalada no antigo edifício dos CTT, observou-se a presença de um elemento da Prosegur a efectuar a segurança no local. Segundo o responsável da PC de Sines, ao longo destes 15 anos de festival, a bilheteira nunca foi assaltada. No entanto, é de realçar que os elementos de segurança, não possuem armas e muitas vezes técnicas para actuarem em caso de assalto como se pôde verificar no incidente que aconteceu na Queima das Fitas do Porto de 2013 no momento de contagem de dinheiro. A sua presença apenas impõe algum respeito que pode não ser o suficiente em alguns casos. Levanta-se aqui a questão do porquê não ser a GNR (entidade responsável pelo controlo de acessos no recinto) a fazer a segurança da bilheteira. De acordo com o que foi possível apurar em conversa com Eduardo Pires, nas imediações da bilheteira estavam destacados polícias à paisana. É facto que em resposta à entrevista o Sr. Comandante da GNR do Destacamento Territorial de Santiago do Cacém mencionou serem destacados alguns militares para a zona de bilheteira, todavia não referiu se os mesmos estavam vestidos à civil.



Figura 20 - Bilheteiras do festival: a primeira imagem refere-se à bilheteira oficial na antiga estação dos CTT (fonte: a autora) e a segunda à bilheteira existente no Centro de Artes de Sines (fonte: retirada do Facebook do festival)

Tal como descrito anteriormente, na área respeitante ao palco do castelo e zona circundante, a sinalização (Figuras 21 – 26) era bastante notória, no que diz respeito a saídas de emergência (com placas fotoluminescentes), *WCs*, extintores, loja de *merchadising*, entradas e saídas do recinto, posto médico, gabinete de imprensa, zona de bares e até interdição de acesso ao *backstage*.



Figura 21 – Sinalética

Fonte: A autora



Figura 22 - Entrada Poente e Nascente respectivamente para o recinto do castelo, com informações importantes ao público

Fonte: A autora



Figura 23 - Sinalética alusiva à loja de *merchandising*

Fonte: A autora



Figura 24 - Saídas de emergência - placas fotoluminescente

Fonte: A autora



Figura 25 - Sinalética referente à zona de bares; entradas e saídas; validação de bilhete; WCs e posto médico

Fonte: A autora



Figura 26 - Sinalética que interdita a passagem para o *backstage* e placa fotoluminescentes que indica a existência de um extintor

Fonte: A autora

Complementarmente ao levantamento da sinalética existente na área do palco do castelo, considerou-se pertinente apurar se a lotação do recinto realmente comportava os números apresentados pelo *website* oficial (7000 pessoas). Deste modo, antes de realizar a entrevista formal com Eduardo Pires, foram colocadas algumas questões acerca das condições técnicas do recinto - dimensão do espaço, largura de portas, etc.. A mesma fonte, adiantou que a dimensão do recinto era de cerca de 8000 m², contudo apenas 5000 m² podiam ser considerados como

área útil ou efectivo de público²³, uma vez que eram precisas montar as estruturas temporárias que constituíam o palco, as bancadas e a área técnica – régie. Ainda sobre o recinto do castelo, questionou-se o responsável da PC de Sines, acerca da lotação máxima do recinto, ao que este respondeu que para o castelo apenas deviam ser vendidos por motivos de segurança, cerca de 6800 bilhetes (informação que contrasta com os números apresentados no *website* oficial do FMM). Nesta perspectiva, os números relativos à capacidade de pessoas no recinto enquadra-se no permitido por lei (DR n° 34/95), contudo o número de entradas existentes faz da situação irregular e perigosa para o público do FMM.

Quanto aos lugares sentados, verificou-se que os existentes, compreendiam as zonas de



Figura 27 - Assentos das bancadas

Fonte: Retirada do Facebook do FMM

bancadas (Figura 28), nas quais o *website* dizia ter disponibilidade para 200 e 250 pessoas, respectivamente.

Na prática isto não correspondia à realidade, uma vez que as duas bancadas localizadas no topo nascente e poente tinham lotação máxima de 156 e 181 individualmente.

Procedeu-se à análise pormenorizada das bancadas para verificar se estas respeitavam as regras definidas pelo DR n° 34/ 95. Pelo que se pôde constatar *in loco* as bancadas cumpriam as normas para o efeito, respeitando o número máximo de lugares entre coxias e o número máximo de lugares entre coxia e parede, isto é, 40.

Observou-se ainda que os lugares se encontravam bem demarcados, sendo que os assentos (Figura 27) tinham a profundidade mínima exigida de 0,35 metros e as bancadas respeitavam a altura mínima de 0,40 metros.

Quanto ao piso do recinto do castelo, constatou-se que era ligeiramente irregular e composto sobretudo por terra batida, coberta com erva. Relativamente a este aspecto, registou-se um dado importante sobre a sua preparação diária, observando-se que diariamente antes do primeiro concerto o solo era coberto de erva verde pelos funcionários da CM, e posteriormente regado. Entenda-se que esta acção constitui uma medida preventiva contra possíveis riscos de incêndio.

²³ Segundo o Decreto-lei (220/2008), o efectivo de público corresponde ao número máximo estimado de pessoas que pode ocupar em simultâneo um edifício ou recinto que recebe público, excluindo o número de funcionários e quaisquer outras pessoas afectas ao seu funcionamento.

A entrada para o recinto era feita através de duas portas – a da entrada Nascente (com cerca de 1,90 m de largura) e a da entrada Poente (com cerca de 2,35 metros). Ao avaliar-se o recinto do castelo, verificou-se que as revistas à entrada do recinto só aconteciam nos concertos pagos, deixando os concertos que ocorriam às 18 horas omissos dessa acção. A questão que se coloca é se os riscos não são os mesmos tanto num concerto pagos como num de entrada livre. Efectivamente, os riscos acrescem devido ao facto de não haver um controlo de acessos nem de objectos à entrada. Desta forma, considerou-se imperioso observar atentamente o processo que se desenrolou desde a saída das pessoas do concerto das 18h, à montagem do dispositivo policial (Figura 30) e, por fim à própria revista à entrada (Figuras 31 e 32).



Figura 28 - Bancadas nascente (retirada do *Facebook* do FMM) e poente respectivamente (a autora)



Figura 29 - Vista aérea do recinto
Fonte: Retirada do *Facebook* do FMM



Figura 30 - Montagem do dispositivo de revistas à entrada da GNR

Fonte: A autora

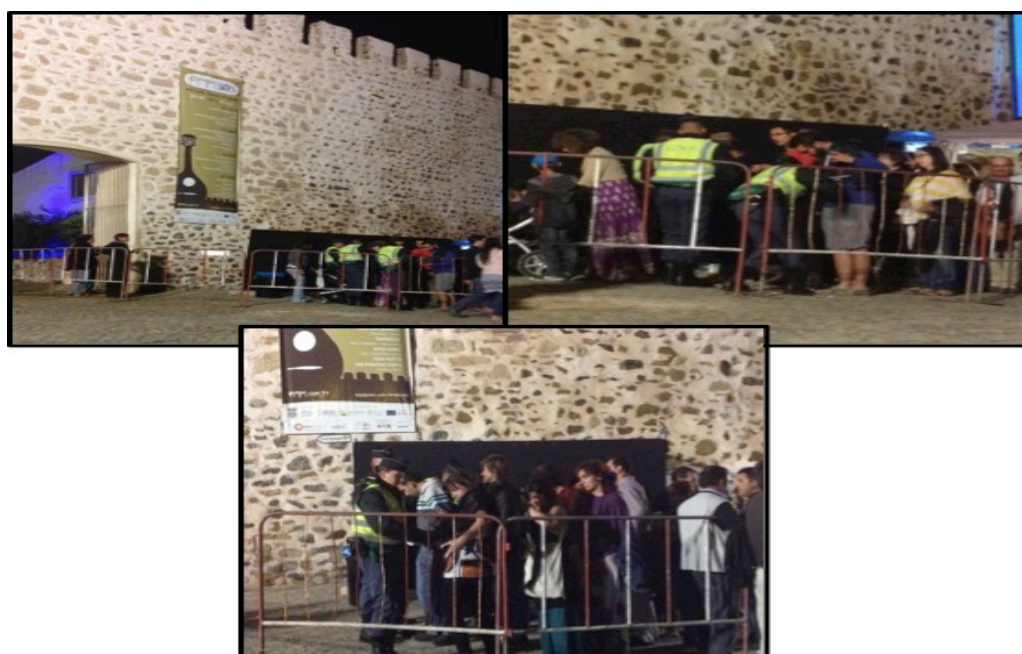


Figura 31 – Revista da GNR na Entrada Nascente

Fonte: A autora



Figura 32 – Revista por parte da GNR na Entrada Poente

Fonte: A autora

Desta forma, analisou-se que nos concertos que ocorriam às 18h muitas das regras eram simplesmente ignoradas por parte do público uma vez que as entradas não eram controladas. Como é o caso do exemplo que segue, em que em ambas as portas constava o sinal de proibição de entrada de animais no recinto (Figura 33), não obstante a norma foi evidentemente desrespeitada.



Figura 33 - Sinal de proibição de acesso a animais e presença dos mesmos no interior do recinto

Fonte: A autora

Sem embargo, está-se em crer que esta não foi a situação mais grave registada no interior do recinto, mas sim a presença de garrafas de vidro (Figura 34) que constituem um perigo eminente tanto para o artista como para qualquer outro elemento do público, pois podem ser arremessadas facilmente contra cada um desses bens.

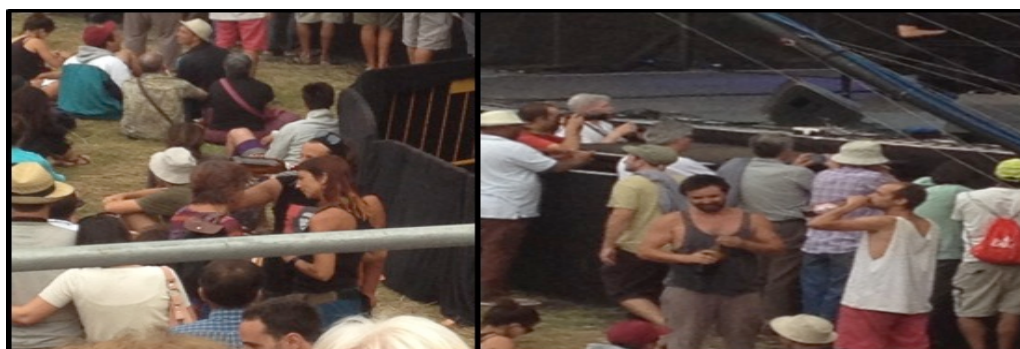


Figura 34 - Presença de garrafas de vidro no interior do recinto do castelo

Fonte: A autora

Quanto à distinção entre público e *staff*, pode-se dizer que não era evidente, uma vez que os únicos objectos que distinguiam o *staff* do restante público era uma *t-shirt* preta lisa, uma pulseira com o logótipo do FMM e um *badge* ao pescoço (que podia dar ou não acesso ao *backstage* mediante as suas funções).

No que respeita às entradas, os festivaleiros com passes de sete dias tinham de conservar o bilhete durante os dias de espectáculos, pois ao contrário do que acontece em outros festivais, o

mesmo não era trocado por pulseira. Um dado curioso destacado pela organização (no âmbito de uma conversa informal com Paulo Mestre) refere-se ao modelo de bilhética, que segundo a mesma fonte, pode ser impresso as vezes que o espectador entender, pois o que interessa é o código de barras que lhe é atribuído e que é registado à entrada, nunca podendo haver dois bilhetes com códigos iguais no interior do recinto. Não se denota nenhuma característica marcadamente inovadora, sendo que a única vantagem está associada à compra *online*. No caso do visitante perder o bilhete, a validação do mesmo, não impossibilita que outra pessoa o utilize.



Figura 35 - Barreiras anti-pânico (foto retirada do *Facebook* do FMM); Presença dos elementos da GNR responsáveis pela segurança do público (a autora)

Uma vez mencionada a questão das revistas à entrada, é oportuno, destacar as questões de segurança no recinto. Segundo o que se pôde averiguar em conversa com Eduardo Pires, a segurança na frente de palco foi realizada por 4 a 5 elementos da CM de Sines. Estes elementos (a *pit team*, de acordo com o Kemp & Hill, 2004) encontravam-se dentro do fosso reservado à imprensa protegidos por barreiras anti-pânico (Figura 35). No que concerne, à segurança no *backstage* importa referir que foi efectuada por uma ESP, a Prosegur, ao passo que a segurança do público foi executada por elementos da GNR no interior do recinto. Nos termos da Lei nº 34/ 2013, a situação descrita relativamente à segurança na frente de palco não é permitida, uma vez que o funcionários da CM não reúnem os requisitos obrigatórios por lei. No *backstage*, foram vistos pelo menos dois elementos da Prosegur, um a controlar a passagem do recinto para a zona de camarins e outro atento à entrada das pessoas do exterior para o *backstage*, numa das entradas traseiras do palco.

A comunicação com o público no evento, segundo o que se pôde constatar foi feita primeiramente, através do *website*, do bilhete, do guia do evento 2013. Em caso de ocorrência de situações imprevistas, a título de exemplo - uma criança perder-se dos pais, primeiramente eram

accionados os meios de alerta, e posteriormente era feito o anúncio pelo sistema de som dos palcos ou dos altifalantes da GNR (Figura 37). O evento dispunha também de ecrãs (Figura 36) no interior e exterior do recinto do castelo e no palco da praia, onde poderiam ser projectadas informações caso fosse necessário. Para além destes equipamentos, o recinto encontrava-se ainda protegido por sistema de videovigilância, para segurança do público e facilidade de intervenção. Conforme se pode observar e constatar através da entrevista com o responsável da PC, existiam duas câmaras de videovigilância - uma fixada no gabinete de apoio à imprensa e apontada para o palco; e outra numa das esquinas da muralha (Figura 38). Contudo, o palco da praia não se encontrava sob vigilância.

No que concerne à comunicação operacional interna, verificou-se essencialmente o recurso à comunicação verbal/ presencial e via telemóvel. Por sua vez a comunicação externa foi efectuada pessoalmente e via rádio – Prosegur e GNR, e com recurso ao telemóvel – PC de Sines.



Figura 36 - Distribuição dos ecrãs do evento

Fonte: A autora



Figura 37 - Sistema de altifalantes instalado no posto improvisado da GNR

Fonte: A autora



Figura 38 - Sistema de videovigilância, instalado no recinto do Castelo - Câmara interior (a autora) e exterior (retirada do *Google Maps*)



Figura 39 - Presença das entidades no local

Fonte: A autora

No exterior do recinto, conferiu-se a presença das entidades responsáveis pelo evento, entre as quais a PC, os BVS e a GNR (Figura 39).

No que diz respeito ao palco instalado na Avenida Vasco da Gama e ao palco do Centro de Artes de Sines, observou-se que careciam de sinalética que encaminhasse os visitantes até ao recinto. Todavia, na zona próxima aos palcos a sinalética era suficiente. A área circundante ao palco da praia, estava equipada com bares e zona de *F&B*, *WCs* e posto médico (Figura 40). Bem próximo do palco estava a Feira das Tasquinhas de Sines, que podia ser encarada como um complemento à área de restauração já existente.



Figura 40 - Palco da praia: Régie, zona de bares, *WCs*, tasquinhas, posto médico

Fonte: A autora



Figura 41 - Visão da zona do palco da praia

Fonte: A autora



Figura 42 - Palco da Praia e Tasquinhas de Sines

Fonte: A autora



Figura 43 - Pátio Bocage (a autora) e Pátio das Artes (retirada do *Facebook* do FMM) respectivamente

No que concerne aos “palcos anexos” - Pátio Bocage e Pátio das Artes (Figura 43), que se localizavam junto aos palcos principais, a questão da sinalização não era tão relevante, uma vez que a proximidade e o som da música faziam com que as pessoas se apercebessem que estavam a decorrer *performances*.

A questão do alojamento é outro dos pontos-chave a abordar durante a fase de análise do festival. Em conversa com alguns dos festivaleiros constatou-se que grande parte destes



Figura 44 - Área de campismo disponibilizada pela organização do FMM

Fonte: Retirada do *Facebook* do FMM

estavam alojados na área de campismo cedida pela organização nas antigas instalações do Parque de Campismo Municipal de Sines (Figura 44). Os inquiridos expuseram algumas queixas sobre o espaço entre as quais: roubos, insuficiência das infra-estruturas (apenas um chuveiro para todos os ocupantes da área de campismo), pouca vigilância e excesso de barulho noite dentro.

Para quem estivesse disposto a pagar pelo alojamento a organização referenciava no *website* a existência do alojamento alternativo, *Sleep' Em' All* (Figura 45), que estava situado a poucos metros do palco do castelo.

Não obstante, registaram-se casos de campismo selvagem pelas ruas de Sines (Figura 46).



Figura 45 - Alojamento alternativo *Sleep' Em' All*

Fonte: A autora



Figura 46 - Campismo Selvagem

Fonte: A autora

O comportamento do público é algo que se deve dar especial enfoque, particularmente aos comportamentos ditos de “altamente perigosos”. Contudo no festival, para além do habitual entusiasmo e excitação próprio dos concertos ao vivo, apenas foi registado uma situação de *stage diving*. A acção foi levada a cabo pelo vocalista de uma das bandas que actuou no dia 19 de Julho, os Dubioza Kolektiv (Figura 47). É, de referir que a banda, já havia tido comportamentos semelhantes na sua actuação em 2012, no palco da praia. Este facto prova que não houve uma preocupação por parte da organização em alertar a banda para não repetir essas acções. As imagens apresentadas, foram publicadas pela organização do FMM no *Facebook*. A publicação destas imagens pode ser entendido como um incentivo à prática desses comportamentos.



Figura 47 - O vocalista da banda Dubioza Kolektiv a fazer *Stage Diving*

Fonte: Retirada do *Facebook* do FMM

Para terminar, importa mencionar a questão dos efeitos especiais, em particular o fogo-de-artifício (Figura 48), que se realiza no último dia de espectáculo. Segundo o que se conseguiu apurar junto do responsável da PC, o fogo é montado no próprio dia, durante o período da tarde e sempre sob vigilância das entidades competentes (o recinto está encerrado nesse período).



Figura 48 - Espectáculo Final de fogo-de-artifício no castelo, dia 27 de Julho

Fonte: Retirada do *Facebook* do FMM

3.6.3. Análise de dados presentes em redes sociais – *Facebook* – Fonte Secundária

A análise que se segue não tem qualquer rigor científico, sendo que os dados e a informação recolhidos não extrapolam conclusões sobre a matéria. No entanto, considerou-se pertinente incluir os testemunhos dos visitantes como forma de enquadrar o festival.

A organização do festival lançou uma pergunta no *Facebook*, com o objectivo de receber o *feedback* da experiência dos espectadores no *Festival Músicas do Mundo*. Deste modo, tentou-se compilar os comentários deixados sobre a questão colocada, afim de se retirarem conclusões sobre os assuntos inerentes a esta dissertação, nomeadamente a segurança e a comunicação nos eventos.

Foram então deixadas opiniões relativamente ao parque de campismo, à actuação da GNR na etapa das revistas à entrada e na “Operação STOP”, às infra-estruturas de apoio ao festival, mais concretamente *WCs* e *F&B* e sobre o recinto e os espectáculos.

De acordo com a fonte - o *Facebook*, o parque de campismo cedido pelo festival para acolher os festivaleiros, tinha condições péssimas (sem asseio) e insuficientes face ao número de pessoas que estavam no acampamento (apenas um balneário). A falta de controlo e de civismo eram uma constante, reflectindo-se em música a tocar 24 sobre 24 horas no parque e nos muitos roubos ocorridos no espaço. Em matéria de alojamentos, esta não foi a única queixa apresentada, pois segundo os espectadores há muito que a organização já devia ter resolvido o problema da escassez de alojamentos na zona.

Relativamente à actuação da GNR no controlo de acessos e na presença pelos vários pontos da cidade e estradas, foi caracterizada por alguns visitantes como “vergonhosa”, houve até quem descreve-se que a presença excessiva das forças policiais, fazia parecer que o evento era destinado a “delinquentes em liberdade condicional”. Ainda sobre este assunto, importa destacar que a segurança à entrada era apertada e segundo alguns visitantes, houve elementos da GNR, que os chegaram a questionar sobre a posse de armas, bombas ou explosivos. Este facto aliado às revistas à entrada provocou filas enormes no acesso ao recinto, sendo que parte do público ainda se encontrava no exterior quando o concerto se iniciou.

A presença de polícias à paisana espalhados pelos vários pontos de Sines, que olhavam sempre “desconfiadamente” para as pessoas, foi outro dos dados relatados. Para terminar o assunto da intervenção da GNR, resta acrescentar que nas “Operações STOP” realizadas nas entradas e saídas de Sines, existiam cães a farejar viaturas, de modo a verificar a existência e transporte de substâncias psicotrópicas. A acção da GNR, foi por isso, muito contestada nesta edição, por algumas pessoas que deixaram o seu testemunho nesta rede social, afirmando inclusive que vão ao festival há quinze anos e nunca se tinham deparado com esta situação, tendo alguns destes registado a sua indignação no livro de reclamações e no gabinete de apoio ao espectador, onde lhes foi respondido que estas novas regras tinham sido impostas à organização do festival.

Ao nível das infra-estruturas, foram apontadas algumas deficiências, especificamente aos *WCs*, que segundo os espectadores se encontravam em número insuficiente no recinto do castelo. A meio dos concertos o odor a urina era já notório, nomeadamente porque várias pessoas optavam por fazê-lo em público, ao invés de esperarem pela sua vez nos *WCs*.

A situação mais crítica ocorreu no último dia de festival a 27 de Julho, em que a falta de limpeza nas ruas era significativa, a entrada no recinto era excessivamente demorada e existia um elevadíssimo congestionamento no interior do recinto decorrente da sobrelotação do espaço. Houve até quem deixasse a nota que a organização deveria pensar num espaço maior para acolher futuras edições.

No entanto, não foram apenas relatados aspectos negativos sobre o festival, mas também aspectos que têm sido a razão da já longa duração do evento, com mais de uma década, concretamente, 15 anos de espectáculos. Este ano, a organização juntou as tasquinhas ao FMM, facto que pode ser considerado um complemento à parte da restauração do festival. Os preços acessíveis dos ingressos e praticados pelos restaurantes locais são outro dos aspectos positivos, aliado ao excelente cartaz que mais uma vez foi elogiado pelo público que acedeu a Sines.

3.7. Avaliação das Condições de Segurança no FMM - Fonte Primária

Neste ponto pretende-se expor as maiores deficiências encontradas ao nível da segurança no *Festival Músicas do Mundo*, avançando com possíveis soluções, através da construção de uma matriz que articule o Plano de Segurança com o Plano de Comunicação.

3.7.1. Matriz de Articulação do Plano de Segurança e Plano de Comunicação

A matriz que se segue tem como objectivo ilustrar as condições de segurança encontradas no festival, apresentando primeiramente a área e conseqüente factor do risco, posteriormente soluções a adoptar ao nível do plano de segurança e de comunicação e por último a categorização do risco de acordo com a situação observada, sendo que:

- **1:** corresponde à inexistência de medidas;
- **2:** equivale à existência de medidas, contudo insuficientes;
- **3:** refere-se à presença de medidas adequadas.

Posto isto, são atribuídos valores ao plano de segurança (**PS**) e concomitantemente ao plano de comunicação (**PC**), sendo que a classificação final (**CF**), resulta da mutiplicação dos dois campos.

Tabela 12 - Matriz de Articulação do Plano de Segurança e Plano de Comunicação

Fonte: A autora

Á R E A	Factor de Risco	Situação Registada	Plano de Segurança	Plano de Comunicação	Observação		CF
					PS	PC	
ACTIVIDADES	Bebidas Alcoólicas	Presença de garrafas de vidro no interior do recinto; Registo de vários casos de festivaleiros em coma alcoólico.	Criação de medidas que proibam a venda de bebidas alcoólicas em garrafas de vidro e latas; Formação do <i>staff</i> para poderem actuar nestes casos.	Comunicação das medidas ao <i>staff</i> ; Distribuição de brochuras com observações relativas a este assunto; Mensagem escrita no verso do bilhete que proíba a entrada de bebidas alcoólicas no recinto; Afixação de sinalética de proibição à entrada; Divulgação de informação no site e nas redes sociais; Realização de campanhas de sensibilização contra o excesso de consumo de álcool (ex. Campanha 100% cool).	3	2	6
	Segurança Alimentar	Não foi averiguado (NFA)	Conhecimento e implementação das normas de segurança e higiene alimentar; Comunicar os critérios de HSA definidos no regulamento europeu aos fornecedores de <i>F&B</i> do evento; Efectuar vistorias antes da abertura do evento.	Contratos que obriguem os comerciantes a cumprir as regras básicas de HSA; Distribuição de manuais de HSA pelos fornecedores e comerciantes de <i>F&B</i> do festival; Reunião para informar os elementos de <i>F&B</i> dos critérios de legislação necessários ao seu funcionamento.	NFA		
	Programa	Presença de animais e crianças com idades inferiores a 4 anos no recinto do evento no concertos ocorridos no período da tarde.	Existência de regras de limitação da entrada a objectos, pessoas ou animais; Definição de programa do evento e horário de abertura das portas.	Comunicação das regras junto do público e do <i>staff</i> , nomeadamente no <i>website</i> oficial, brochuras, redes sociais e bilhete; Distribuição de brochura com alinhamento dos espectáculos, bem como horário de abertura das portas.	3	1	3

	Actividades Perigosas	Registo de comportamentos perigosos por parte do artista, concretamente <i>stage diving</i> .	Definição e implementação de regras que proibam comportamentos perigosos tanto da parte do artista como do público, nomeadamente <i>stage diving</i> , <i>moshing</i> e <i>crowd surfing</i> .	Realização de contratos com os artistas que incluam cláusulas apertadas, restringindo tais comportamentos; Nota informativa das regras de conduta a ter em consideração dentro do recinto - bilhete, brochura, etc.; Não publicação de imagens (redes sociais e <i>website</i>) que incentivem o público ou o artista a adoptar esses comportamentos.	1	1	1
AUDIÊNCIA	Faixa etária	Presença de crianças com idades inferiores a 4 anos.	Prever limites de idade mínima e máximo para o evento.	Comunicação destas ao <i>staff</i> e público – brochuras, plataformas <i>online</i> e redes sociais.	2	2	4
	Tamanho e Densidade	Foram registadas filas à entrada e <i>overcrowding</i> no recinto na última noite do festival.	Definição do número máximo de pessoas dentro do recinto, bem como do número de saídas obrigatórias por lei (a lei abre excepções no que respeita a saídas em edifícios antigos).	Divulgação da informação relativa à lotação máxima do recinto, ao <i>staff</i> e público do evento – <i>website</i> e brochuras.	2	2	4
	Comportamento	Foram registadas ofensas à integridade física	Definição de regras de conduta a adoptar dentro do recinto.	Afixação de normas em locais visíveis ao público; Publicação das normas no verso do bilhete, em brochuras e plataformas <i>online</i> .	1	1	1
COMUNICAÇÕES	Equipamento Insuficiente ou inadequado	Ausência de câmaras de vigilância no palco da praia.	Estabelecer a colocação de câmaras de vigilância em pontos estratégicos. Estas devem ser acompanhadas através da central de segurança.	Afixação de sinalética (nos termos da lei 34/ 2013) que informe os visitantes que estão sob vigilância.	2	1	2
		Comunicação entre organização e entidades efectuada maioritariamente via telemóvel.	Verificação prévia da cobertura do equipamento no recinto; Definição de canais de comunicação via rádio; Solicitar à operadora da rede telemóvel, o reforço da cobertura aquando da realização do festival.	Colocar informação relativa às frequências de rádio e contactos de emergência no <i>badge</i> dos colaboradores; Reuniões para definir as medidas a adoptar em caso de emergência.	2	1	2

	Sinalização inadequada	<p>Sinalética suficiente junto aos palcos, todavia a sinalização referente ao encaminhamento dos visitantes até outros palcos/ bilheteira era quase inexistente;</p> <p>A sinalização passava despercebida à noite, uma vez que a maioria das placas não era fotoluminescente (à excepção das placas de emergência) e não tinha qualquer foco de luz sobre as mesmas;</p> <p>No caso de alteração das condições climáticas previstas, a sinalética não se encontrava preparada, pois não era nem feita de um material resistente, nem tão pouco à prova de água.</p>	<p>Definição de regras quanto à construção (linguagem acessível a todos), localização (pontos estratégicos) e colocação (no campo de visão dos visitantes) da sinalética.</p>	<p>Realização de um relatório, com o levantamento dos locais estratégicos à colocação de sinalética;</p> <p>Construção de um manual do evento, onde conste toda a sinalização utilizada e respectivo simbolismo;</p> <p>Colocação de cartazes publicitários com notas alusivas à localização do festival;</p> <p>Introdução de uma nota sobre a localização do recinto no verso do bilhete (coordenadas GPS).</p>	2	1	2
	Falta de Central de Segurança	<p>Constatação de falta de central de segurança.</p>	<p>Existência de uma central de segurança com equipamentos de comunicação necessários ao seu funcionamento.</p>	<p>Formação do <i>staff</i> relativamente à forma como deve operar na central de segurança e com a mesma.</p>	1	1	1
	Falta de Formação dos utilizadores	NFA	<p>Dar formação de segurança ao <i>staff</i>, sobre o modo como devem agir (ex. uma criança que se perde dos pais; ameaça de bomba; como usar um extintor; como lidar com comas alcoólicas).</p>	<p>Reuniões e briefings;</p> <p>Criação de manual com medidas adequadas de prevenção e resposta às situações enumeradas.</p>	NFA		
CUMPRIMENTO DA LEGISLAÇÃO	Licenciamento	NFA	<p>Pesquisa e análise das licenças necessárias para o evento;</p> <p>Vistoriar se as licenças estão a ser cumpridas.</p>	<p>Comunicar as necessidades de licenciamento ao <i>staff</i>, fornecedores e partes interessadas no evento.</p>	NFA		
	Legislação específica para determinadas áreas	<p>Lacuna encontrada ao nível da segurança na frente de palco, pois segundo a Lei n° 34/2013, a actividade de segurança privada só pode ser exercida por empresas de</p>	<p>Consulta e domínio da legislação;</p> <p>Formação adequada para os vigilantes responsáveis pela segurança na frente de palco.</p>	<p>Criação de um manual de actuação que defina linhas orientadoras de planeamento (ex. quem devem ser os responsáveis pela segurança na frente de palco).</p>	1	1	1

		segurança privada; entidades que organizem serviços de autoprotecção; consultoras de segurança; ou por entidades formadoras, isto é, nunca por 4 ou 5 elementos da CM de Sines, como foi registado.					
	Actividades ilegais	Registo de tráfico/ consumo de estupefacientes e substâncias psicotrópicas.	Implementação de medidas de controlo apertado dentro do recinto, evitando o consumo e o tráfico de drogas.	Divulgação de regras de conduta no verso do bilhete (que relembrem aos utentes que é proibido o tráfico/consumo de droga; relações sexuais em público; e que caso encontrem algum objecto devem devolvê-lo); Afixação nas plataformas online relativamente às consequências que enfrentarão aqueles que desrespeitarem as regras.	2	1	2
PLANEAMENTO DE EMERGÊNCIA	Inexistência de Planos de Emergência	O plano especial de emergência como foi designado pelas entidades responsáveis, apenas foi realizado para o palco do castelo, sendo que os restantes dois palcos não se encontravam cobertos por planos de emergência.	Elaboração de planos de emergência que enquadrem todos os palcos.	Disposição da planta com saídas de emergência e corredores de evacuação; Colocação de sinalização visível e fotoluminescente que indique onde estão os meios de resposta.	2	1	2
	Falta de treino e prática dos planos	Durante os 15 anos de festival nunca foi realizado nenhum simulacro.	Estabelecer prioridade de realização de simulacro antes da abertura do festival.	Existência de um manual do evento, onde constem os vários planos a ser accionados em caso de emergência, bem com a necessidades de efectuar testes aos mesmos afim de perceber se todos os elementos integrantes sabem correctamente o seu papel na fase de operacionalização.	1	1	1
	Falta de coordenação com as entidades externas	Preexistência de um plano especial de emergência elaborado pela GNR, PC, INEM e BVS.	Existência de um plano de segurança articulado com as entidades externas.	Reuniões assíduas entre <i>staff</i> e entidades externas; Construção de um manual de actuação.	2	2	4

AMBIENTE	Terreno	O piso do recinto do castelo é um pouco irregular e coberto por erva.	Averiguar previamente as condições físicas do terreno.	Como o piso é pouco irregular não é necessário comunicar a informação ao público.	3	3	9
	Condições Atmosféricas	NFA	Analisar condições atmosféricas para o evento.	Comunicar ao <i>staff</i> as condições atmosféricas previstas para o dia do evento (ex. vão estar temperaturas acima da médias, tomem medidas de precaução, como protector solar e muita água.	NFA		
	Flora e Fauna	Não foram detectados casos de fauna e flora prejudiciais.	Averiguar sobre a fauna e flora do local, nomeadamente existência de animais, como ratos, cobras, bem como plantas alergénicas.	Comunicar ao <i>staff</i> procedimentos a adoptar caso algum desses cenários de verifique.	3	3	9
PLANEAMENTO	Falta de Planeamento	NFA	Planear o evento a diversos níveis.	Transmissão da informação adequada.	NFA		
	<i>Staff</i> inexperiente	NFA	Formação ao <i>staff</i> .	Reuniões e <i>briefings</i> .	NFA		
	Procedimentos não definidos ou mal definidos	NFA	Definição de procedimentos a adoptar no evento.	Desenvolvimento de manuais que auxiliem o <i>staff</i> a por em prática esses procedimentos.	NFA		
RECURSOS HUMANOS	<i>Staff</i> Insuficiente	No <i>website</i> do FMM consta a existência de uma equipa de voluntários, este facto não foi detectado, talvez por estes não estarem devidamente identificados.	Distribuição do <i>staff</i> pelas áreas técnicas e de apoio ao festival.	Os elementos do <i>staff</i> devem se distinguir do restante público, facto que não aconteceu, pois não tinham uma camisola ou um elemento que os diferenciase, apenas uma pulseira que ao longe não é visível	2	2	4
	<i>Staff</i> incompetente	NFA	Formação do <i>staff</i> .	Formação do <i>Staff</i> ; Manual de actuação para o evento.	NFA		

INFRA-ESTRUTURAS	Instalações inadequadas	Registo de situações de <i>overcrowding</i> , que coincidiram com a inexistência de portas suficientes de saída do recinto do castelo.	Definição de parâmetros base para a selecção do recinto; Averiguar se o terreno cumpre esses requisitos; Acompanhamento e vistoria durante o processo de construção das estruturas.	Criação de um documento que objective os requisitos e dissemine informações sobre o recinto aos elementos do <i>staff</i> envolvidos na escolha do terreno e montagem do mesmo; Manual com requisitos obrigatórios para o evento.	2	2	4
	Instalações sanitárias insuficientes	Instalações sanitárias insuficientes, principalmente no interior do castelo e na zona anexa ao festival, o campismo.	Definição de pontos-chave onde devem existir <i>WCs</i> e quantas.	Relatórios de avaliação do terreno.	2	2	4
	Estacionamento insuficiente	O estacionamento existente é o que a cidade dispõe no resto do ano, o que quer dizer que não é criado estacionamento propositadamente para o festival.	Criação de zonas de estacionamento próprias para os utentes do festival, com iluminação, sinalização, vigilância e fácil acesso.	Relatório de avaliação do estacionamento ao nível do festival; Sinalização dos parques; Referenciação dos mesmos na brochura e no website, com informações sobre a localização e a capacidade; Coordenar com a GNR o policiamento dos parques; Difusão das regras de segurança aos vigilantes; Comunicar à população de Sines sobre a utilização desses parques.	1	1	1
OPERAÇÕES	Efeitos Especiais	Não houve incidentes registados quanto a este factor.	Definição da data de montagem do equipamento; Verificar o encerramento do recinto aquando da sua montagem.	Comunicar instruções de segurança ao <i>staff</i> .	3	3	9
	Gestão do espaço	Registo de episódios de <i>overcrowding</i> no recinto do castelo.	Definição do número máximo de pessoas no recinto, isto é 3 pessoas por m ²	Afixação de sinalética com lotação máxima do recinto; Disponibilização da informação relativa à lotação junto do público.	2	2	4
		Excesso de pessoas no recinto face ao número de entradas existentes. Tomando o exemplo de uma média de 6400	Escolha do local do evento mediante a avaliação do seu historial em anos anteriores, pois este tem de ter: condições de fácil acesso; número de portas	Comunicação disponível ao público e <i>staff</i> .	2	1	2

		<p>peças dentro do recinto do castelo, teria de haver no mínimo uma saída por 1500 pessoas. Na prática isto exigia no mínimo 4 saídas (a legislação é tolerante no que respeita a edifícios antigos).</p>	<p>adequado; capacidade suficiente; e fluidez no momento de entrada e saída do recinto.</p>				
	<p>Organização das operações</p>	<p>NFA</p>	<p>Definição das tarefas a operacionalizar, bem como dos responsáveis pela sua implementação.</p>	<p>Comunicação das tarefas ao <i>staff</i>, através de <i>briefings</i>, reuniões e manuais de actuação.</p>	<p>NFA</p>		
<p>Local</p>	<p>Má ventilação / iluminação</p>	<p>As ruas de Sines encontravam-se mal iluminadas.</p>	<p>Reforço da iluminação no recinto e áreas anexas; Sendo um evento <i>outdoor</i> a ventilação está inerente.</p>	<p>Comunicar com responsáveis, neste caso a CMS a importância do reforço da iluminação no recinto e zona envolvente.</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>4</p>
<p>Tempo</p>	<p>Má escolha da data</p>	<p>Data do festival coincidente com pelo menos mais 3 festivais, <i>EDP Cool Jazz</i>, <i>MEO Mares Vivas</i> e <i>Super Bock Super Rock</i>.</p>	<p>Estudo de mercado de modo a constatar se existem eventos a decorrer em simultâneo.</p>	<p>Comunicar ao <i>staff</i> o acontecimento de outros festivais em simultâneo.</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>4</p>
<p>Classificação Final dos factores de risco presentes no FMM</p>					<p>90/ 234</p>		

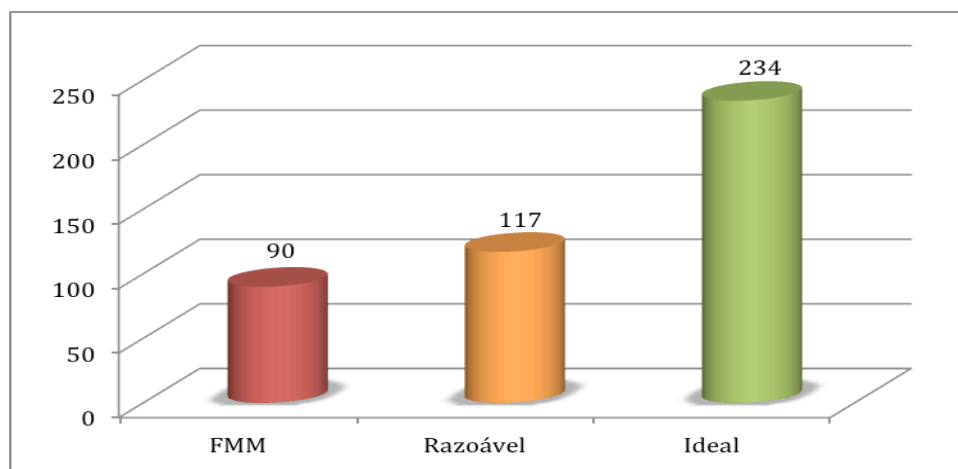


Gráfico 2 - Avaliação da segurança no FMM, com base na matriz

Fonte: A autora

O gráfico 2 ilustra que as condições de segurança encontradas no festival, não alcançaram nem metade (barra a laranja) da pontuação total. Contudo, muitas das acções sugeridas na matriz, podem facilmente elevar o nível de segurança do festival, para o dito razoável.

Em jeito de nota conclusiva, importa focar que a presente matriz embora com um carácter meramente científico, apresenta algumas sugestões que adoptadas pela organização do FMM em futuras edições, podem melhorar razoavelmente as condições de segurança dos visitantes.

Capítulo IV – Conclusões e Recomendações

4.1. Considerações Finais

Os festivais de música são cada vez mais um atractivo turístico para uma região, realidade que se tem vindo a notar em solo português. O apelidado *music & festival tourism* tem registado um crescimento significativo nas últimas décadas, facto que se deve em parte à associação a uma forma de gozar férias pouco onerosa. Com o desenvolvimento desta tipologia de eventos, surge também a necessidade de consciencialização dos seus participantes para assuntos inerentes à segurança.

A comunicação é fundamental para o sucesso do evento, devendo estar presente nas várias fases do mesmo, desde a sua criação, à fase de planeamento e organização, até à fase do *debriefing*. Assim, a mesma estabelece a ponte entre a organização e as partes integrantes do evento.

No contexto nacional, o turismo de festivais acolhe cada vez mais participantes, pelo que crescem também as questões inerentes à segurança nestes acontecimentos que se caracterizam, em parte, pela concentração elevada de indivíduos num espaço exíguo. A gestão de risco, ganha cada vez mais força, uma vez que se considera imprescindível analisar o evento ao mais ínfimo pormenor, afim de averiguar os riscos e ameaças intrínsecas à sua realização. Nesta perspectiva, e para que seja possível evitar e minimizar riscos, é necessário o desenvolvimento de dois planos a anexar ao projecto do evento: o plano de segurança e o plano de comunicação. O primeiro refere-se aos procedimentos e às regras de segurança a implementar com objectivo base de evitar a concretização de incidentes, e o segundo constitui formas de comunicação com o público, que devem ser adoptadas para o entendimento de todos. Posto isto, é possível afirmar que a comunicação e a segurança são dois temas que devem estar intimamente ligados, tendo sempre em vista o sucesso do evento.

No seguimento do que foi anteriormente mencionado, importa salientar que o plano de comunicação tem que pensar criteriosamente os elementos a serem focados, reflectindo-se sobre o tipo de público inerente ao evento e o modo de interagir com o mesmo. O gestor de eventos deve ter a capacidade de se adaptar ao discurso do receptor, isto é, adequar as técnicas de comunicação existentes ao público do evento, evitando sempre falhas de comunicação, que podem em alguns casos desencadear conflitos. Neste contexto, a segurança do evento é um

assunto que merece especial atenção. Por sua vez, a gestão do risco deve ser encarada como uma ferramenta crucial no processo de garantir a segurança, através da análise de riscos associados ao evento, definindo estratégias e formas de evitar ou minimizar o seu impacto na envolvente. Independentemente disto, a comunicação com os vários *stakeholders* é imperativa, uma vez que todos devem estar a par dos riscos a que o evento está exposto e participar na tomada de decisões sobre o mesmo.

Desta forma, torna-se imperioso, aferir os aspectos observados na investigação de campo, nomeadamente no *Festival Músicas do Mundo*. Por conseguinte, verificou-se que as técnicas – de comunicação, segurança e gestão de público – estudadas no enquadramento teórico e entendidas como obrigatórias para o sucesso de um evento, não se ajustam em parte ao caso de estudo da dissertação.

No que concerne à sinalização do evento, constatou-se, primeiramente, a existência de cartazes publicitários nas estradas que davam acesso ao festival, contudo nenhum dos *outdoors* observados, continha informações relativamente ao trajecto a adoptar. No espaço confinado ao evento a sinalização era notória principalmente junto às zonas de palco, todavia nas ruas de Sines, não existia sinalética que encaminha-se os vistantes aos locais. Ainda sobre a mesma, importa realçar que o material usado não era muito resistente nem visível, pelo que à noite as placas passavam despercebidas. Para além dos aspectos referidos, a informação contida nas placas, não dispunha de simbologia e estava quase toda escrita em português, à excepção de uma placa que mencionava a validação do bilhete à entrada redigida em inglês. Ora, isto, traduz-se em consequências negativas na expectativa e experiência do festivaleiro estrangeiro – neste ponto, reforça-se o facto de este ser um festival de músicas do mundo. No que se refere à sinalização de emergência, há que destacar que estava correctamente localizada e assinalada, possuindo iluminação fotoluminescente.

Quanto aos transportes, a organização disponibilizou no *website* oficial informações relativas aos autocarros, que segundo os inquiridos paravam a cerca de 300 metros do recinto. A informação disponibilizada pela GNR, salienta que nesta altura do ano o horário dos autocarros para Sines intensifica-se devido ao festival e à época estival.

Relativamente, às unidades de alojamento, a cidade tem um grave problema ao nível da oferta hoteleira, aliada em parte à desactivação do Parque de Campismo Municipal. A opção apresentada pela organização foi sobretudo uma zona de campismo anexa ao FMM, que após

presença no terreno verificou-se, ter condições muito precárias de higiene, segurança, e neste âmbito a sobrelotação. Não obstante, o excesso de pessoas não foi o único problema registado no campismo, mas sim os roubos frequentes, a juntar ao desrespeito pelas regras de civismo, causadas em parte pela falta de vigilância do parque. Aos factos evidenciados, acresce o campismo selvagem que pareceu ser uma prática muito comum por esta altura do festival.

No que refere à comunicação com o público, importa focar a comunicação escrita, com a disponibilização de informação no *website* (inclusive de um mapa com a localização dos vários recintos) e a distribuição de uma brochura “Guia 2013” (com informações relativas ao preço dos ingressos, mapa de palcos, informação sobre o cartaz, entre outras coisas de interesse para o espectador). Quanto à comunicação audível e visual, destacam-se os comunicados feitos pela organização e a referida sinalética, bem como os resumos do dia anterior que passavam diariamente nos ecrãs do festival. Sem embargo, a organização poderia ter recorrido ao verso do bilhete para passar informações ao público sobre regras de segurança a adoptar dentro do recinto. Do mesmo modo, no próprio *website* deveriam constar mais esclarecimentos sobre o tema.

Quanto à gestão do público, verificou-se um forte controlo de acessos, com revista efectuada à entrada do recinto pela GNR (acção levada a cabo apenas nos concertos pagos).

Nesta perspectiva, observou-se, sobretudo, no palco do castelo uma localização acertada das entradas, uma vez que se encontravam uma em cada ponta da muralha, evitando assim que as filas de cruzassem. Contudo, as entradas não se encontravam segregadas por tipo de ingresso ou até com a indicação para populações especiais. Para além disso, as distrações nas entradas poderiam ter sido evitadas, afastando os *WCs* e o *F&B* da entrada nascente e a loja de *merchandising* da entrada poente. Ainda sobre este assunto, há que salientar como ponto positivo o afastamento da zona de bilheteira da zona de palco e os preços redondos dos ingressos. Relativamente ao efectivo de público no recinto do castelo, vale a pena realçar que a área existente permite a permanência de 6800 pessoas como foi indicado pela PC. Porém, o número de entradas existentes (isto é, duas – poente e nascente) são insuficientes face ao efectivo de público. Em entrevista, o responsável da PC de Sines focou que há alguns anos a entrada no recinto era efectuada apenas por uma das portas (localizada na entrada nascente), devido ao facto da CM estar a aguardar pela autorização da UNESCO, para proceder à abertura da entrada poente. Este facto, remete para a gravidade da situação do festival há uns anos atrás,

particularmente em caso de evacuação. Como nota final sobre este assunto, é relevante frisar que este ano acção da GNR foi contestada por muitos dos espectadores, até porque a demorada revista à entrada fez com que muitas pessoas chegassem atrasadas aos concertos.

Ora, sobre as entidades responsáveis pelo acompanhamento do evento, verificou-se a presença das mesmas no local - PC, GNR e BVS, bem como das suas viaturas. Segundo o que se apurou, a comunicação entre estas fez-se com recurso ao rádio, mas maioritariamente via telemóvel, o que se considera um ponto pouco favorável, tendo em conta que o equipamento pode falhar devido ao elevado número de pessoas presentes no evento. No que concerne ao *staff*, é de salientar, que não estavam devidamente identificados (apenas um *badge* e uma pulseira) e passavam despercebidos junto do público.

Relativamente à questão do *F&B*, este ano a CM decidiu para além da habitual sensibilização aos comerciantes locais sobre os preços a praticar aos espectadores do festival, e da usual área de restauração anexa ao evento, juntar a feira anual das Tasquinhas como complemento à restauração do FMM.

Ao nível das infra-estruturas de apoio ao festival, é pertinente mencionar o saneamento, mais concretamente, os *WCs*. É elementar destacar as poucas instalações existentes a este nível, nomeadamente em relação ao castelo e face ao número de visitantes.

Com efeito, os planos de intervenção são formas de preparação para situações imprevisíveis que possam acontecer, para isto o exercício de testar esses planos é essencial em momentos decisivos. Num festival de 15 anos de história nunca foi realizado um simulacro que envolvesse todos os *stakeholders*. Perante o cenário descrito, a inexistência de um plano especial de emergência que englobe os três palcos principais, é, porventura, a situação mais grave registada, para além claro da falta de um plano de comunicação articulado para as questões de segurança.

Em jeito de nota conclusiva, é primordial realçar a importância da criação de planos de segurança e comunicação integrados, bem como a realização de simulacros que no futuro podem ser decisivos. A pertinência da temática está intimamente ligada às questões de comunicação e segurança em festivais de músicas. Em 15 anos de existência muitas arestas já foram limadas e muitas ainda há por limar para que este continue a ser um dos festivais mais importantes de “*World Music*” à escala mundial.

a) Resposta à Pergunta de Partida e Objectivo Geral

No que concerne à resposta da pergunta de partida e do objectivo geral, a pesquisa baseada em autores especializados na área de segurança em eventos, permitiu aferir a importância da implementação de técnicas de comunicação como ferramentas de segurança em eventos musicais, especificamente, em festivais de música, com recurso a estratégias que beneficiem a transmissão de informações entre a organização e o seu público. O recurso a técnicas de comunicação, como *websites*, informações disponíveis nos ingressos e brochuras, sinalização, etc., possibilitam a divulgação de medidas de segurança junto dos participantes do evento, afim de consciencializá-los para esta temática. No entanto, relativamente ao caso de estudo, são ainda poucas as técnicas de comunicação que promovem a segurança no evento, embora os meios de apoio e as acções base já estejam a ser postas em prática.

b) Resposta aos Objectivos Específicos e às Hipóteses de Estudo

No que concerne aos objectivos específicos e às hipóteses de estudo, verifica-se primeiramente a existência de documentos que apoiam a avaliação e gestão do risco em eventos musicais, a título supletivo, o *“Health & Safety Executive”*.

Relativamente às técnicas de comunicação passíveis de serem utilizadas na segurança do evento concluiu-se sobre três tipos base – comunicação operacional (dividida em duas vertentes a comunicação interna e a comunicação externa), comunicação com o público e comunicação pública.

No que diz respeito à primeira, a comunicação interna estende-se aos vários departamentos de organização do evento, entre os quais, as relações públicas; o protocolo; *staff* dos artistas; pontos de venda de ingressos; etc.. Por seu turno, a comunicação externa foca-se no diálogo com as entidades presentes no evento, nomeadamente bombeiros, INEM, PC e entidades policiais. Efectivamente, neste ponto, a comunicação faz-se em grande parte presencialmente (através de *briefing*, *debriefings* e reuniões), via rádio, telefone e *PAS* (com recurso a frases codificadas).

A comunicação com o público engloba a comunicação redigida, como brochuras; utilização do verso do bilhete; *website* do evento e redes sociais; marketing e publicidade paga; elementos de carácter visual - sistema de videovigilância, sinalética, painéis ou ecrãs, postos de informação; e elementos de natureza auditivos, como *PAS*, megafones, *staff* e artistas.

Por último, a comunicação pública compreende o conjunto de procedimentos utilizados com o objectivo de comunicar para o exterior, isto é, para a imprensa, sendo que este tipo é realizado por meio do envio de *press releases*, publicidade paga ou divulgação no *website* do próprio evento.

Concretamente sobre o caso de estudo, a comunicação operacional fez-se sobretudo via rádio, telefone e presencialmente. Por conseguinte, a comunicação com o público estabeleceu-se através de itens escritos e audíveis e por sua vez, a comunicação pública foi maioritariamente realizada por intermédio de *press releases*. No contexto da segurança, o estudo aferiu que o público do *Festival Músicas do Mundo* é na sua maioria desconhecedor das regras de segurança do festival e não vê na mesma uma preocupação de suma importância, porém o evento foi considerado por grande parte dos inquiridos como seguro.

À medida que se avança nesta investigação, é imperativo concluir sobre a eficácia das estratégias de comunicação na segurança do *Festival Músicas do Mundo*.

Independentemente disto, é necessário verificar a existência de um plano de segurança e de um plano de comunicação para o festival, se os dois estão integrados e, concomitantemente se a estratégia de comunicação afecta a estratégia de segurança. Por conseguinte, averiguou-se a inexistência de um plano de segurança para o evento. Todavia, o festival dispõe de um plano especial de emergência que vigora há vários anos, tendo sido criado pela organização e entidades responsáveis (GNR, INEM, BVS e PC) e aprovado pela CM de Sines. Efectivamente, este pressupõe a caracterização do espaço, a identificação das áreas de risco e meios/ recursos destacados para combater pequenos focos de incêndio e define, ainda, planos de intervenção e vias de evacuação. Não obstante, o mesmo foi realizado somente para um dos recintos – Castelo. Deste modo, o plano de comunicação inerente ao festival consubstancia-se à área do marketing e relações públicas do evento e, não ao nível da divulgação das ferramentas de segurança, como seria de esperar na hipótese avançada inicialmente. Erroneamente ao que seria correcto, os planos não se encontram integrados sob o ponto de vista de encontrarem estratégias que divulguem os princípios da segurança do festival.

Em jeito de nota conclusiva, importa frisar que as técnicas de comunicação empregues no festival limitam-se essencialmente ao recurso a *PAS* (aparelhagens locais), circuito de videovigilância, ecrãs, brochura "*Guia 2013*", uso de telemóvel, rádio e principalmente meios de comunicação verbal.

Conclui-se que a segurança e a comunicação são dois temas intimamente relacionados e imprescindíveis ao nível dos eventos musicais.

Deste modo, pelo que se constatou através da observação *in loco* e nas entrevistas com as entidades responsáveis pelo festival, a segurança parece ser uma preocupação, contudo os mesmos ainda não se aperceberam da importância da comunicação enquanto instrumento da segurança, e principalmente como ferramenta de prevenção de incidentes.

4.2. Limitações da Investigação

As principais limitações do estudo prendem-se com a impossibilidade de um acompanhamento rigoroso do evento por motivos financeiros, visto que a observação directa acarreta custos elevados. Acresce, ainda, o insuficiente aprofundamento relativo à comunicação a que se propôs desenvolver (a par da segurança), em consequência à ausência de *feedback* por parte da entidade organizadora do evento (EOE), especificamente na resposta a uma entrevista com enfoque na comunicação do evento. O que foi alcançado ao nível da segurança. Ainda neste âmbito, salienta-se a investigação por questionário, na qual a representatividade da amostra tem um erro amostral de 8,7 e um intervalo de confiança de 95%, suportando o estudo e a análise descritiva de dados. Nesta perspectiva, a avaliação das condições de segurança no *Festival Músicas do Mundo* baseia-se num universo amostral de 128 inquiridos. Não obstante, esta seja uma amostra coerente e realista, o estudo pode apresentar limitações ao não incluir variáveis vitais. Assim, reforça-se mais uma vez a ideia de que esta investigação tem um carácter meramente exploratório, sendo que não podem daqui ser retirados resultados conclusivos sobre o tema. Perante isto, foca-se o contributo do estudo para a área científica com o aprofundar dos conhecimentos de segurança, reflectindo sobre a utilização dos mesmos no festival em estudo.

4.3. Linhas de Investigação Futura

A presente investigação pode incentivar a concepção de trabalhos futuros nas áreas da segurança em eventos musicais, colmatando a falha bibliográfica existente actualmente relativamente a esta temática. Efectivamente, outro tipo de estudo estatístico de interesse pode desenvolver-se na sequência da presente dissertação, podendo ser projectados trabalhos com uma metodologia e amostra representativa que permitam apurar, mais concretamente, sobre as lacunas existentes ao nível da segurança e da comunicação no festival de Sines. É, porventura,

evidente, que este tema possa desencadear assuntos inerentes à segurança e à comunicação, especificamente a avaliação do nível de risco do evento ou das ameaças e natureza das mesmas a que o evento está susceptível, bem como estudos sociológicos sobre os comportamentos do público e as estratégias de comunicação.

Referências Bibliográficas

- Allen, J., O’Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. (2005), *Festival and special event management* (3ª edição). Sydney: John Wiley & Sons Australia, Lda.
- Andersson, T. D., & Getz, D. (2009), Tourism as a mixed industry: differences between private, public and not-for-profit festivals. *Tourism Management*, 30 (6), 847-856.
- Associação Sueca de Relações Públicas. <http://www.sverigesinformationsforening.se>, consultada a 5 de Julho de 2013
- Autoridade Nacional de Protecção Civil (ANPC). http://www.segurancaonline.com/fotos/gca/ctp19_www_1323251960.pdf, consultado a 20 de Dezembro de 2013
- Bennett, A. (2004), *Remembering Woostock*. Hampshire: Ashgate
- Black, S. (1995), *The Practice of Public Relations* (4ª edição). New York: Routledge
- Bowdin, G. A. J., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2006), *Events Management* (2ª edição). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Bowdin, G., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011), *Events Management* (3ª edição). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bowen, H. E., & Daniels, M. J. (2005), Does the Music Matter? Motivations for Attending a Music Festival, *Event Management*, 9, pp. 155-164
- Broder, J. F. (2000), *Risk Analysis and the Security Survey* (2ª edição). U.S.A.: Butterworth-Heinemann
- Bueno, W.C. (2009), “As Transgressões conceituais em Comunicação Empresarial”. <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/viewFile/195/295>, consultado a 15 de Fevereiro de 2013
- Buhalis, D., & Costa, C. (2006), *Tourism Management Dynamics: trends, management and tools*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Christensen, L.T., Morsing, M., & Cheney, G. (2008), *Corporate Communications: Convention, Complexity and Critique*. London: Sage
- Clix. <http://cotonete.clix.pt/noticias/body.aspx?id=48483>, consultado a 12 de Janeiro de 2013
- Cornelissen, J. (2008), *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice* (2ª edição). Londres: Sage.

-
- Cornwell, T. B., Pruitt, S. W., & Van Ness, R. (2001), "The value of winning in motorsports: sponsorship-linked marketing", *Journal of Advertising Research*, 41 (1): 17–31
 - Couto, M. (2011), *Festivais de Música de Verão em Portugal: determinantes da participação e a identificação dos seus patrocinadores* (Faculdade de Economia, Universidade do Porto), obtida a 12 de Dezembro de 2013, em <http://wps.fep.up.pt/wps/wp426.pdf>
 - Cravens, D., Merrilees, B. & Walker, R. (2000), *Strategic Marketing Management for the Pacific Region*. Sydney: McGraw-Hill
 - D'Orey, P., Cortez, A., & Grácio, N. (2002), *Wordsong Al Berto*. Lisboa: 101 Noites
 - Decreto Regulamentar n.º 34/95 de 16 de Dezembro (regulamento das condições técnicas de segurança dos recintos de espectáculos e divertimentos públicos), <http://dre.pt/pdf1sdip/1995/12/289B00/79187954.pdf>, consultado a 12 de Março de 2013
 - Decreto-lei 194/ 2009 de 20 de Agosto (regime de actividades de abastecimento público de água às populações, de saneamento de águas residuais urbanas e de gestão de resíduos urbanos). <http://dre.pt/pdf1s/2009/08/16100/0541805435.pdf>, consultado a 12 de Março de 2013
 - Decreto-lei n.º 220/2008, de 12 de Novembro (regime Jurídico de segurança Contra incêndio em Edifícios). <http://dre.pt/pdf1s/2008/11/22000/0790307922.pdf>, consultado a 12 de Março de 2013
 - Decreto-lei n.º 234/2007 de 19 de Junho (regime jurídico da instalação e do funcionamento dos estabelecimentos de restauração ou de bebidas). <http://dre.pt/pdf1sdip/2007/06/11600/38853890.pdf>, consultado a 12 de Março de 2013
 - Decreto-lei n.º 268/2009 de 29 de Setembro (regula a instalação e funcionamento dos recintos de espectáculos). <http://dre.pt/pdf1s/2009/09/18900/0699907008.pdf>, consultado a 12 de Março de 2013
 - Dias, J. A. R. (2012), MUSICTRIP: Agência de viagens online especializada em festivais de música (Dissertação de Mestrado em Gestão Estratégica de Eventos, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal), consultado a 15 de Abril de 2013, em <http://comum.rcaap.pt/handle/123456789/4455>
 - Doonar, J. (2004), "Harmonious sponsorship", *Brand Strategy*, (185): 52-53.

-
- Duncan, T. (2002), *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. Boston: McGraw-Hill Irwin
 - Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N. & Cooper, C. (2008), *Megatrends underpinning tourism to 2020: Analysis of key drivers for change*. Australia: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
 - *Festival Músicas do Mundo*. <http://fmm.com.pt>, consultado a 20 de Dezembro de 2012
 - Fill, C. (2002), *Marketing Communications: Contexts, strategies and applications* (3ª edição). Harlow: Pearson Education
 - Getz, D. (1997), *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
 - Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism* (2ª edição). New York: Cognizant Communication Office.
 - Getz, D. (2007), *Event Studies: Theory, research and policy for planned events*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
 - Ghigliione, R., & Matalon, B. (2001) *O Inquérito: Teoria e Prática* (4ª edição). Oeiras: Celta Editora
 - Gibson, C., & Connel, J. (2005), *Music and Tourism: On the Road Again*. Clevedon: Channel View Press.
 - Goldbatt, J. (2005), *Special Events: Event Leadership for a New World* (4ª edição). Hoboken: John Wiley & Sons
 - Goldbatt, J., & Hu, C. (2005), *Tourism Terrorism, and the new world for event leaders*. *E-Review of Tourism Research*, 3 (6): 139-144
 - Gregory, A. (1997), *Planning and Managing a Public Relation Campaign: A step-by-step guide*. London: Kogan Page.
 - Grunig, J. E. (1992), *Excellent in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
 - Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984), *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston
 - Grunig, J.E., Grunig, L., & Dozier, D. (2006), “The Excellence Theory” in *Rhetorical and Critical Perspectives of Public Relations*. C. Botan & V. Hazelton (eds). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

-
- Hall, C. M. (1989), “The definition and analysis of Hallmark Tourism Events”, *GeoJournal* 19.3, 263-268, by Kluwer Academic Publishers
 - Hall, C. M. (1992), *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*. London: Belhaven Press.
 - Health & Safety Executive (1999), *The Event Safety Guide* (2ª edição). London: Hsebooks.
 - Health & Safety Executive (2000), *Managing Crowds Safely* (2ª edição). London: Hsebooks.
 - Health, R. L., & Palenchar, M. J. (2009), *Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges* (2ª edição). California: Sage
 - Hill, M., & Hill, A. (2005) *Investigação por questionário* (2ª edição). Lisboa: Edições Sílabo
 - Imagens de Marca. <http://imagensdemarca.sapo.pt/entrevistas-e-opinioao/opinioao-1/festivais-de-verao-2/>, consultado em Setembro de 2013
 - INE – Instituto Nacional de Estatística (2011). http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=149181316&PUBLICACOESstema=00&PUBLICACOESmodo=2, consultado a 14 de Setembro de 2013
 - Infopédia. <http://www.infopedia.pt>, consultado a 15 de Novembro de 2013
 - Jago, L., & Shaw, R. (1998), Special events: a conceptual and differential framework. *Festival Management & Event Tourism*, 5, 21-32.
 - Jornal de Turismo Plubituris. <http://www.publituris.pt/2009/09/23/quanto-valem-os-festivais-para-o-turismo/>, consultado em Novembro de 2012
 - Jornal de Turismo Plubituris. <http://www.publituris.pt/2013/01/21/veja-aqui-os-vencedores-dos-premios-turismo-do-alentejo-2012/>, consultado em Março de 2013
 - Jornal Expresso XL. <http://expresso.sapo.pt/festival-de-sines-entra-em-fase-intimista=f822073>, consultado em Setembro de 2013
 - Jornal Expresso. <http://expresso.sapo.pt/fmm-de-sines-ganhou-mais-uma-lenda=f823159>, consultado em Setembro de 2013
 - Jornal Público. <http://www.publico.pt/local/noticia/gnr-deteve-15-pessoas-no-festival-musicas-do-mundo-1601825>, consultado em Julho de 2013

-
- Kemp, C., & Hill, I. (2004), *Health and Safety Aspects in the Live Music Industry*. Cambridge: Entertainment Technology Press.
 - Kerwood, P. (2009), “Joining the social media conversation – connect, communicate, co-operate and collaborate”. <http://peterkerwood.eventmagazine.co.uk/2009/06/16/joining-the-social-media-conversation-connect-communicate-co-operate-and-collaborate/#more-14>, consultado a 12 de Janeiro de 2013
 - Kotler, P. (2003), *Marketing Management*, Eleventh Edition. U.S.A.: Prentice Hall International.
 - Kotler, P., & Scheff, J. (1997) *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Boston: Harvard Business School Press.
 - Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2001), *Principles of Marketing* (3ª edição). Harlow: Pearson Education /Prentice Hall
 - L’Etang, J. (1996), “*Public relations as diplomacy*” in *Critical Perspectives in Public Relations*. J. L’Etang & M. Pieczka. London: International Thomson Business Press.
 - Lei 34/2013 de 16 de Maio (regime do exercício da actividade privada), <http://www.dre.pt/pdf1s/2013/02/04100/0114101143.pdf>, consultada a 12 de Março de 2013
 - Lei nº 102/ 2009 de 10 de Setembro (regime jurídico da promoção da segurança e saúde no trabalho), <http://dre.pt/pdf1s/2009/09/17600/0616706192.pdf>, consultada a 12 de Março de 2013
 - Leopkey, B., & Parent, M. M. (2009), “Risk Management Issues in Large-scale Sporting Events: a Stakeholder Perspective”, *European Sport Management Quarterly*, 9: 2, 187 — 208
 - Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy J., Dionísio P., & Rodrigues J.V. (2004), *Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing* (10ª edição). Lisboa: Dom Quixote.
 - Maciel, B. P. (2011), *Festivais de Música e Turismo: Dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa* (Dissertação elaborada para obter o grau de Mestre em Turismo da Faculdade de Letras da Universidade do Porto), obtida em em 25 de Outubro de 2013, em <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/57045>
 - Martinho, T. D., & Neves, J. S. (1999), *Festivais de Música em Portugal. Folha OBS*, 1, 1-6, Lisboa.

-
- Masterman, G., & Wood, E. H. (2006), *Innovative Marketing Communications: Strategies for the events industry*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
 - Matias, M. (2007), *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas* (4ª edição). São Paulo: Manole.
 - Meirelles, G. F. (1999), *Tudo sobre eventos*. São Paulo: Editora STS.
 - Mintel (2008), *Music Tourism: Travel and Tourism Analyst*. London: Mintel International Group.
 - Moloney, K. (2000), *Rethinking Public Relations: The Spin and the Substance*. London: Routledge
 - Moreira, C. D. (2007), *Teorias e Prática de Investigação*. Lisboa: ISCSP
 - Mossberg, L. L. (2000), *Event Evaluations: Scandinavian Experiences*. New York: Cognizant Communication Corporation.
 - Neto, F. (1998). *Marketing de Eventos* (3ª edição). Rio de Janeiro: Editora Sprint Lda
 - Norma Portuguesa 4397-2008.
http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDUQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.nortemedico.pt%2Fdownload.php%3Fpath%3Dpdf%26filename%3DSRNOM_20120126092955_NP4397-2008.pdf&ei=vd9CU8T6K-v70gWes4GoBQ&usq=AFQjCNFUW0uEfa7DRhQdHtoVjIgf2hXlzQ&bvm=bv.64125504,d.bGQ, consultada a 13 de Março de 2013
 - Pedro, F., Caetano, J., Christiani, K., & Rasquilha, L. (2009), *Gestão de Eventos* (3ª edição). Lisboa: Quimera.
 - Pegg, S., & Patterson, I. (2010), “Rethinking Music Festivals as a Staged Event: Gaining Insights from Understanding Visitor Motivations and the Experiences They Seek”, *Journal of Convention & Event Tourism*, 11: 2, 85 — 99
 - PENT (2007).
<http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202007.pdf>, consultado a 3 de Março de 2013
 - PENT (2011).
http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/Documents/PENT_Revisão.pdf, consultado a 3 de Março de 2013

-
- Pickton, D., & Broderick, A. (2001), *Integrated Marketing Communications*. Harlow: Prentice Hall
 - Piercy, N. (2009), *Market-Led Strategic Change: Transforming the Process of Going to Market* (4ª edição). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
 - Portaria 1532/ 2008 (regime jurídico de segurança contra incêndios em edifícios), <http://dre.pt/pdf1sdip/2008/12/25000/0905009127.pdf>, consultada a 12 de Março de 2013
 - Publicações de Turismo. <http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>, consultado a 19 de Novembro de 2013.
 - Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2005), *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (4ª edição). Lisboa: Gradiva.
 - Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2009), *Event Management: An Integrated and Practical Approach*. London: Sage Publications
 - Reis, F. L. (2010), *Como elaborar uma dissertação de mestrado, segundo Bolonha*. Lisboa: Pactor
 - Revista Blitz. <http://blitz.sapo.pt/festivais-de-verao-efetuadas-128-detencoes-por-trafico-de-droga=f88647>, consultada em Agosto de 2013
 - Revista Event Point. <http://www.eventpoint.com.pt/articles/que-seguranca-para-os-eventos>, consultada em Outubro de 2012
 - Revista Visão. <http://visao.sapo.pt/entrevista-luis-montez-ao-vivo=f673551#ixzz2gNxSYEmn>, consultada a 30 de Setembro de 2013
 - Rivero, C. R. (2009), Impacts of music festivals on tourists' destination image and local community, Case Study: WOMAD and CONTEMPOPRANEA Festivals in Extremadura – Spain (M. A. European Tourism Management, Bournemouth University, Université de Savoie), consultado em Abril de 2013, em <http://www.du.se/PageFiles/18846/RiveroRegidorConcepción1.pdf>
 - Rocha, R. G. P. (2011), *Os Públicos do Festival Paredes de Coura 2011: Expectativas, Motivações e Práticas* (Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Instituto Universitário de Lisboa), consultado a 25 de Outubro de 2013, em <http://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/4590>

-
- SAPO Música, disponível em <http://musica.sapo.pt/noticias/festivais-portugueses-de-musica-vaio-ser-distinguidos-com-premio-anual>, consultado em Setembro de 2013
 - Sapo Música. <http://musica.sapo.pt/noticias/concertos/festival-musicas-do-mundo-de-sines-combina-novos-talentos-e-dias-felizes>, consultado em Novembro de 2013
 - SAPO Música. <http://musica.sapo.pt/noticias/festivais-de-musica-vaio-a-votos-para-os-portugal-festival-awards>, consultado em Setembro de 2013
 - Sarmiento, J. (2007), *Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território. GEO-Working papers, Série Investigação 2007/13*, 5-21, consultado a 26 de Março de 2013, em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9599>
 - Schultz, E. & Lavenda, R. (2005), *Cultural Anthropology: A Perspective on the Human Condition*. New York and Oxford: Oxford University Press
 - Shani, A., Rivera, M. A., & Hara, T. (2009) “Assessing the Viability of Repeat Visitors to Cultural Events: Evidence from the Zora! Festival”, *Journal of Convention & Event Tourism*, 10: 2, 89 — 104
 - Silvers, J. R. (2008), *Risk management for meetings and events*. Oxford: Butterworth-Heinemann
 - Stone, C. (2009), *The British pop music festival phenomenon*. In Ali-Knight, J., Robertson, M., Fyall, A., & Ladkin, A. (Eds.), *International Perspectives of Festivals and Events* (pp. 205-224). Oxford: Academic Press.
 - Talkfest. <http://www.noticiasominuto.com/cultura/189765/festivaleiro-e-mulher-jovem-e-compra-bilhete-pelo-cartaz>, consultado a 17 de Março de 2014
 - Tarlow, P. (2002), *Event Risk Management and Safety*. New York: John Wiley & Sons Inc.
 - Tassiopoulos, D. (2005), *Event Management: A professional and Developmental Approach* (2ª edição). Lansdowne: Juta Academic
 - Taylor, T., & Toohey, K. (2007) “Perceptions of Terrorism Threats at the 2004 Olympic Games: Implications for Sport Events”, *Journal of Sport & Tourism*, 12: 2, 99 — 114
 - Tench, R., & Yeomans, L. (2009) *Exploring Public Relations* (2ª edição). Harlow: Pearson Education/Prentice Hall.
 - The University of Queensland, Australia. <http://www.uq.edu.au/news/?article=23078>, consultado a 26 de Setembro de 2013

-
- UK Chatered Institute of Public Relations. <http://www.cipr.co.uk/content/training-qualifications/pr-student/careers-advice/what-is-public-relations>, consultado a 17 de Maio de 2013
 - UK MUSIC [s.d.], *The contribution of music festivals & major concerts to tourism in UK, Destination: Music*, obtido em 15 de Setembro de 2013, em <http://www.ukmusic.org/assets/media/UK%20Music%20-Music%20Tourism.pdf>
 - Van Riel, C. B. M. (1995), *Principles of Corporate Communication*. London: Prentice Hall
 - Vasey, J. (1999), *Concert Sound and Lighting System* (3ª edição). U.S.A.: Focal Press
 - Watt, D. C. (2004), *Gestão de Eventos em Lazer e Turismo*, trad. de Roberto Cataldo Costa, Porto Alegre: Bookman.
 - White, J., & L. Mazur (1996), *Strategic Communications Management: Making Public Relations Work*. Harlow: Addison – Wesley.
 - Yeoman, I., Martin, R., Ali-Knight, J., Drummond, S. & McMahan-Beattie, U. (2004), *Festivals and Event Management: An international arts and culture perspective*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Anexos

Anexo I *Clipping* do Evento

Anexo II Prémios e Nomeações do *Festival Músicas do Mundo*

Anexo III Evolução do *Festival Músicas do Mundo*

Anexo IV Mapa do FMM

Anexo V *Press Kit* do FMM

Anexo VI Modelo de Questionário - Versão Portuguesa

Anexo VII Modelo de Questionário - Versão Inglesa

Anexo VIII Classificação das Variáveis

Anexo IX Gráficos

Anexo X Fotorreportagem do FMM

Anexos XI Entrevista a Eduardo Pires, Responsável pela Protecção Civil de Sines

Anexo XII Entrevista a Vítor Pereira, Comandante Interino dos Bombeiros Voluntários de Sines

Anexo XIII Entrevista ao Capitão Almeida, Comandante da GNR do Destacamento Territorial de Santiago do Cacém

Anexo I *Clipping* do Anexo

De seguida serão citadas algumas frases proferidas pela imprensa e cantores que marcaram presença no FMM:

“...neste festival em que, assim que acaba, começa a fazer-se mentalmente a contagem decrescente para o seguinte, 2012 foi, sobretudo, uma deslumbrante viagem a África” Gonçalo Frota, Público (2012)

“O balanço desta edição é francamente positivo e o FMM Sines continua a ser um dos mais sedutores festivais nacionais. Além de continuar barato (15 euros por dia e mais de metade foram concertos grátis), apresentou concertos memoráveis, como os de Oumou Sangaré ou de outros nomes vindos do Mali e do Congo” Cristiano Pereira, Jornal de Notícias (2012)

“Um dos mais importantes festivais da Península” Programa Mundofonías, Radio Exterior de España / RTVE (2010)

“Programação de génio” Sebastian Merrick, Songlines – secção You Should Have Been There (2008)

“Já fui a muitos festivais ao longo dos anos, mas nunca a um tão bem organizado como o FMM. O espaço é soberbo, mas a atenção ao detalhe, o som, luz e filmagens excelentes, tornam o festival um exemplo de como se deve fazer” Dave Raven, BFBS Radio – Reino Unido (2007)

“Um dos melhores festivais do mundo (...) Foi o oitavo espetáculo da nossa digressão europeia e foi o melhor que demos” Oumou Sangaré, cantora maliana (2012)

“O festival de Sines é um dos mais importantes festivais da Europa (...) Já toquei em muitos festivais e este é um dos maiores. O público é muito, muito receptivo e muito gentil. Este Castelo, o Castelo de Vasco da Gama, é um lugar memorável para qualquer artista tocar” Debashish Bhattacharya, músico indiano (2009)

“Estou emocionadíssimo. Chorei um pouquinho no palco. Foi o concerto da minha vida” Cyro Baptista, músico brasileiro (2009)

GNR DETEVE 15 PESSOAS NO FESTIVAL MÚSICAS DO MUNDO



LUSA 31/07/2013 - 10:48

Operação entre os dias 18 e 28.

Esta foi já a 15.ª edição do Festival Músicas do Mundo

RUI GAUDÊNCIO/ARQUIVO



A Guarda Nacional Republicana (GNR) efectuou 15 detenções, dez das quais por tráfico de droga, durante uma operação, entre os dias 18 e 28, no Festival Músicas do Mundo, em Sines, informou em comunicado.

De acordo com o comunicado da GNR de Setúbal, de terça-feira à noite, verificaram-se dez detenções por tráfico e consumo de estupefacientes, quatro por posse de arma branca e uma por posse de arma de fogo sob o efeito de álcool. Os militares das Forças de Intervenção Rápida de Setúbal e dos destacamentos territoriais de Grândola e Santiago de Cacém identificaram 98 festivaleiros por consumo de estupefacientes e de substâncias psicotrópicas (estimulantes, tranquilizantes), notificando-os para comparecerem na Comissão de Dissuasão da Toxicodependência. Segundo o comunicado, foram apreendidas 1378 doses diárias de haxixe, oito doses diárias de cocaína, 133,5 gramas de liamba, 3 gramas de MDMA e 3,1 gramas de anfetaminas, durante os dez dias de festival. A 15.ª edição do Festival Músicas do Mundo, que decorreu de 18 a 28, em Sines, contou com a presença de 52 militares por dia.

Fonte: Jornal Público, disponível em <http://www.publico.pt/local/noticia/gnr-deteve-15-pessoas-no-festival-musicas-do-mundo-1601825>, consultado em Julho de 2013

FESTIVAL DE SINES ENTRA EM FASE INTIMISTA

Cristina Margato, em Sines

16:36 Segunda feira, 22 de julho de 2013



FESTIVAL DE SINES RESPIRA FUNDO E PARTE PARA VÁRIOS ESPECTÁCULOS DE MENOR DIMENSÃO E DE MAIOR PROXIMIDADE COM O PÚBLICO.

Depois de três noites intensas, que terminaram no sábado, com vários concertos extraordinários, o Festival de Sines respira fundo e parte para vários espectáculos de menor dimensão e de maior proximidade com o público. Está só a ganhar fôlego. Porque a partir de quarta-feira o Castelo de Sines volta a encher-se de muitas propostas diferentes e de grandes nomes da música do mundo como Rokia Traoré, Asif Ali Khan, Ondatrópica, Trilok Gurtu, Rachid Taha ou Femi Kuti & Positive Force.

A noite de sábado estava muito fria, húmida, como aliás têm estado todas as noites desde que o Festival Músicas dos Mundo em Sines começou. O vento, porém, era mais intenso que em dias anteriores e não deu descanso a ninguém. No topo das muralhas, as bandeirolas estavam sempre a esvoaçar e até, no palco, habitualmente mais abrigado, os músicos mostravam sinais de desconforto, ora vestindo casacos, ora abotoando os que já levavam. Mesmo assim o recinto foi-se enchendo. Não de imediato, com o fim da tarde, mas já depois de o grupo que reúne o compositor dos filmes do realizador Werner Herzog, Ernest Reijseger, ao pianista Fraanje e ao cantor Sylla ter maravilhado os adultos; como de manhã já tinha deslumbrando os mais pequenos, no Centro de Artes.

JP Simões subia a palco de seguida, pouco depois da hora marcada. Era o novo álbum que o trazia a este palco, "Roma", algumas velhas canções do seu reportório, mas também o deslumbramento de alguém que costuma ficar do lado do público e que se diz espectador habitual deste festival. Acompanhado por Luanda Cozetti e vários músicos brasileiros, JP Simões não se limitou a cantar, como, de resto, já é habitual nos seus concertos. Entreteve o público usando a palavra, assinalando o frio que sentia e fazendo elogios ao festival. Ao mesmo tempo aventurava-se em trocadilhos com a palavras Sines e "sin" em inglês (pecado) ou a expressão latina 'sine qua non', que assim habilmente lhe servia para sublinhar o carácter essencial e indispensável deste festival. Até porque o futuro não é certo e tem de ser conquistado, conforme sublinhou ao Expresso, o seu director Carlos Seixas, num momento em que termina o co-financiamento por parte do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN).

Depois de JP Simões, a noite continuou muito animada com os ucranianos DakhaBrakha. Não eram desconhecidos em Portugal, uma vez que tinha mostrado, sobretudo, as suas habilidades percussionistas numa edição de há dois anos do Festival de Loulé. Mas desta vez foram mais longe e fizeram um concerto muito mais rico e variado. As vozes versáteis, que a nós, por vezes, nos soam quase búlgaras, a percussão e o seu ar dramático, pedido emprestado à cena teatral, onde de facto eles nasceram, deslumbraram um Castelo que neste momento já estava praticamente cheio, também para receber uma das memórias, mais bem "aguardadas", das edições anteriores. Hermeto Pascoal, o génio brasileiro, mandou, porém, Aline Moreno, com quem trabalha há alguns anos, à frente do palco, enquanto vários técnicos se iam mexendo nas traseiras do baterista para solucionar um problema qualquer. Hermeto, conhecido por alguma imprevisibilidade de feitio, lá apareceu em cena no Castelo, minutos depois, colocando-se à direita do palco. Mais tarde, a sua figura baixinha, roliça, do topo da qual saem umas farripas longas de cabelos brancos, acabou por ameaçar sair do palco, por motivo de um mal-entendido com a organização, para logo de seguida voltar e "morrer" pelo público.

A noite continuaria, como sempre continua nestas noites, com ritmos ainda mais rápidos e mais dançáveis, desta vez com o projecto luso-angolano Batida.

Domingo amanheceria tranquilo para uma única proposta: dar descanso aos músicos e técnicos. Mas mesmo assim não foi o vazio que se instalou nem houve falta de público. O Teatro do Mar apresentou uma deliciosa e encantadora história da terra, reescrita e adaptada por Julieta Aurora Santos. "A Lenda do Menino da Gralha" foi tão procurada por um público que reunia na mesma sala pais, avós e filhos. Demorou algum tempo a acomodar tanta gente antes de 'partir de viagem', com marionetas e atores, até à ilha do Pessegueiro, e às suas longínquas origens romanas. E foi neste modo que o festival abrandou, para hoje levar a palco duas vozes, e também duas formas muito íntimas de estar em palco. O primeiro é Jon Luz, um músico de origem cabo-verdiana que é mais conhecido por acompanhar outros, como aconteceu com Tito Paris, Sara Tavares, Vitorino e António Zambujo. Desta vez, Luz apresentar-se-á sozinho em palco provavelmente para mostrar a sua relação com a morna, música tradicional cabo-verdiana. Segue-se uma norueguesa muito hábil em estar sozinha em palco: Mari Kvien Brunvoll apareceu no jazz norueguês, mas a sua música demonstra influências várias. Terça-feira, a festa continua em lume brando com duas vozes femininas: Sílvia Pérez Cruz, nasceu na Catalunha, mas canta em castelhano, galego e português, e vai do fado ao flamenco, percorrendo os trilhos da ibéria, bem como os lugares onde chegou a influência destes países na América do Sul, e Aline Frazão, a angolana, a viver em Portugal, cuja música também nasce da intersecção entre Europa e África.

O Castelo só reabre na quarta-feira, mas até lá as propostas para encher os dias são várias: do visionamento, marcado para hoje, do documentário de Diana Andringa e Flora Gomes "As duas faces da guerra", numa iniciativa que os coloca à conversa com o rapper cabo-verdiano Chullage, e assim relembra que "Amílcar Cabral é uma arma", aos contos de Tantos Mundos, momento que espera amanhã a narração de Soledad Felozza, o tédio, esse dificilmente se instala em Sines.

Fonte: Jornal Expresso XL, disponível em <http://expresso.sapo.pt/festival-de-sines-entra-em-fase-intimista=f822073>, consultado em Setembro de 2013

FMM DE SINES GANHOU MAIS UMA LENDA

Cristina Margato, em Sines
14:53 Sábado, 27 de julho de
2013

TIGRAN HAMASYAN FICOU SOZINHO. TRILOK GURTU NÃO CHEGOU A SINES. PERDEU-SE UM ENCONTRO ENTRE DOIS MÚSICOS, MAS GANHOU-SE UM MOMENTO ÚNICO. HOJE, À PARTE DAS SURPRESAS QUE POSSAM ACONTECER, O NOME MAIS AGUARDADO É O DE FEMI KUTI



O que é que um jovem pianista faz frente a uma multidão que aspira ouvir um dos mais considerados percussionistas? Cancela o concerto ou improvisa? Na 15ª edição do Festival Músicas do Mundo (FMM) um dos grandes momentos do programa passava pelo encontro entre o pianista arménio Tigran Hamasyan e o percussionista indiano Trilok Gurtu, músico que tinha passado pelo FMM nas edições de 2006 e 2007. Trilok era uma cabeça de cartaz, uma figura tutelar de uma boa memória colectiva, num festival onde não raras vezes o público é fiel. Mas Trilok não chegou a tempo. Teve problemas na viagem e deixou Tigran Hamasyan entregue ao enorme palco do Castelo de Sines, com o seu piano.

Tigran pequenino que é (não tem mais de um metro e meio) não se encolheu. Em vez disso cresceu. Juntou ao piano um teclado, uns xilofones, uns microfones e uma bateria... Em Sines, a arte, a dificuldade e o engenho fizeram-no estrear-se frente a uma bateria, conforme explicou, ao Expresso, no final de um concerto que foi além do previsto, e que só não conquistou o direito ao encore porque já tinha ultrapassado o tempo que lhe era destinado. Primeiro, Tigran Hamasyan enrolou o corpo sobre o piano, mostrando o seu virtuosismo, conquistando o público que estava mais próximo do palco e que o seguia num silêncio meditativo; depois, improvisando, foi criando camadas de vozes, de sons, até finalmente se aventurar na bateria. Nesse segundo momento já tinha conquistado igualmente camadas e camadas de público; até a surpresa se estender aos que o avistavam do fundo do recinto. Quando o músico arménio acabou, o festival tinha ganho mais uma lenda.

Tigran Hamasyan foi, de facto, uma das grandes surpresas do FMM, na sexta-feira. No dia anterior, a revelação ficara-se a dever aos paquistaneses de Asif Ali Khan & Party que colocaram o público a cantar poemas sufistas, num palco por onde acabara de passar o grande nome que havia sido anunciado para aquela noite, Rokia Traoré.

O programa de sexta-feira, no Castelo, iniciou-se com os Gaiteiros de Lisboa, com um recinto quase completo, apesar de ser fim de tarde, seguiu para o palco da praia de Sines, onde a o reggae de Winston McAnuff se casou com o acordeão do francês Fixi, e terminou com a mega-performance-super-kitch dos muitos japoneses que compõem a Shibusa Shirazu Orchestra, que de tudo fizeram no palco, desde tocar, dançar, pintar... numa profusão de cores e numa algazarra de sons, até finalmente lançarem no ar uma espécie de lula gigante. Rachid Taha, argelino, foi também um dos músicos que regressou a Sines, na sexta-feira, no contexto de um programa comemorativo dos 15 anos do festival, para voltar a tocar as suas músicas e a dos outros (nomeadamente "Rock the Casbah" dos The Clash).

Hoje, o programa começa com Cristina Branco (18h30) e espera Femi Kuti & Positive Force (00h45), ambos com álbuns recentes. Mas também há música chinesa, do grupo DaWangGang (20h00), e tuaregue com Tamikrest (21h45). Akua Naru (23h15), que recentemente actuou no Porto, é outros dos nomes previstos para uma noite que termina na praia com Skip & Die.

Fonte: Jornal Expresso, disponível em <http://expresso.sapo.pt/fmm-de-sines-ganhou-mais-uma-lenda=f823159>, consultado em Setembro de 2013

FESTIVAL DE VERÃO: EFECTUADAS 128 DETENÇÕES POR TRÁFICO DE DROGA

BLITZ

Notícia escrita por Blitz Segunda, 26 de Agosto às 11:16

JORNAL I PUBLICOU RANKING DOS FESTIVAIS PORTUGUESES ONDE OCORRERAM MAIS DETENÇÕES LIGADAS A ESTUPEFACIENTES.



Ao longo dos festivais de verão em Portugal, este ano, a GNR fez 128 detenções ligadas ao tráfico de droga, revelou o jornal i, na sua edição de fim-de-semana.

Segundo esta notícia, o festival onde ocorreram mais detenções deste tipo foi o **Freedom Festival**, que se realizou perto de Elvas entre 13 e 18 de agosto. Neste evento, a GNR deteve 74 pessoas por tráfico de droga, nas imediações do recinto.

Quanto ao tipo de droga, no Freedom foram apreendidas cerca de 1500 gramas de **haxixe, liamba, MDMA e LSD**. De acordo com o i, a quantidade de droga recolhida em detenções, nos seis dias do Freedom, corresponde a 46,7% do total dos 3095 gramas apreendidos no conjunto dos seis festivais fiscalizados pela GNR.

Os festivais que ficaram sob a alçada da GNR, por acontecerem fora dos centros urbanos onde atua a PSP, são o **MEO Sudoeste, Músicas do Mundo de Sines, Super Bock Super Rock, Vodafone Paredes de Coura, Sumol Summer Fest e Freedom Festival**.

Em segundo lugar neste ranking, após o Freedom Festival, surge o **Meo Sudoeste**. Em cinco dias, foram detidas na Zambujeira do Mar 36 pessoas e apreendidas 683 gramas de substâncias, com destaque para cocaína (5,7 gramas) e ecstasy (99 comprimidos).

No terceiro lugar do ranking está o **Festival Músicas do Mundo de Sines**, onde se registou a única apreensão de anfetaminas destes seis eventos de música ao vivo. No festival de world music foram feitas 10 detenções e apreendidas 508 gramas de substâncias. Seguem-se o **Super Bock Super Rock**, com quatro ocorrências e 231 gramas apreendidas; o **Vodafone Paredes de Coura**, com duas detenções e 83,1 gramas, e o **Sumol Summer Fest** (26,9 gramas e também duas detenções).

Em todos os festivais, **a droga mais popular é o haxixe**, completa a mesma notícia do i.

Quanto aos eventos que se realizam em zonas urbanas, e que se encontram sob a jurisdição da PSP, os responsáveis afirmaram ao jornal que **não existem "dados alarmantes"** no que toca ao uso e tráfico de estupefacientes, no Optimus Alive e no Optimus Primavera Sound.

Fonte: Revista Blitz, disponível em <http://blitz.sapo.pt/festivais-de-verao-efetuadas-128-detencoes-por-trafico-de-droga=f88647>, consultado em Agosto de 2013

FESTIVAIS DE MÚSICA VÃO A VOTOS PARA OS PORTUGAL FESTIVAL AWARDS



23 de Setembro de 2013



Cerca de 60 festivais de música portugueses são candidatos à primeira edição do Portugal Festival Awards, prémios que pretendem reconhecer "o esforço de produção" de um evento de música, foi hoje anunciado.

Os festivais, sobretudo na área do pop, rock e músicas do mundo, serão reconhecidos em 15 categorias como capacidade de organização, cartaz, recinto, dimensão e sustentabilidade, sendo a maioria de votação aberta ao público.

Os vencedores serão anunciados a 25 de outubro, numa cerimónia na Aula Magna, em Lisboa, onde atuarão os nomeados na categoria artista revelação, acompanhados da West European Symphonic Orchestra: **Samuel Úria, Anarchicks, Noiserv, DJ Ride e Memória de Peixe.**

"Nesta primeira edição quisemos abranger quase todo o tipo de festivais, para reconhecer o esforço de produção", afirmou Rita Pires, uma das criadoras dos prémios, no anúncio dos nomeados.

Os espectadores poderão votar no melhor festival de pequena (até 5.000 pessoas/dia), média (até 15.000 pessoas/dia) e grande dimensão (mais de 15.000 pessoas/dia), no melhor festival urbano e não urbano, nas melhores casas de banho, campismo ou cabeça-de-cartaz.

Na categoria de festival de pequena dimensão estão nomeados 41 eventos, entre os quais o Milhões de Festa (Barcelos), Amplifest (Porto), Rock no Rio Sado e o OUT.FEST - Festival Internacional de Música Exploratória do Barreiro.

Nos de média dimensão foram registados 16 festivais, como o recente Caixa Alfama, dedicado ao fado, a D'bandada, no Porto, e o Festival Músicas do Mundo de Sines.

Apenas seis foram considerados para a categoria de festivais de grande dimensão: Marés Vivas (Gaia), Sudoeste (Zambujeira do Mar), Alive (Algés), Primavera Sound (Porto), Super Bock Super Rock (Sesimbra) e Paredes de Coura.

Entre os melhores cabeças-de-cartaz nomeados estão, por exemplo, Rabih Abou-Khalil e Thr Klezomatics (Festim), Chick Corea (Funchal Jazz Festival), Depeche Mode, Green Day e Kings of Leon (Optimus Alive), Blur (Optimus Primavera Sound), Filipe Pinto e Boss AC (Rock na Vila), Queens of the Stone Age, Arctic Monkeys e The Killers (Super Bock Super Rock).

Ao júri escolhido pela organização, que inclui, por exemplo, o músico Zé Pedro, o animador de rádio Álvaro Costa, os jornalistas Miguel Cadete e Ruben Obadia e a fotógrafa Rita Carmo, caberá eleger a melhor promotora, a empresa que melhor soube publicitar a sua marca, a sustentabilidade ou o contributo para o turismo.

De fora desta primeira edição do Portugal Festival Awards ficaram os festivais de música clássica e erudita, os de cariz folclórico e os que estão associados à programação de uma instituição cultural como a Fundação Calouste Gulbenkian, a Casa da Música ou o Centro Cultural de Belém.

A organização identificou quase uma centena de festivais de música em todo o Continente e Ilhas, mas aos prémios candidataram-se 63 eventos de música, alguns da mesma promotora e que, no total, dizem somar 1,2 milhões de espectadores.

Os Portugal Festival Awards (Prémios dos Festivais de Portugal) são uma iniciativa que partiu de João Dinis e Rita Pires, que criaram o projeto numa incubadora de novas empresas em Lisboa.

Os prémios serão apenas de reconhecimento e não monetários e as votações decorrem a partir de hoje em www.portugalfestivalawards.pt.

Fonte: SAPO Música, disponível em <http://musica.sapo.pt/noticias/festivais-de-musica-vaio-a-votos-para-os-portugal-festival-awards>, consultado em Setembro de 2013

FESTIVAIS PORTUGUESES DE MÚSICA VÃO SER DISTINGUIDOS COM PRÉMIO ANUAL



23 de Agosto de 2013



Os Portugal Festival Awards foram criados para distinguir os melhores festivais de música que existem em Portugal, do jazz ao rock, e os primeiros vencedores serão conhecidos em outubro, em Lisboa, revelou à agência Lusa Rita Pires, da organização. "O objetivo é premiar os festivais de música, de maior ou menor dimensão, sendo avaliados em diferentes aspetos, como a logística, a produção, a sustentabilidade, relação com o turismo, a ativação de marcas ou os melhores concertos", sublinhou. Os Portugal Festival Awards (Prémios dos Festivais de Portugal) são uma iniciativa que partiu de um consultor e de Rita Pires, que fez um curso de empreendedorismo cultural. Ambos criaram o projeto numa incubadora de novas empresas em Lisboa. "Contactámos promotores e marcas, e identificámos cerca de 90 festivais em Portugal, desde os eventos de nicho aos de maior dimensão", afirmou. Os prémios serão atribuídos em 15 categorias diferentes e haverá diferenciação entre festivais de maior ou menor dimensão e se são ou não urbanos, por exemplo. Das 15 categorias, ainda não divulgadas, nove serão votadas pelos portugueses e as restantes serão escolhidas por um grupo de especialistas na área, referiu Rita Pires. "Queremos saber, por exemplo, quais os festivais com melhor campismo ou com melhores casas de banho" e a ideia é criar, depois, "uma plataforma de 'networking' que reúna a informação sobre todos os festivais", disse. Os nomeados serão conhecidos apenas em setembro e os vencedores serão divulgados numa cerimónia em outubro, em Lisboa, onde deverá ser entregue ainda um prémio ao artista revelação deste ano. Os prémios serão apenas de reconhecimento e não monetários.

Fonte: SAPO Música, disponível em <http://musica.sapo.pt/noticias/festivais-portugueses-de-musica-vaio-ser-distinguidos-com-premio-anual>, consultado em Setembro de 2013

FESTIVAIS DE VERÃO



José Manuel Costa, 15
de Julho de 2013



Tive o privilégio de estar por perto quando começou o boom dos festivais de música – ou festivais de Verão –, nos finais dos anos 90. A organização de festivais de música é uma área onde, sem qualquer hesitação, acredito que Portugal está entre os melhores do mundo.

A evolução dos festivais de Verão foi incrível. Super Bock Super Rock, Sumol Summer Fest, Rock In Rio, Optimus Alive, Sudoeste TMN, o então Delta Tejo, Vodafone Paredes de Coura, o Mexefest... são inúmeros os festivais que, ano após ano, se tornam casos de sucesso de entretenimento, marketing, diversão, turismo.

O caso do Optimus Alive é gritante. É já um dos cinco melhores festivais da Europa, apostou em qualidade e tem tido o retorno – quer em estratégias de marketing de dezenas de empresas quer em visitantes.

O Optimus Alive é a prova que compensa investir em qualidade. Que compensa ter um conceito sólido e, aliado a este, uma incrível execução. O festival de Álvaro Covões é tudo isto: é ter um dos melhores festivais de música do mundo a minutos do dia-a-dia de um milhão de portugueses, é ter o Tejo perto e, quase sempre, uma fantástica organização: concertos a começarem a horas, feedback aos visitantes ao minuto, centenas de bandas e a sensação, a quem vai, de que está sempre algo do seu agrado a acontecer.

Destaco, nos últimos anos, o aparecimento do Optimus Primavera Sounds, no magnífico Parque da Cidade, no Porto, do Mexefest – um festival de Verão no Inverno – e do reaparecimento em grande do Vodafone Paredes de Coura.

O primeiro é uma grande ideia, ainda que óbvia. Todos os anos, milhares de portugueses desciam até Lisboa para ouvir as suas bandas favoritas. O Optimus Primavera Sounds responde a esta obsessão do Norte pela música. Aliás, bastava ir a Paredes de Coura, lá para Agosto, para perceber este amor entre a região Norte e a música.

O Paredes de Coura, agora com novo patrocinador, reganhou muito do seu passado festivaleiro. É um dos históricos festivais de música de Portugal, com um cenário natural de fazer inveja aos festivais estrangeiros. O Mexefest, ainda que tenha perdido hoje algum do seu balanço inicial, é uma boa ideia para matar as saudades da música ao vivo, no Inverno, e numa zona da cidade que merecia mais atenção.

Aqui, Portugal tem razões para se orgulhar.

Fonte: Imagens de Marca, disponível em <http://imagensdemarca.sapo.pt/entrevistas-e-opiniao/opiniao-1/festivais-de-verao-2/>, consultado em Setembro de 2013

QUE SEGURANÇA PARA OS EVENTOS?

EVENT POINT

Coronel Pimentel
Furtado, 11 de Julho de



Tal como noutras actividades da vida económica e social, em que a possibilidade de ocorrência de acidentes é elevada, parece-nos haver relativamente à organização e realização de eventos, uma epidemia oculta de acidentes, por vezes mortais, fruto da falta de profissionalismo, ou do desleixo, de quem os organiza.

Se acrescentarmos aos riscos inerentes à realização de eventos, o facto de, por definição, estes concentram muitas pessoas no mesmo local, aumentando assim o número de potenciais vítimas expostas aos riscos; estas pessoas deslocarem-se ao evento para se divertir e a segurança ser a menor das suas preocupações; a própria dinâmica das multidões provoca riscos de esmagamento, asfixia e espezinhamento, principalmente em situações de pânico; e, frequentemente, os participantes em certo tipo de eventos encontrarem-se sobre o efeito do álcool ou de substâncias psicotrópicas, então é fácil compreender o enorme potencial que os eventos têm para provocar acidentes graves.

Diversos tipos de riscos ameaçam constantemente a realização de cada evento. Os riscos de origem natural, como as tempestades, os sismos, as ondas de calor ou as vagas de frio, devem ser considerados em quase todos os tipos de eventos, pois podem afectar de forma dramática a segurança das pessoas presentes.

É raro o evento onde a tecnologia não desempenhe um papel fundamental, da iluminação ao som, ao fogo de artifício, à climatização do ambiente nos recintos cobertos, às botijas de gás dos diversos fornos. Por trás de cada uma destas tecnologias esconde-se uma série de ameaças, da electrocussão, ao incêndio, à explosão ou à intoxicação. A probabilidade de ocorrência de um acidente aumenta com a quantidade de equipamentos instalados no interior do recinto, principalmente se coabitarem tecnologias diferentes (por exemplo, água e electricidade, ou electricidade e gás), resultando a conjugação dos vários riscos em simultâneo numa maior severidade das consequências do potencial acidente.

Eventos há em que o consumo excessivo de álcool ou de drogas são uma marca distintiva. Outros em que os adeptos dos clubes vêem o evento mais como uma oportunidade para uma batalha, do que como um acontecimento desportivo. Quase todos são uma oportunidade para os bandidos de ocasião, como o carteirista ou o assaltante de automóveis, ou para os profissionais, como o vendedor de bilhetes falsos ou o traficante de droga. Alguns eventos mais mediáticos, poderão ser o alvo de grupos terroristas, de boicotes por parte de activistas mais agressivos, de greves nos transportes públicos, ou de cortes dos seus acessos. São estes alguns dos tipos de riscos sociopolíticos, a que um evento pode estar sujeito.

Também as ameaças biológicas são hoje em dia um risco a considerar. Das pandemias das diferentes estirpes de gripe aos problemas da segurança e da higiene alimentar, somos constantemente alertados para a possibilidade de eclosão de uma nova vaga epidémica que, à semelhança das que ocorreram noutras épocas históricas, poderão ceifar milhões de vidas. Ora um evento conta sempre com a participação de um elevado número de pessoas, concentradas num local durante um intervalo de tempo, condições ideais para a propagação de muitas das doenças infecto-contagiosas em causa. As probabilidades de contágio aumentam ainda mais se no evento houver disponibilização de comida, ou se as condições de higiene não forem as mais adequadas.

Nem todos os riscos têm a mesma probabilidade de ocorrência, nem resultarão nas mesmas consequências, mas todos representam uma ameaça real às pessoas.

Continuar a realizar eventos sem previamente efectuar uma análise de risco, sem implementar um plano de segurança, para fazer face aos riscos identificados, e sem dispor de um plano de emergência, testado e treinado, para fazer face aos acidentes e incidentes que, mesmo assim, se concretizem, é falta de profissionalismo, muita irresponsabilidade e, no mínimo, negligência. Não é isso que se espera de uma organização profissional e de um serviço de qualidade.

Fonte: Retirado da Revista Event Point, disponível em <http://www.eventpoint.com.pt/articles/que-seguranca-para-os-eventos>, consultado em Outubro de 2012

QUANTO VALEM OS FESTIVAIS PARA O TURISMO?

publituris.
desde 1968

23 de Setembro de 2009
às 5:23 por Fátima
Valente



Pensa-se em Festivais de Verão e assume-se à partida que são turistas low cost, que viajam, dormem e comem barato, preferindo os parques de campismo aos hotéis, os supermercados aos restaurantes, não deixando grande receita no destino. Nada mais redutor, dizem os interlocutores contactados pelo Publituris. “Há de tudo”, avança Álvaro Covões, mentor da Everything is New, que desde 2006 traz o Optimus Alive ao Passeio Marítimo de Algés e que este ano trabalhou os concertos Pop/ Rock do Programa Algarve, trazendo a Portugal nomes como Seal e Joss Stone. “No caso do Optimus Alive trabalhamos com o Parque de Campismo do Monsanto, onde todos os anos ficam mais de mil estrangeiros, entre os seis mil que anualmente vêm ao festival e que já representam 15 a 20% da venda de bilhetes. Mas também sabemos que há quem fique em hotéis. Por exemplo, há dois anos, o Hotel Solplay ficou cheio de australianos e neozelandeses muito por causa do cartaz, que nesse ano tinha muitas bandas surfistas. Estes não são os nossos principais mercados [Inglaterra e Espanha, por uma questão de proximidade], mas foram referenciados por terem ficado no mesmo hotel”, destaca, aproveitando para concluir: “De certeza que esses espectadores também aproveitaram o festival para fazer surf e conhecer as praias da região de Lisboa, além da cidade”.

O mesmo acontece com o Músicas do Mundo (FMM), festival que há 11 anos se realiza em Sines e que graças aos artigos nas revistas da especialidade, como a Songlines e Ulysse Mag, e ao ‘boca-a-boca’ tem vindo a granjear popularidade entre os estrangeiros. “Começaram a vir aos poucos. No início eram sobretudo espanhóis, mas também já vêm muitos franceses e italianos, entre outros.

Estamos a falar de um festival que nos últimos dois dias vai até aos 15 mil espectadores. Esgotam os hotéis num raio de 30 quilómetros, e recorrem ao aluguer de casas e parques de campismo”, destaca Carlos Seixas, do Festival Músicas do Mundo.

Também o Rock in Rio, apesar de mexer mais com o turismo interno, por ser um festival “urbano e familiar”, segundo Roberta Medina, da organização do mesmo, é motivo de atracção de estrangeiros e desempenha um papel importante nos city-breaks. Pedro Ribeiro, dos Hotéis Dom Pedro, um dos hotéis parceiros do evento, confirma: “Tivemos o Dom Pedro Palace cheio nos dois fins-de-semana do Rock in Rio. Vieram holandeses, ingleses e sobretudo brasileiros”. “E muitos aproveitam para estender o fim-de-semana e conhecer a cidade”, realça, dizendo-se “convencido que a realização do Rock In Rio Madrid também vai ajudar a trazer espanhóis a Lisboa” na próxima edição.

Na impossibilidade de contactar a multiplicidade de Festivais de Verão, e de forma a ter uma leitura mais precisa, o Publituris contactou o site “Festivais de Verão”. Disponível em cinco línguas (português, espanhol, inglês, francês e italiano), o site estima “que cerca de 10% dos festivaleiros são estrangeiros”, podendo haver casos em que a percentagem é bem maior (talvez o dobro), como em Paredes de Coura, pela grande procura de galegos.

Já no alojamento, o site considera que “a grande maioria dos estrangeiros acaba por acampar porque estes já vêm com pouco dinheiro”, e que “os portugueses preferem os hotéis, sobretudo os que já estão “fartos” de acampar e querem descansar e ter local para tomar um banho quente”.

Portugal, destino de música?

Apesar de Portugal ter um curto historial na organização de Festivais de Verão (o primeiro foi o Super Rock Super Bock, há 15 anos, se não contarmos com o pioneiro Vilar de Mouros), segundo os promotores, os nossos eventos não ficam atrás dos internacionais. “Temos tudo para dar certo: bom clima, gente afável e hospitaleira e eventos bem organizados e a preços bem mais baratos”, opina Covões. Mas a divulgação nos mercados estrangeiros é decisiva, a começar pela Internet e revistas de música da especialidade, como a New Musical Express para o Alive. E depois há que referir os apoios institucionais, também decisivos para uma maior atracção de estrangeiros. Neste campo, a pro-actividade do Turismo de Portugal já foi mais visível do que na actualidade, tendo feito algumas campanhas dignas de registo. Por exemplo, quando em 2005 (ainda Instituto do Turismo de Portugal), meses antes dos MTV Europe Music Awards 2005, em Lisboa (Pavilhão Atlântico, dia 3 de Novembro), trouxe a Portugal alguma imprensa e televisões estrangeiras (Polónia, França, Espanha, etc), conseguindo várias reportagens sobre o destino. E há três anos, quando lançou a campanha “Portugal Destino de Música”, e levou as várias promotoras a promoverem os seus Festivais de Verão em Espanha. Nessa altura, o micro-site “Destino Música” gerou resultados muito positivos em número de visitas.

“As pessoas iam ao site à procura de informação”, recorda Álvaro Covões, um dos promotores envolvidos. Sem comentar a decisão do fim das campanhas, e aproveitando para referir que o TP “tem estado atento e feito algum trabalho nesta área, como o Algarve, por exemplo”, o mentor da Everything is New observa que “o ideal é haver mais apoios para fazer divulgação no estrangeiro”. “A diferença entre Lisboa e Londres, por exemplo, é que eles têm publicidade aos espectáculos nos autocarros”, frisa.

Já Roberta Medina, do Rock in Rio Lisboa, chama a atenção para a base do problema: “É importante ter um calendário de eventos regular e divulgá-lo atempadamente para que as pessoas se habituem a vir cá e para que os hotéis e restaurantes tenham mais clientes”, já que os eventos são “um dos elementos que move o turismo de uma cidade”. A mesma opinião é partilhada por Pedro Ribeiro, pois “embora se note sempre um maior movimento na cidade [Lisboa] sempre que há um festival ou concerto, não tem comparação com um mundial de atletismo ou um campeonato de natação”. É por isso que este hoteleiro defende uma “maior promoção da ATL e do Turismo de Portugal”.

Neste aspecto, Álvaro Covões lembra que os Festivais de Verão são apenas uma pequena parcela do turismo cultural, segmento vasto, que engloba as várias artes e espectáculos. “A programação cultural é decisiva para enriquecer um destino. E o Algarve é a prova disso. Por alguma razão há jornais ingleses que nos meses de Julho e Agosto vendem oito mil exemplares diários no Algarve.

Isto quer dizer que vêm muitos estrangeiros e que temos de começar a criar vários produtos culturais”, salienta.

De-fendendo que turismo cultural é “mais do que pastéis de Belém e Mosteiro dos Jerónimos”, ou seja, gastronomia e monumentos, Co-vões lembra que as pessoas quando viajam procuram, cada vez mais, a componente cultural e de animação de um destino. “Os portugueses também fazem isso. Quando vamos a Amsterdão, vamos ao Museu Van Gogh mas também procuramos saber que espectáculo é que há na cidade”. E observa que Portugal pode fazer mais neste segmento, apesar do grande salto dado com a Lisboa 94 e o Porto 2001: “Lisboa tem melhores salas de espectáculos do que Madrid por exemplo, mas não tem ainda um circuito cultural de espectáculos como as demais cidades europeias”.

Vendas em operador

O sucesso das organizações tem também levado os operadores a interessar-se cada vez mais pelo mundo do espectáculo. Resultado? As empresas de ticketing são sem dúvida o maior canal de vendas dos festivais e concertos, mas a intermediação pelos operadores está a crescer. A Everything is New trabalha com um operador da Galiza, que vende bilhetes, organiza excursões e faz a divulgação dos espectáculos da promotora em Portugal. Além disso, este ano estabeleceu um acordo com a TUI para vender o Optimus Alive em três mercados: espanhol, alemão e inglês (onde opera através da Thomson). “Correu muito bem. Em Espanha, o Alive estava entre os cinco eventos internacionais mais procurados no site da Tui. Actualmente, a Everything is New está em negociações com a Junta de Turismo da Extremadura para um protocolo de divulgação e venda de bilhetes nas cidades desta comunidade espanhola. “Há a questão da proximidade. Tal como a Galiza é um mercado forte, temos de pensar que Badajoz está mais perto de Lisboa do que Faro ou o Porto, e que é mais perto da capital portuguesa do que Madrid”, ressalva, destacando que a Extremadura é um mercado com um potencial de quatro milhões de pessoas. Mas salvo raras excepções, nos festivais, as pessoas estão muito mais habituadas a organizar a sua própria viagem do que a viajar em pacote.

Além disso, há ainda questões a afinar, no que respeita aos calendários. “Os timings são diferentes. No caso do Pop Rock, os pacotes, como muitas vezes são feitos com um ano de antecedência, não casam com os festivais e concertos que são definidos entre seis a quatro meses antes. O mesmo acontece quando vamos a festivais a Londres. Há pacotes para ver musicais mas não há pacotes para ver a Madonna”, observa Álvaro Covões. Já a organização do Rock in Rio, está a tentar uma parceria com uma agência, cujo nome ainda está no segredo dos deuses, para a criação de pacotes em autocarros. “O objectivo é alargar a rede de oferta que já está disponível através da CP, já que não há comboios de todas as cidades do país”, concretiza Roberta Medina.

O Publituris tentou falar com o Turismo de Portugal, Turismo de Lisboa e Música no Coração mas até à data de fecho de edição não obteve resposta.

Sugestões

Como fazer dinheiro com os festivais?



O envolvimento dos empresários que trabalham o turismo é uma das reivindicações comuns a Covões e Medina. Ambos sublinham o papel pró-activo dos hotéis, restaurantes, museus, etc, na divulgação dos eventos, de forma a poderem tirar contrapartidas. “Não podem esperar tudo do Governo e dos promotores; também têm de desenvolver um trabalho de divulgação. Podem aproveitar as datas para fazer promoções e ofertas especiais”, diz a responsável do Rock In Rio. Também na senda do não ficar à espera dos outros, Álvaro Covões lembra que há pequenas medidas que podem ajudar a vender um destino pela música. “Somos um país de 10 milhões, mas esquecemo-nos que somos visitados por 11 milhões de turistas. Impressiona-me, por exemplo, o facto de nos nossos aeroportos vendermos marcas estrangeiras de tabaco, álcool e perfumes e não apostarmos nos produtos portugueses, à excepção dos vinhos. Também podíamos vender a nossa música; o fado por exemplo. O turista gosta de comprar a música local mas para isso é preciso haver discos à venda nos aeroportos”, declara.

Fonte: Retirado do Jornal de Turismo Plubituris, disponível em <http://www.publitoris.pt/2009/09/23/quanto-valem-os-festivais-para-o-turismo/>, consultado em

Novembro de 2012

FESTIVAL MÚSICAS DO MUNDO DE SINES COMBINA «NOVOS TALENTOS» E «DIAS FELIZES»



LUSA, 17 de Julho de
2013



O Festival Músicas do Mundo de Sines, um “sobrevivente de serviço público” que regressa quinta-feira, apresenta uma combinação, neste ano, entre “novos talentos” e “a memória dos dias felizes”, diz o diretor Carlos Seixas.

Entre os “festivais de serviço público”, o Festival Músicas do Mundo (FMM) “é um sobrevivente” e “15 anos é uma idade a considerar”, destaca à Lusa o fundador, sem esconder que, “naturalmente”, a edição de 2013 foi difícil de pôr de pé.

“Embora a sustentabilidade de um serviço público cultural seja sempre um problema”, o FMM tem sido resiliente, por vários fatores, entre os quais a natureza de Sines, “porto milenar habituado” a que “os oceanos sejam estradas e não barreiras”, assinala Carlos Seixas. O compromisso da autarquia, que organiza o festival, e o “extraordinário” envolvimento da comunidade explicam o resto.

As dificuldades não impediram a “maior edição de sempre”, com 43 concertos em nove dias (18 a 27 de julho), que pretende ser “comemorativa” de 15 anos “de cruzamentos artísticos e da dissipação de fronteiras entre o erudito e o popular”.

A Sines vão regressar “alguns dos responsáveis por grandes concertos das últimas edições” do evento dedicado à 'world music'. Carlos Seixas nomeia alguns: Amadou&Mariam (Mali, quinta), Hermeto Pascoal (Brasil, sábado), Rokia Traoré (Mali, dia 25), Rachid Taha (Argélia/França, dia 26), Trilok Gurtu&Tigran Hamasyan (Índia/Arménia, dia 26); Femi Kuti&The Positive Force (Nigéria, dia 27).

Mas não se trata apenas de oferecer um ‘best of’ das três centenas de concertos acolhidos desde 1999, “também é continuidade na descoberta de novos projetos”, porque “o espírito” é “aventurar-se por mares desconhecidos”, realça Seixas.

Entre os estreantes estão Lo'Jo (França, sexta), considerado o melhor grupo pelos prémios Songlines 2013; Baloji (República Democrática do Congo/Bélgica, sexta); Asif Ali Khan&Party (Paquistão, dia 25); Shibusa Shirazu Orchestra (Japão, dia 26); Dawanggang (China, dia 27); e Tamikrest (Mali, dia 27).

Um quarto dos concertos desta edição é de origem nacional, com estreantes como Celina da Piedade (sexta, 18:30) e JP Simões (sábado, 21:30), a que se juntam lusófonos como Aline Frazão (Angola) e Jon Luz (Cabo Verde).

Custódio Castelo inaugurará o programa, na quinta, às 18:30, no Castelo de Sines, local que acolherá, na madrugada do mesmo dia, os brasileiros Cabruêra.

Os Batida, que juntam músicos de Portugal e Angola, vão regressar a Sines no sábado, às 02:00, para animar o palco da Avenida da Praia; os portugueses O Carro de Fogo de Sei Miguel farão o mesmo no dia 24, a partir das 02:45, precedidos, no Castelo, por outro três nomes lusófonos: Orquestra Locomotiva (Portugal, 18:30), MU (Portugal, 20:00) e Tcheka (Cabo Verde, 21:45).

Imidiwan, grupo de portugueses apaixonados pelo Mali, tocam no dia 25, às 20:00, a que se seguirá, às 21:45, uma atuação do músico de jazz português Carlos Bica. Os Gaiteiros de Lisboa regressam a Sines no dia 26, às 18:30, dando lugar a Cristina Branco, no dia seguinte, à mesma hora.

O número de espetadores que se desloca à cidade alentejana para assistir aos encontros “entre Norte e Sul, Oriente e Ocidente” tem disparado, dos sete mil da primeira edição para os 80 a 90 mil do ano passado.

No ano passado, o local onde se realizaram os concertos mais tardios revelou-se “pequeno para tanta gente” e, por isso, os mais resistentes voltarão a acabar as noites na avenida marginal, com a baía ali mesmo ao lado.

Fonte: Retirado do Sapo Música, disponível em <http://musica.sapo.pt/noticias/concertos/festival-musicas-do-mundo-de-sines-combina-novos-talentos-e-dias-felizes>, consultado em Novembro de

2013

Anexo II – Prémios e Nomeações do *Festival Músicas do Mundo*

Prémios:

**VEJA AQUI OS VENCEDORES DOS PRÉMIOS
TURISMO DO ALENTEJO 2012**

publituris
desde 1968

21 de Janeiro de 2013 às 9:56
por Tiago da Cunha Esteves



A Turismo do Alentejo revelou este sábado, no Fluviário de Mora, os vencedores dos prémios Turismo do Alentejo 2012, numa cerimónia que contou com a presença de inúmeros parceiros, entre públicos e privados.

Dos 57 projectos a concurso, o júri decidiu atribuir as seguintes distinções aos candidatos às sete categorias a concurso:

Melhor Evento:

Festival Músicas do Mundo – Prémio

Festas do Povo de Campo Maior – Menção Honrosa

Festa do Castanheiro e Feira da Castanha – Menção Honrosa

Festival do Crato – Feira de Artesanato e Gastronomia – Menção Honrosa

Fonte: Retirado do Jornal de Turismo Plubituris, disponível em <http://www.publituris.pt/2013/01/21/veja-aqui-os-vencedores-dos-premios-turismo-do-alentejo-2012/>, consultado em Março de 2013

FMM SINES, UM DOS MELHORES FESTIVAIS INTERNACIONAIS DE “WORLD MUSIC” PARA A REVISTA SONGLINES

SONGLINES
MAGAZINE



A revista britânica Songlines, publicação de referência na área da “world music”, escolheu o FMM Sines – Festival Músicas do Mundo como um dos melhores festivais internacionais do género em 2012.

Depois de 2010 e 2011, é a terceira vez consecutiva que a Songlines integra o festival de Sines na sua escolha de 25 festivais internacionais de “world music” realizados no mundo.

O FMM Sines é o único festival português e ibérico escolhido pela equipa editorial da revista e um entre apenas 12 festivais europeus fora do Reino Unido, que é objeto de uma seleção à parte.

Fonte: Retirado do site oficial do FMM, disponível em <http://fmm.com.pt/2012/04/11/fmm-sines-um-dos-melhores-festivais-internacionais-de-world-music-para-a-revista-songlines/>, consultado em Março de

2013

O *Festival Músicas do Mundo* esteve nomeado para 3 categorias no Portugal Festival Awards, no entanto não venceu em nenhuma.

Melhor Cartaz:

- FMM Sines
- MEO Marés Vivas
- Optimus Alive
- Optimus Primavera Sound
- Super Bock Super Rock
- Vodafone Paredes de Coura

Melhor Festival de Média Dimensão:

- Noites Ritual
- EDP Cool Jazz
- Sumol Summer Fest
- Festival Secundário
- Musa Cascais
- Festival do Crato
- Bom Sucesso Summer Fest
- Festival Praia das Paredes
- Festival Caixa Alfama
- Neo Pop
- Madeira Island Summer Opening
- Vodafone Mexefest
- Monte verde Festival
- Optimus d'Bandada
- FMM Sines
- Sons do Mar TMN

Melhor Festival Urbano:

- FMM Sines
- Amplifest
- Rock with Benefits
- Madeira Island Summer Opening
- Optimus Primavera Sound
- Festival Azure
- Musa Cascais
- Rock no Rio Sado
- Noites Ritual
- Misty Fest
- 20 XX Vinte
- Festival Rock n'a Vila
- Vodafone Mexefest
- Funchal Jazz Festival
- Neo Pop
- Meo Out Jazz
- Meo Marés Vivas
- Vibe
- EDP Cool Jazz
- Festival Vicious Hip Hop
- Optimus Alive
- Fusing
- Bracara Extreme Fest
- Santa Maria Summer Fest
- Festival de Música Alternativa de Bragança
- Out.Fest
- Milhões de Festa
- Festival Caixa Alfama
- Festim

Anexo III– Evolução do *Festival Músicas do Mundo*

Ano	Data	Palcos	Espectadores
1999	13 a 15 de Agosto	Castelo de Sines	7000
2000	27 a 29 de Agosto	Castelo de Sines	8000
2001	26 a 28 de Julho	Castelo de Sines	10 000
2002	25 a 27 de Julho	Castelo de Sines	15 000
2003	24 a 26 de Julho	Castelo de Sines	20 000
2004	29 a 31 de Julho	Castelo de Sines, Capela da Misericórdia e Avenida da Praia	24 000
2005	28 a 30 de Julho (3 dias)	Castelo de Sines, Capela da Misericórdia e Av. Praia, Porto Covo	27 000
2006	21 a 29 de Julho (9 dias)	Castelo de Sines, Av. Praia, Centro de Artes de Sines, Porto Covo	50 000
2007	20 a 28 de Julho (9 dias)	Castelo de Sines, Av. Praia, Centro de Artes de Sines, Porto Covo	75 000 – 80 000
2008	17 a 26 de Julho (10 dias)	Castelo de Sines, Av. Praia, Centro de Artes de Sines, Porto Covo	85 000-90 000
2009	17 a 25 de Julho (9 dias)	Castelo de Sines, Av. Praia, Centro de Artes de Sines, Porto Covo	87 000
2010	28 a 31 de Julho (4 dias)	Castelo de Sines, Av. Vasco da Gama e Centro de Artes	85 000-90 000
2011	22 a 30 de Julho (9 dias)	Castelo de Sines, Av. Vasco da Gama, Centro de Artes e Capela da Misericórdia	80 000-90 000
2012	19 a 28 de Julho (10 dias)	Castelo de Sines, Pontal, Centro de Artes e Capela da Misericórdia	80000-90000
2013	18 a 27 de Julho (10 dias)	Castelo de Sines, Avenida Vasco da Gama, Centro de Artes e Capela da Misericórdia	100 000

Anexo IV – Mapa do FMM



Fonte: Mapa retirado do *website* oficial do FMM

Anexo V – *Press Kit* do FMM





Anexo VI Modelo de Questionário - Versão Portuguesa

Questionário



Estudo sobre a comunicação como factor de segurança em eventos

O presente questionário é da responsabilidade de Sofia Catarino, no âmbito do Mestrado de Turismo, ramo de Gestão Estratégica de Eventos, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. O seu contributo é importante para averiguar as condições de segurança presentes no *Festival Músicas do Mundo*. Assim, solicito a sua maior atenção e sinceridade na resposta às questões. De referir, o anonimato e a confidencialidade do questionário.

O questionário tem uma duração máxima de 5 minutos. Muito obrigado pela sua cooperação!

I Perfil do Festivaleiro

1. Género (Assinale com um X)

Feminino Masculino

2. Faixa Etária (Assinale com um X)

=< 14 15 a 20 21 a 25
 26 a 30 31 a 35 > 35

3. Profissão (Assinale com um X)

Profissão	X
Empregada por conta de outrem	
Empresário	
Profissional Liberal	
Estudante	
Outra situação	
Qual: _____	

4. Escolarização (Assinale com um X)

1º Ciclo (4ºano)	2º Ciclo (6ºano)	3º Ciclo (9ºano)	Ensino Secundário	Ensino Pós- Secundário	Licenciatura	Mestrado	Doutoramento

5. Reside em Portugal? (Assinale com um X)

Sim

Não

Se respondeu SIM, avance para a pergunta 6. no entanto se respondeu NÃO passe para a pergunta 7.

6. Se respondeu SIM, em que concelho reside? _____

7. Se respondeu Não, qual o país de residência? _____

8. Caso não resida em Sines e tenha a necessidade de pernoitar no local, com o intuito de assistir ao festival, que tipo de alojamento mais utiliza (Assinale com um X uma das opção)

Alojamentos	Escolha um tipo de alojamento (X)
Hotéis	
Hotéis-apartamento	
Pensões	
Estalagens	
Motéis	
Pousadas	
Aldeamentos Turísticos	
Parque de Campismo	
Turismo de Habitação	
Turismo em Espaço Rural	
Casas de Familiares e Amigos	
Outro: _____	

9. Motivação:

- Festival Férias Vem tocar no Festival
 Residente em Sines Trabalha no Festival Fim de semana

II Experiência enquanto espectador

1. Como tomou conhecimento do festival?

- Internet Imprensa Outro
 Televisão Amigos/ Familiares Qual: _____

2. Como se deslocou até ao festival?

- Viatura Própria Comboio Qual: _____
 Autocarro Outro

2.1 Se a deslocação foi em viatura própria, o que achou relativamente ao estacionamento? (Se não se deslocou em viatura própria avance para a questão 3)

2.1.1. Quanto à capacidade:

- Suficiente Insuficiente

2.1.2. Quanto à sinalização:

- Bem sinalizado Mal sinalizado

2.1.3. Quanto à iluminação:

- Bem iluminado Mal iluminado

2.1.4. Quanto à segurança:

- Seguro Não seguro

3. Já esteve presente em edições passadas do festival?

- Sim Não

3.1. Se respondeu SIM à pergunta anterior, recorda-se de algum episódio em que ocorreu uma sobrelotação do espaço, ou em que o público estivesse demasiado apertado? (Caso a sua resposta seja NÃO avance para a questão 4)

Sim Não

Descrição / Pormenores do episódio: _____

4. Acha que a sinalização do evento é adequada (WC's, entradas e saídas, palcos, restauração, etc.)?

Sim Não

4.1. No caso de ter respondido NÃO na pergunta anterior a qual destas alternativas recorreria?

Funcionários do evento Plataformas online Outro
 Postos de informação Outras pessoas Qual: _____

5. Tomou conhecimento das regras de segurança do evento?

Sim Não

5.1. Em caso de ter respondido SIM à pergunta anterior, tomou conhecimento através:

Internet Ecrãs do evento Outro
 Media (Rádio e Tv) Sistema de altifalante Qual: _____
 Bilhetes Outras pessoas

6. Acha que o comportamento do artista em palco influencia o comportamento do público?

Sim Não

6.1. Se SIM, de que forma?

7. Qual é a sua opinião relativamente aos comportamentos levados a cabo pelo público e pelo artista como o moshing¹, crowd surfing² ou o stage diving³? (Assinale com um X 3 opções)

- Positivo Vital Divertido Excitante Sociável Indiferente
 Negativo Perigoso Antisocial Intimidante Devia ser proibido

8. Refira dois aspectos positivos que marcaram a segurança do evento.

9. Refira dois aspectos negativos que marcaram a segurança do evento.

10. Classifique de 1 a 10 o evento em questões de segurança, tendo em conta que 1 equivale a um evento muito inseguro e 10 a um evento completamente seguro. (Assinale com um X)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

11. Qual a sua opinião sobre o evento?

¹Ritual de dança em que as pessoas chocam umas contra as outras; também utilizado para designar de forma genérica as outras actividades que se seguem

² Quando um indivíduo é levantado acima das cabeças do público, pelos membros desse mesmo público, e é transportada até ao palco, geralmente para em seguida efectuar o *stage diving*

³ Consiste no mergulho do artista, ou de um elemento do público, mergulhar do palco para cima do público; o objectivo é ser suportado pelo público, o que nem sempre acontece

Anexo VII Modelo de Questionário - Versão Inglesa

Survey



Study about communication for safety in events

This survey was developed by Sofia Catarino for the Master Degree in Tourism, specialization on Strategic Management of Events, in Escola Superior de Hotelaria e Turismo Estoril. Your contribution is very important to perceive the conditions existent in *Festival Músicas do Mundo*. Thus, your sincerity in answering this questionnaire is very important as well as your best attention to it. Your answers are confidential and anonymous.

It takes **5 minutes** maximum to complete.

Thank you very much for your cooperation!

1 Audience Profile

1. Gender (X)

Female

Male

2. Age Group (X)

=< 14

15 - 20

21 - 25

26 - 30

31 - 35

> 35

3. Employment (X)

Employment	X
Employee	
Entrepreneur	
Self-employed	
Student	
Another Situation Which: _____	

4. Level of Education (X)

Primary School	Middle School	High School	Graduate Degree	Master Degree	PhD

5. Do you live in Portugal? (X)

Yes

No

If you answered YES, indicate the municipality and don't answer question 7. If you answered NO go to question 7.

6. If you answered YES: in which Municipality? _____

7. If you answered NO: in what Country do you live? _____

8. If you don't live in Sines and you need to sleep in the festival, what is the type of accommodation which you use the most (choose only one option)? (If you are a resident or an excursionist don't answer). (X)

Accomodation	Choose only one option (X)
Hotels	
Aparthotels	
Pensions	
Inns	
Motels	
Hostels and Backpackers	
Tourist Villages	
Camping Park	
Guest Houses	
Rural Tourism	
Visiting Friends and Relatives	
Other: _____	

II Festival Experience

1. How did you know about this festival?

- Internet Press Other
 TV Friends/ Family Which: _____

2. What means of transportation did you use?

- Own vehicle Train Which: _____
 Bus Other

2.1 If you chose the first option in the previous answer, what did you think about the parking facilities?

2.1.1 Capacity:

- Enough Not Enough

2.1.2 Signage:

- Properly signaled Not properly signaled

2.1.3 Lighting:

- Well-lighted Dimly lighted

2.1.4 Security and safety of parking:

- Safe Unsafe

3. Have you attended on this festival before?

- Yes No

3.1 If you answered YES to the previous question, do you remember any occurrence of overcrowding?

- Yes No

Description of the episode: _____

4. What do you think about the signage of the event, is that suitable? (WCs, meeting points, entrances and exits, stages, F&B, etc.)?

Yes No

4.1. In case you have answered NO to the previous question, how would you get the necessary info?

Staff Online platforms Other
 Information booths Other people Which : _____

5. Were you acquainted with the event's safety rules?

Yes No

5.1. In case you have answered YES to the previous question, where do you take notice?

Internet Videos Screens Other
 Media (Radio and Tv) PA System (loudspeaker) Which: _____
 Tickets Other people

6. Do you think that the artists' behaviour on stage influenced the public's behaviour?

Yes No

6.1. If YES, on which way?

7. What is your perception of moshing¹, crowd surfing² or stage diving³ at the festivals? (Choose only 3 options)

- Positive Vital Fun Exciting Sociable Indifferent
 Negative Antisocial Intimidating Should be banned

8. Refer two positive aspects that marked the security of the event.

9. Refer two negative aspects that marked the security of the event.

10. Rate the event from 1 to 10 in terms of security issues, taking into account that 1 is equivalent to very unsafe and 10 to quite safe

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

11. What is your opinion about the festival?

¹ Moshing is therefore a dance ritual during which people literally slam into each other, although it appears to be a violent action it is not intended to be.

²Stage diving is exactly what the term implies. It is the act of a performer or a member of the audience diving from the stage into the crowd. The intention is then that the crowd will support that person above their heads while they crowd surf.

³ Crowd surfing is one of these activities, and it involves crowd members lifting an individual above the crowd so that the person can roll or swim their body over the heads of the crowd. Normally a surfer will move toward the stage with the intention of climbing onto the stage to stage dive.

VIII Classificação das Variáveis

Secção	Variáveis	Codificação Questionário PT	Tipo
I	Género	1: Feminino 2: Masculino	Qualitativa dicotómica
	Faixa Etária	1: <ou igual a 14 2: 15-20 3: 21-25 4: 26-30 5: 31-35 6: >35	Qualitativa ordinal
	Profissão	1: Empregado por conta de outrem 2: Empresário 3: Profissional liberal 4: Estudante 5: Reformado 6: Desempregado 7: Voluntário	Qualitativa nominal
	Escolarização	1: 1º ciclo (4º ano) 2: 2º ciclo (6º ano) 3: 3º ciclo (9º ano) 4: Ensino secundário 5: Ensino Pós-Secundário 6: Licenciatura 7: Mestrado 8: Doutoramento	Qualitativa ordinal
	Residência Portuguesa	1: Sim 0: Não	Qualitativa dicotómica
	Concelho de Residência	1: Sines 2: Odemira 3: Cascais 4: Oeiras 5: Sintra 6: Beja 7: Viseu	Qualitativa nominal

		<ul style="list-style-type: none"> 8: Lisboa 9: Almada 10: Covilhã 11: Portimão 12: Barreiro 13: Sesimbra 14: Palmela 15: Tomar 16: Évora 17: Santiago do Cacém 18: Coimbra 19: Gondomar 20: Loures 21: Lagos 22: Porto 23: Castro Verde 24: Matosinhos 25: Vila Franca de Xira 26: Torres Vedras 27: Abrantes 	
	País de Residência	<ul style="list-style-type: none"> 1: Portugal 2: Espanha 3: Inglaterra 4: Holanda 5: Cabo Verde 6: França 7: Itália 8: Alemanha 9: Bélgica 	Qualitativa nominal
	Alojamento escolhido	<ul style="list-style-type: none"> 1: Hotéis 2: Hotéis-apartamento 3: Pensões 4: Estalagens 5: Motéis 6: Pousadas 7: Aldeamentos Turísticos 8: Parques de Campismo 9: Turismo de Habitação 10: Turismo em Espaço Rural 	Qualitativa nominal

		<ul style="list-style-type: none"> 11: Casas de Familiares e Amigos 12: “Campismo Selvagem” 13: Escola EB1 14: Parque de campismo “ambulante” - “Sleep’ Em’ All” 15: Zona de campismo disponibilizada pelo festival 16: Não pernoita 	
	Motivo da presença no Festival	<ul style="list-style-type: none"> 1: Festival 2: Residente em Sines 3: Férias 4: Trabalha no festival 5: Vem tocar no festival 6: Fim-de-semana 	Qualitativa nominal
	Conhecimento do Festival	<ul style="list-style-type: none"> 1: Internet 2: Televisão 3: Imprensa 4: Amigos/ Familiares 5: Professores 6: Já se encontrava em Sines quando tomei conhecimento do festival 7: Residente na área e por isso sabe da existência do festival 8: Estava de passagem pelo local quando soube do festival 9: Unidades de alojamento 10: Internet e amigos 11: Imprensa e amigos 12: Televisão e amigos 13: As quatro opções 	Qualitativa nominal
	Deslocação para o Festival	<ul style="list-style-type: none"> 1: Viatura Própria 2: Autocarro 3: Comboio 4: Avião 5: Pé 6: Boleia 7: Avião e Carro 	Qualitativa nominal
	Capacidade do estacionamento	<ul style="list-style-type: none"> 1: Suficiente 0: Insuficiente 	Qualitativa dicotómica

Sinalização do estacionamento	1: Bem sinalizado 0: Mal sinalizado	Qualitativa dicotómica
Iluminação do estacionamento	1: Bem iluminado 0: Mal iluminado	Qualitativa dicotómica
Segurança do estacionamento	1: Seguro 0: Não seguro	Qualitativa dicotómica
Presença em edições passadas	1: Sim 0: Não	Qualitativa dicotómica
Sobrelocação do Espaço	1: Sim 0: Não	Qualitativa dicotómica
Adequação da sinalética do evento	1: Sim 0: Não	Qualitativa dicotómica
Elementos aos quais recorreria se a sinalética não fosse adequada	1: Funcionários do Evento 2: Postos de Informação 3: Plataformas <i>Online</i> 4: Outras Pessoas 5: Funcionários do evento e postos de informação 6: Funcionários do evento e outras pessoas 7: Quatro primeiras opções 8: Funcionários do evento, postos de informação e outras pessoas	Qualitativa nominal
Conhecimento das Regras de Segurança	1: Sim 0: Não	Qualitativa dicotómica
Ferramentas através das quais tomou conhecimento das regras de segurança	1: Internet 2: <i>Media</i> (TV e Rádio) 3: Bilhetes 4: Ecrãs do evento 5: Sistema de Altifalante 6: Outras Pessoas 7: Professores 8: Polícia 9: Organização 10: Folhetos 11: Através da GNR 12: Placar à entrada 13: Protecção Civil	Qualitativa ordinal

II	Influência do artista no comportamento do público	<p>1: Sim</p> <p>0: Não</p>	Qualitativa dicotómica
	Influência do artista reflecte-se através:	<p>1: Energia que o artista transmite ao seu público, bem como através da sua forma de ser e estar, assim como a mensagem que este pretende passar através da letra das suas músicas</p> <p>2: O público tem tendência a imitar o artista - Se ele estiver com uma postura mais positiva e descontraída o público reage da mesma forma, mas se em contrapartida ele adoptar uma postura mais violenta, o público pode tornar-se mais agressivo</p> <p>3: Influenciam-se mutuamente</p> <p>4: Música é comunicação e interacção com o público</p> <p>5: Conscientização para alguns assuntos do dia-a-dia (controlo de massas)</p> <p>6: Existe uma ligação entre artista e espectador</p>	Qualitativa ordinal
	Opinião relativamente aos comportamentos levados a cabo pelo público (<i>moshing; crowd surfing e stage diving</i>)	<p>1: Positivo</p> <p>2: Negativo</p> <p>3: Vital</p> <p>4: Perigoso</p> <p>5: Divertido</p> <p>6: Anti-social</p> <p>7: Excitante</p> <p>8: Intimidante</p> <p>9: Sociável</p> <p>10: Devia ser Proibido</p> <p>11: Indiferente</p>	Qualitativa ordinal
	Dois aspectos positivos que marcaram a segurança do evento	<p>1: Presença de agentes da autoridade no interior e exterior do recinto</p> <p>2: Revistas à entrada do recinto</p> <p>3: Sinalização e iluminação do recinto</p> <p>4: Localização e escolha do recinto</p> <p>5: Pacifismo do público e filosofia do festival - "legalize"</p> <p>6: Serem confiscados objectos cortantes e de vidro à entrada</p> <p>7: Utilização de bilhetes com códigos de barras - controlo de acessos</p> <p>8: Não sobrelotação do espaço</p> <p>9: <i>Staff</i> do evento</p> <p>10: Detenção por posse de estupefacientes</p> <p>11: Voluntários do evento</p> <p>12: Presença dos BVS e INEM</p>	

		<p>13: Existência de segurança na área de campismo reservada para o festival</p> <p>14: Diversidade de faixa etária, o que pode funcionar como uma forma de equilibrar o público no festival</p> <p>15: Boas acessibilidades para o local</p> <p>16: O facto do evento se realizar em pontos da cidade</p>	
<p>Dois aspectos negativos que marcaram a segurança do evento</p>		<p>1: Pouca segurança na frente de palco</p> <p>2: Pouca presença de agentes da autoridade no interior/ exterior do recinto</p> <p>3: Consumo de drogas no interior do recinto</p> <p>4: Concentração excessiva de agentes da autoridade - Excesso de zelo</p> <p>5: A revista por parte das autoridades só acontece nos concertos pagos, sendo que não existe policiamento nos eventos de livre acesso</p> <p>6: Má sinalização e falta de iluminação</p> <p>7: Pouco estacionamento e mal sinalizado</p> <p>8: Nada a apontar em termos de segurança no evento</p> <p>9: A revista à entrada não é realizada de forma eficaz e por vezes deixam passar objectos cortantes e de vidro e droga</p> <p>10: Sobrelotação do recinto</p> <p>11: Assaltos e furtos</p> <p>12: Ausência de meios de combate a incêndio</p> <p>13: A existência de indivíduos que não sabem estar no evento</p> <p>14: Polícia por vezes com uma postura mais violenta</p> <p>15: Fraca presença de agentes da autoridade nas zonas anexas ao festival - zona de campismo disponibilizada para o festival</p> <p>16: Falta de transportes públicos</p> <p>17: O recinto do evento é coberto por erva seca, isto aliado ao facto de não existirem um local onde colocar os cigarros pode conduzir a um incêndio</p> <p>18: Durante os concertos, apenas uma das portas do castelo se encontra aberta, isto pode constituir um risco em caso de uma eventualidade acontecer</p> <p>19: Quando terminam os concertos a polícia e a organização tenta libertar o recinto o mais rapidamente possível, por vezes levando a situações de congestionamento na saída</p> <p>20: Dimensão das portas insuficiente em caso de emergência face à lotação do recinto</p>	<p>Qualitativa ordinal</p>

	<p>Avaliação do Evento em questões de Segurança</p>	<p>1: Muito pouco seguro</p> <p>2:</p> <p>3:</p> <p>4:</p> <p>5:</p> <p>6:</p> <p>7:</p> <p>8:</p> <p>9:</p> <p>10: Muito seguro</p>	<p>Qualitativa ordinal</p>
	<p>Opinião relativamente ao evento</p>	<p>1: Evento com uma temática muito interessante, diferente e com uma programação muito apelativa</p> <p>2: Destinado às várias gerações</p> <p>3: É um encontro de culturas e uma fusão de géneros musicais</p> <p>4: É um evento fantástico e divertido que espero que se realize por muitos mais anos</p> <p>5: Evento agradável, caracterizado por uma atmosfera envolvente e um enorme espírito de convívio e interajuda</p> <p>6: Não faz muito o meu género de música</p> <p>7: Preços acessíveis</p> <p>8: Melhor festival de música em Portugal</p> <p>9: É um evento que trás muitas pessoas até Sines, para além da notoriedade que dá à região</p>	<p>Qualitativa ordinal</p>

IX Gráficos

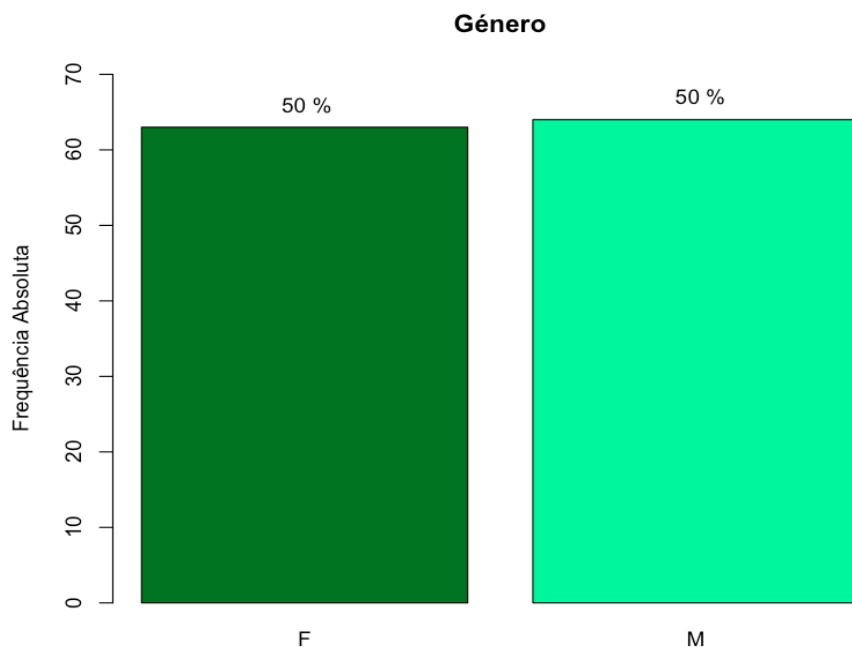


Gráfico 3 – Género

Fonte: Gráfico construído segundo a aplicação e análise de inquéritos no festival (GCSAAIF)

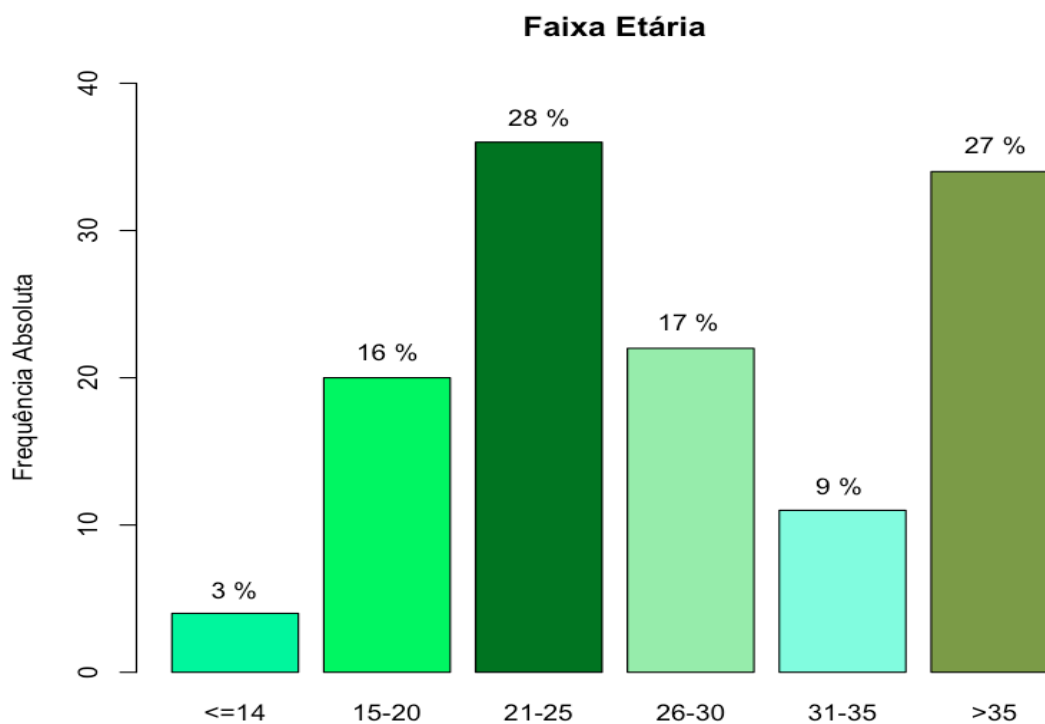


Gráfico 4 - Faixa Etária

Fonte: GCSAAIF

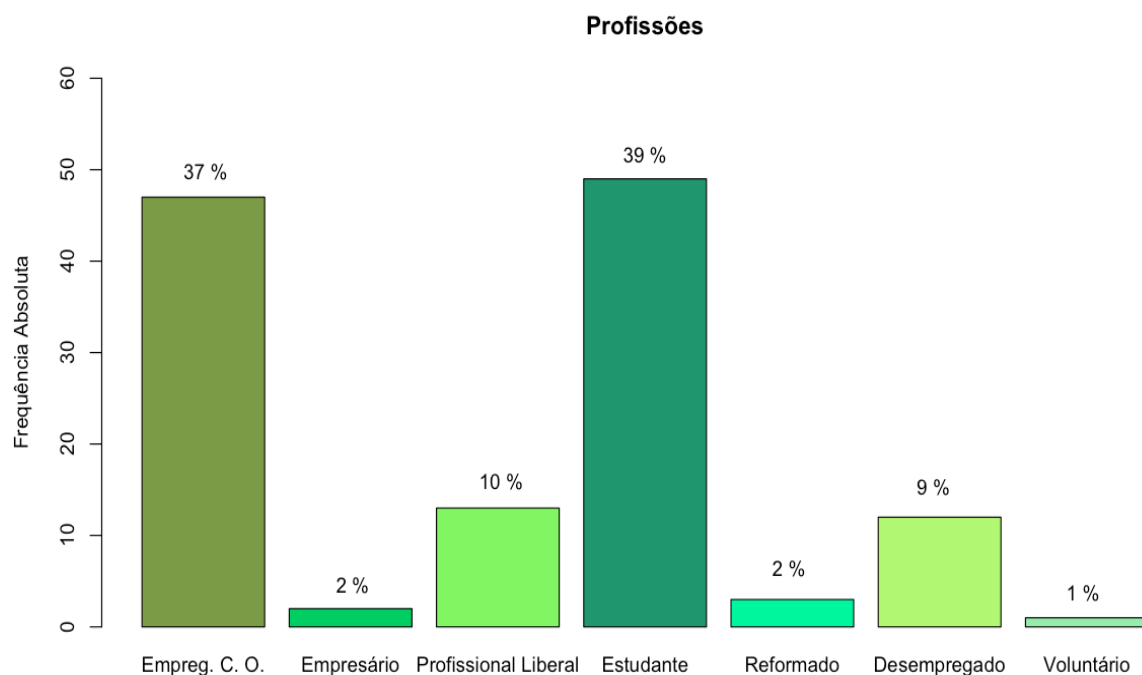


Gráfico 5 - Distribuição dos inquiridos de acordo com a sua profissão

Fonte: GCSAAIF

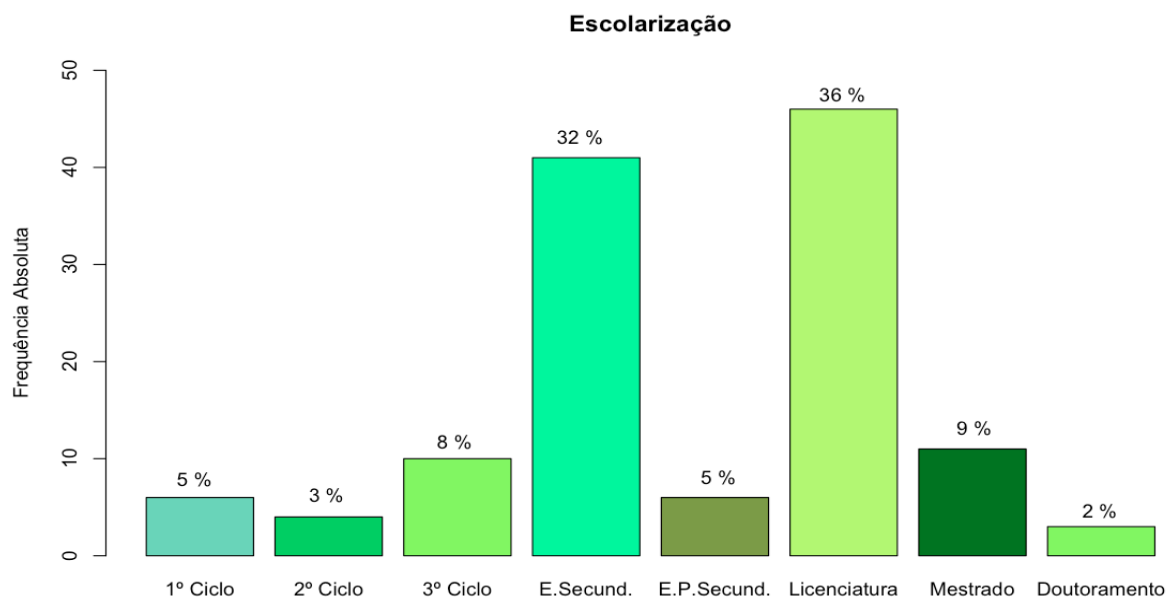


Gráfico 6 - Disposição dos inquiridos segundo a escolarização

Fonte: GCSAAIF

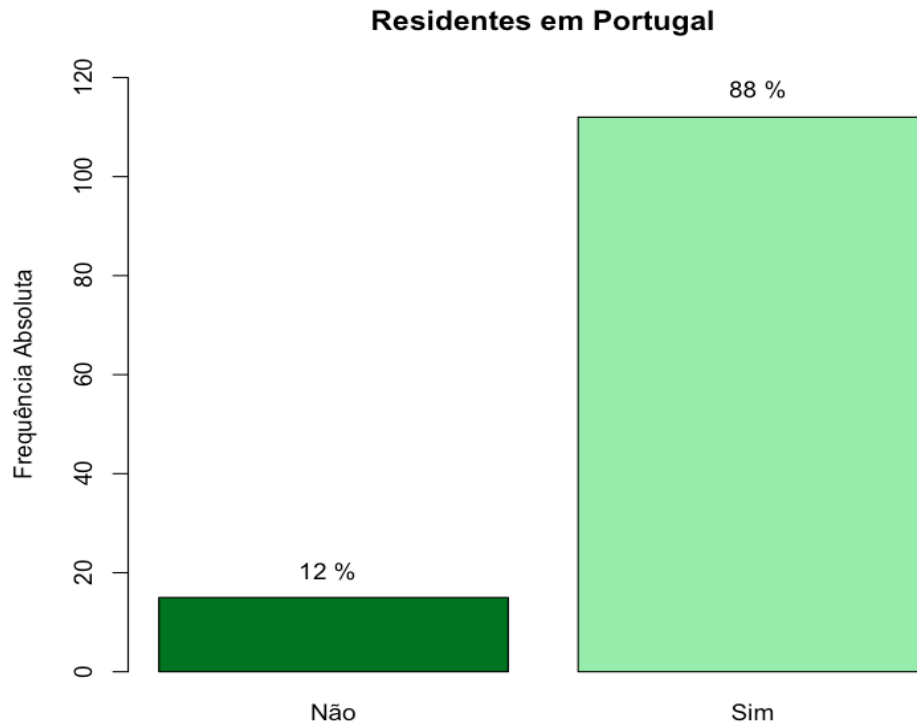


Gráfico 7 - Reside ou não em Portugal

Fonte: GCSAAIF

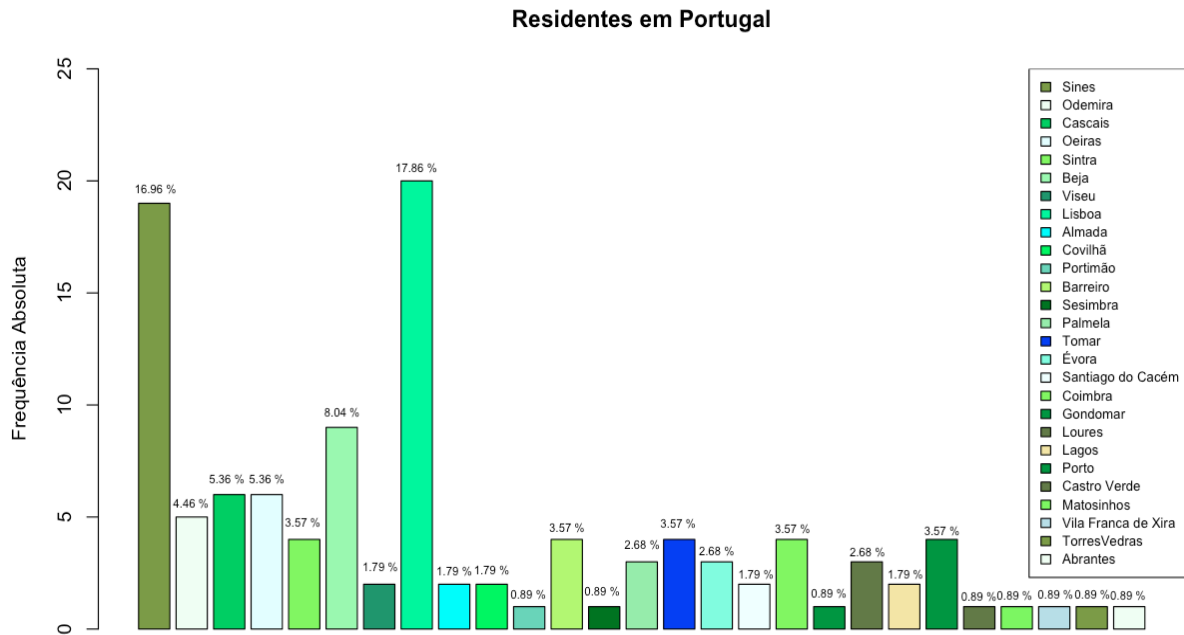


Gráfico 8 - Distribuição da amostra de acordo com os concelhos de residência

Fonte: GCSAAIF

Tabela 13 - Distribuição da Amostra de acordo com a distribuição territorial das NUTS II

Fonte: A autora

Divisão dos Espectadores presentes no <i>Festival Músicas do Mundo</i> de acordo com a organização territorial das NUTS II	Norte 5,35%		Gondomar – 0,89% Matosinhos – 0,89% Porto – 3,57%
	Centro 12,4%		Covilhã – 1,79% Abrantes – 0,89% Viseu – 1,79% Tomar – 3,57% Coimbra – 3,57% Torres Vedras – 0,89%
	Lisboa 44,65	Grande Lisboa 35,72 %	Cascais – 5,36% Oeiras – 5,36% Sintra – 3,57% Lisboa – 17,86% Loures – 2,68% Vila Franca de Xira – 0,89%
		Península de Setúbal 8,93%	Almada – 1,79% Barreiro – 3,57% Sesimbra – 0,89% Palmela – 2,68%
	Alentejo 34,8%		Sines – 16,96% Castro Verde – 0,89% Santiago do Cacém – 1,79% Évora – 2,68% Beja – 8,04% Odemira – 4,46%
	Algarve 2,68%		Lagos - 1,79% Portimão – 0,89%

Países de Residência

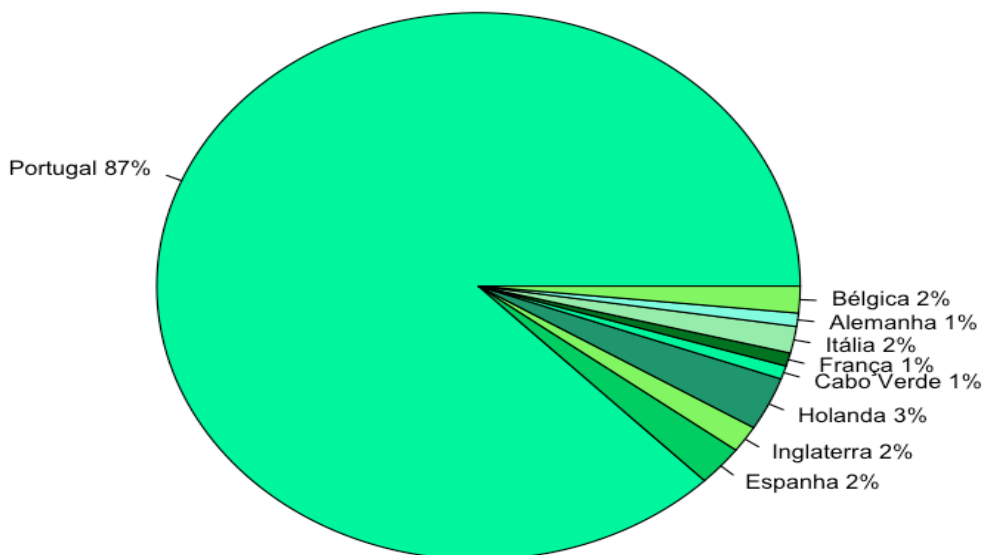


Gráfico 9 – Países de Residência

Fonte: GCSAAIF

Unidade de Alojamento escolhida

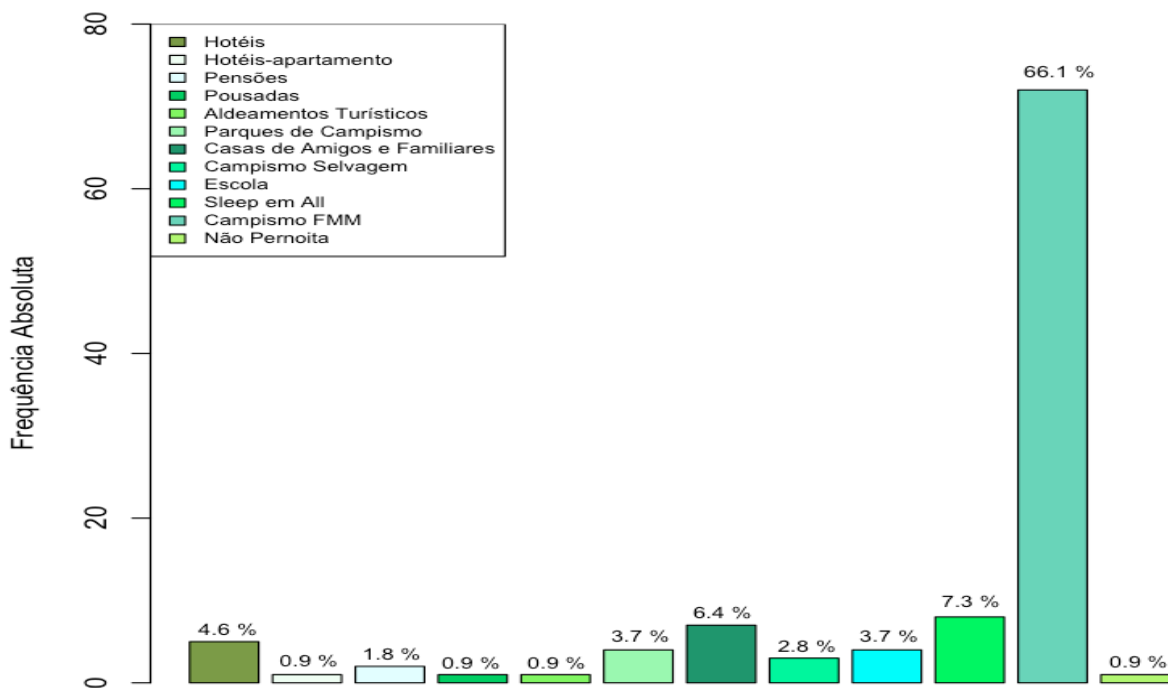


Gráfico 10 - Distribuição da amostra por unidade de alojamento

Fonte: GCSAAIF

Conhecimento do FMM

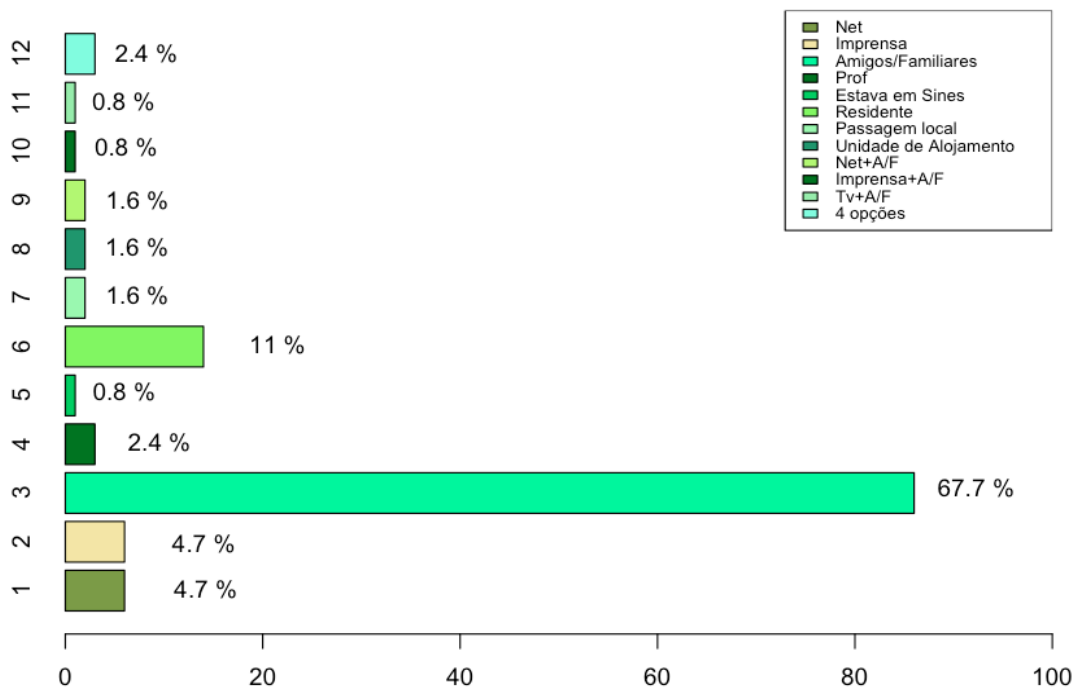


Gráfico 11 - Gráfico ilustrativo sobre a forma como os inquiridos tomaram conhecimento do festival

Fonte: GCSAAIF

Motivação

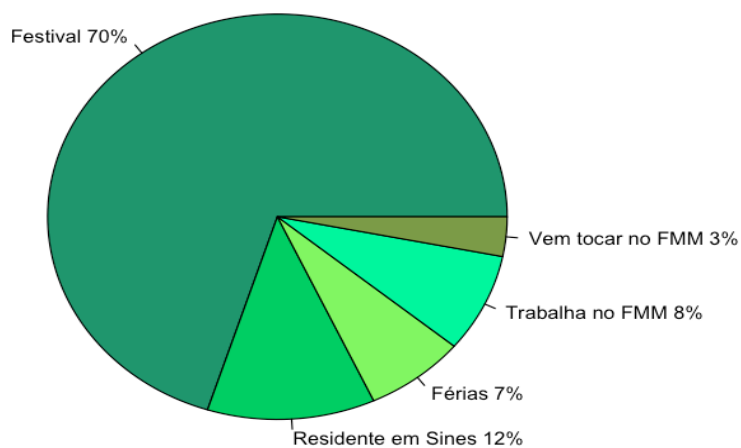


Gráfico 12 - Distribuição dos inquiridos de acordo com a sua motivação

Fonte: GCSAAIF

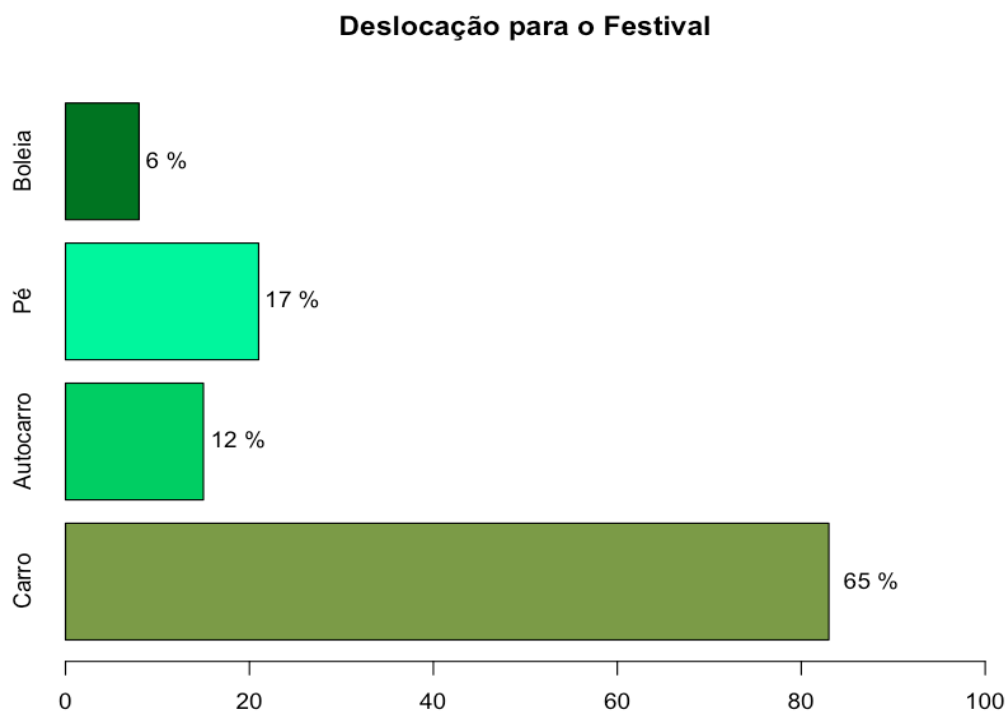


Gráfico 13 - Meio de transporte utilizado na deslocação para o festival

Fonte: GCSAAIF

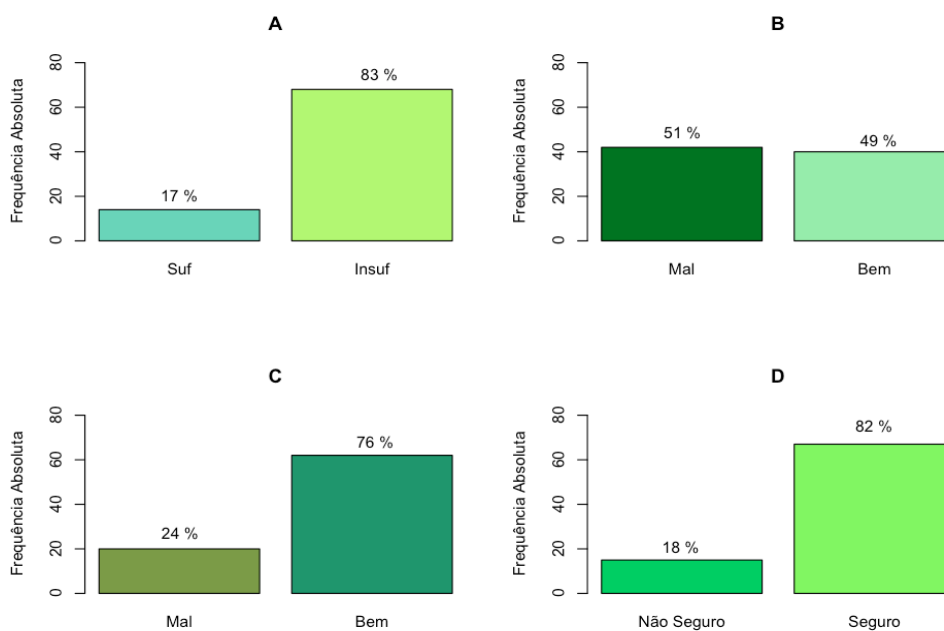


Gráfico 14 - Classificação do estacionamento do festival

Legenda: A: Capacidade; B: Sinalização; C: Iluminação; D: Segurança

Fonte: GCSAAIF

Presença em edições anteriores

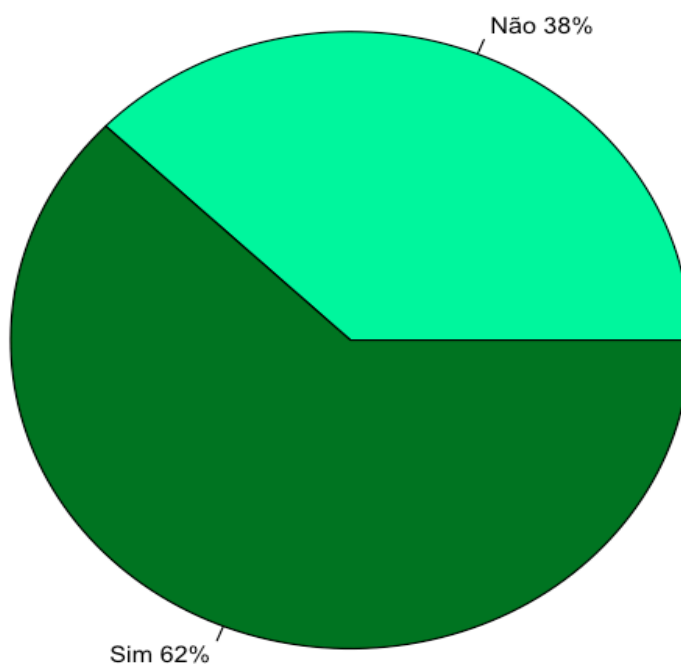


Gráfico 15 - Presença em edições passadas

Fonte: GCSAAIF

Sobrelotação do Recinto

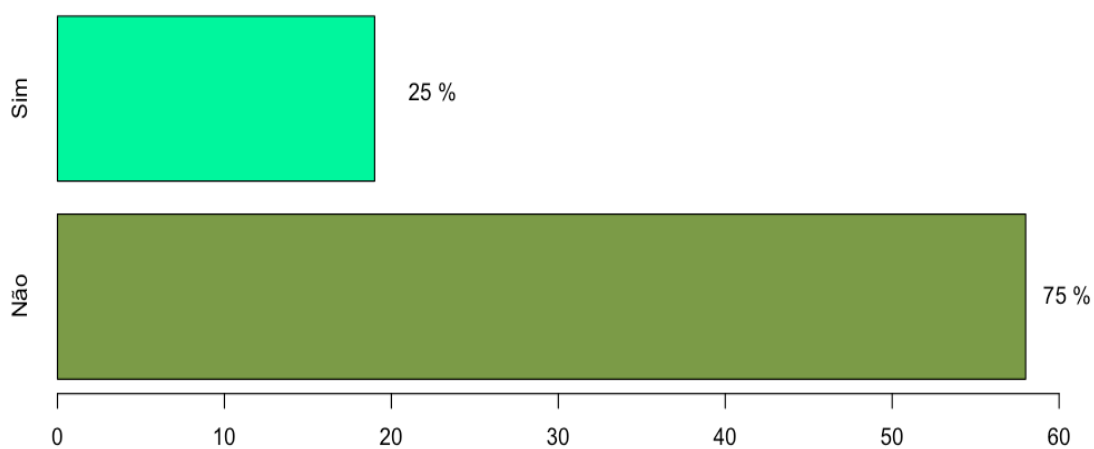


Gráfico 16 - Presença em situações de sobrelotação do espaço

Fonte: GCSAAIF

Acha que a sinalização é adequada?

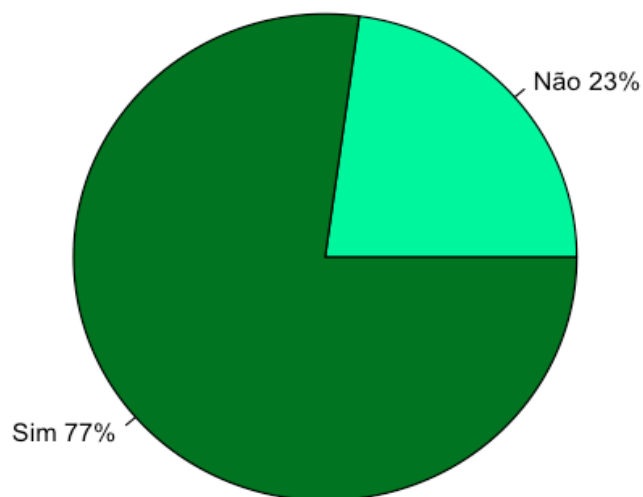


Gráfico 17 - Opinião dos inquiridos relativamente à sinalização do recinto

Fonte: GCSAAIF

A quem recorreria no caso de achar a sinalética não adequada?

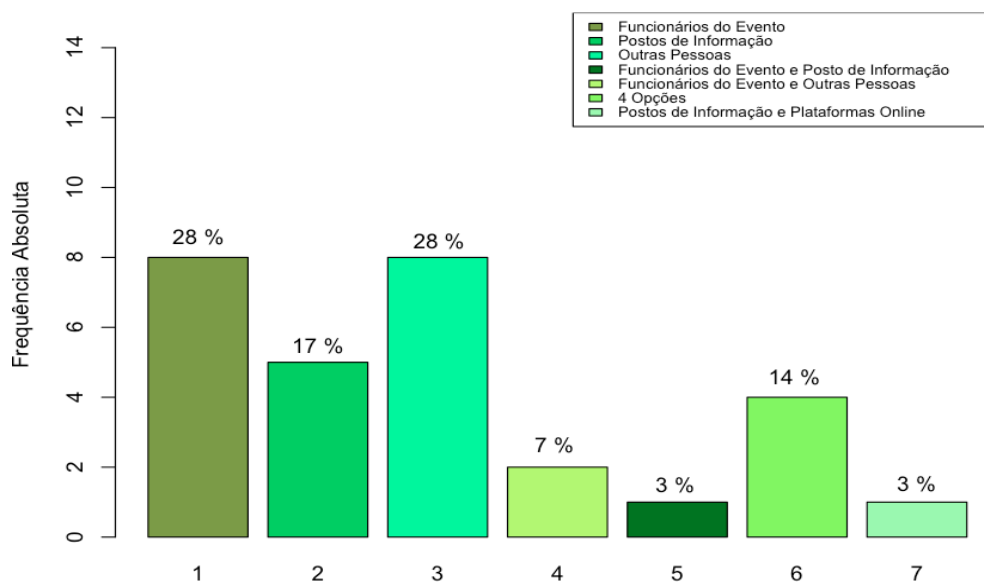


Gráfico 18 - A quem recorreriam os inquiridos no caso de precisarem de informações relativamente ao festival

Fonte: GCSAAIF

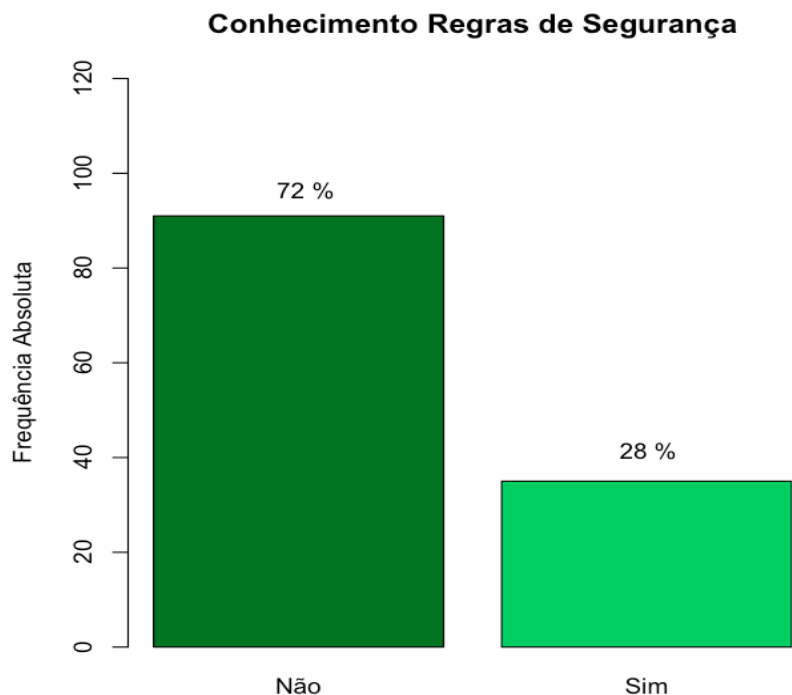


Gráfico 19 - Questão relativa ao conhecimento das regras de segurança

Fonte: GCSAAIF

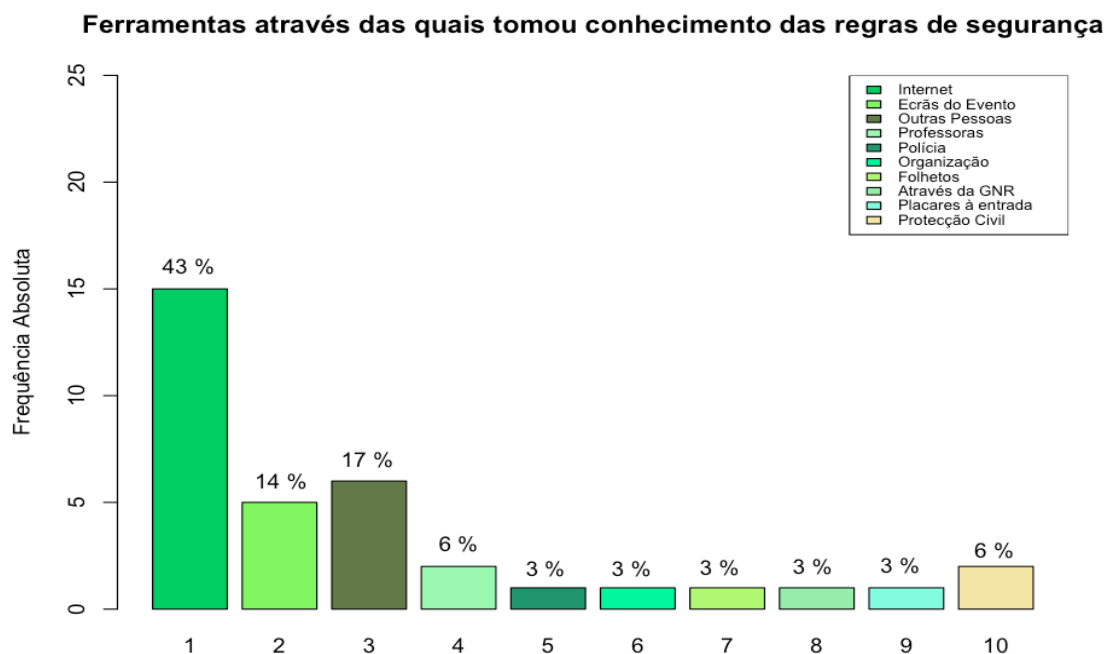


Gráfico 20 - Ferramentas através das quais tomaram conhecimento das regras de segurança

Fonte: GCSAAIF

Acha que o comportamento do artista em palco influencia o comportamento do público?

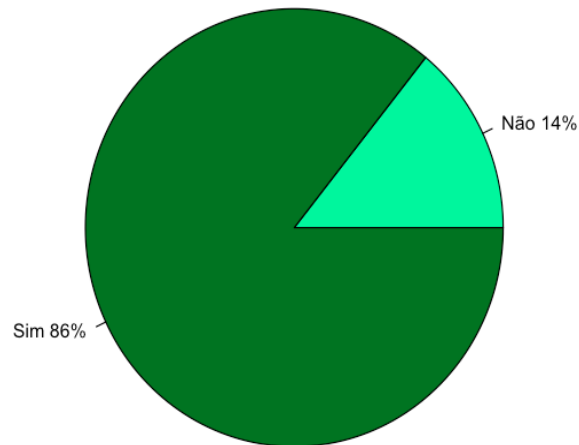


Gráfico 21 - Opinião sobre a influência com artista pode ter no público

Fonte: GCSAAIF

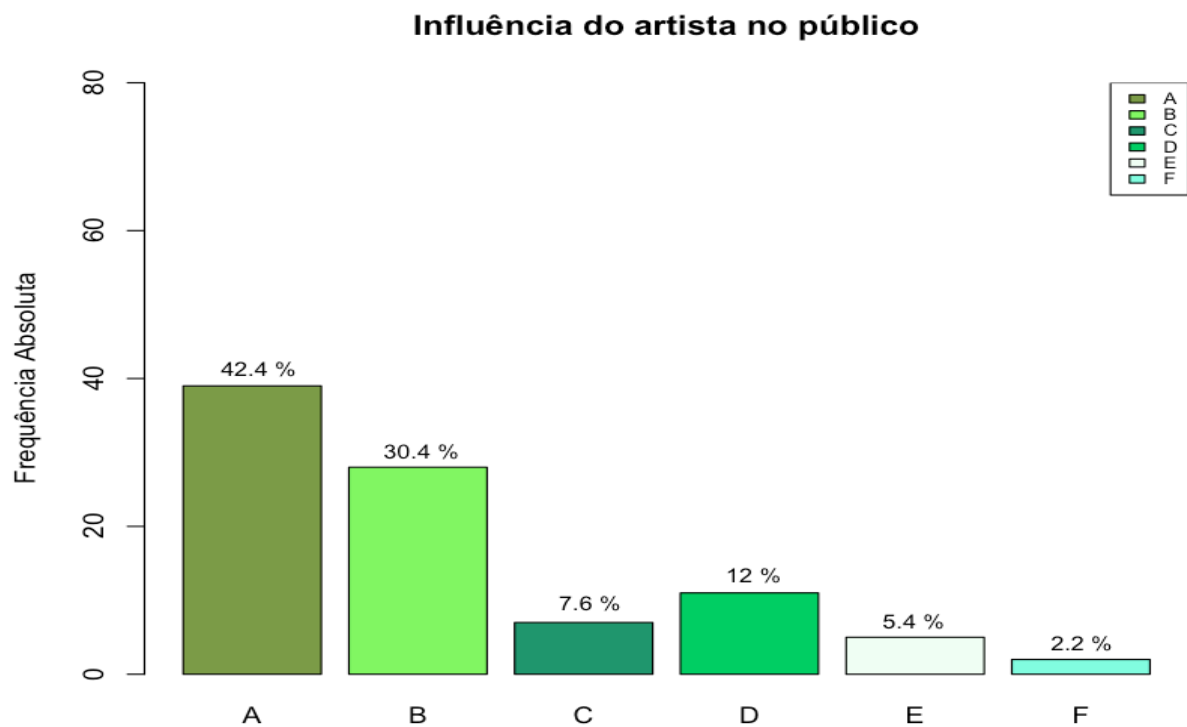


Gráfico 22 - De que forma esta influência se manifesta junto do público

Fonte: GCSAAIF

Legenda Gráfico 22:

A: Energia que o artista transmite ao seu público, a sua forma de ser e estar, assim como a mensagem que pretende passar através da letra das suas músicas

B: O público tem tendência a imitar o artista - Se ele estiver com uma postura mais positiva e descontraída o público reage da mesma forma, mas se em contrapartida ele adoptar uma postura mais violenta, o público pode tornar-se mais agressivo

C: Influenciam-se mutuamente

D: Música é comunicação e interacção com o público

E: Conscientização para alguns assuntos do dia-a-dia (controlo de massas)

F: Existe uma ligação entre artista e espectador

Tabela 14 - Tabela relativa à opinião dos festivaleiros sobre *crowd surfing*, *moshing* e *stage diving*

	Positivo		Negativo		Vital		Perigoso		Divertido		Anti-social		Excitante	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Frequência Absoluta	67	60	103	24	107	20	83	44	41	86	120	7	93	34

	Intimidante		Sociável		Devia ser Proibido		Indiferente	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Frequência Absoluta	104	23	70	57	115	12	112	15

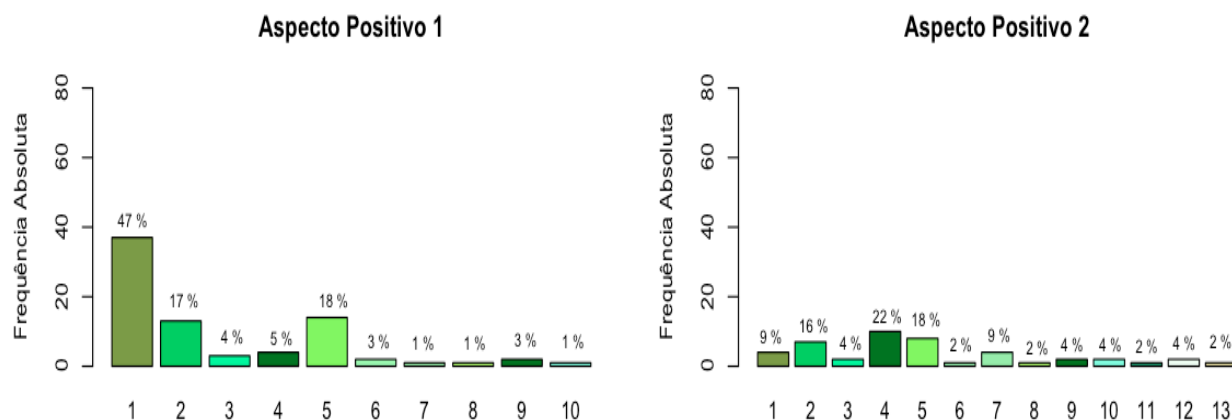


Gráfico 23 – Dois aspectos positivos mais destacados pela amostra seleccionada, relacionado com a segurança no festival

Fonte: GCSAAIF

Legenda do Gráfico 23:

- 1: Presença de agentes da autoridade no interior e exterior do recinto
- 2: Revistas à entrada do recinto
- 3: Sinalização
- 4: Localização e escolha do recinto
- 5: Pacifismo do público e filosofia do festival - “legalize”
- 6: Serem confiscados objectos cortantes e de vidro à entrada
- 7: Utilização de pulseiras com códigos de barras - controlo de entradas
- 8: Não sobrelotação do espaço
- 9: *Staff* do evento
- 10: Detenção por posse de estupefacientes
- 11: Voluntários do evento
- 12: Presença dos BVS e INEM
- 13: Existência de segurança na área de campismo reservada para o festival
- 14: Diversidade de faixa etária, o que pode funcionar como uma forma de equilibrar o público no festival
- 15: Boas acessibilidades para o local

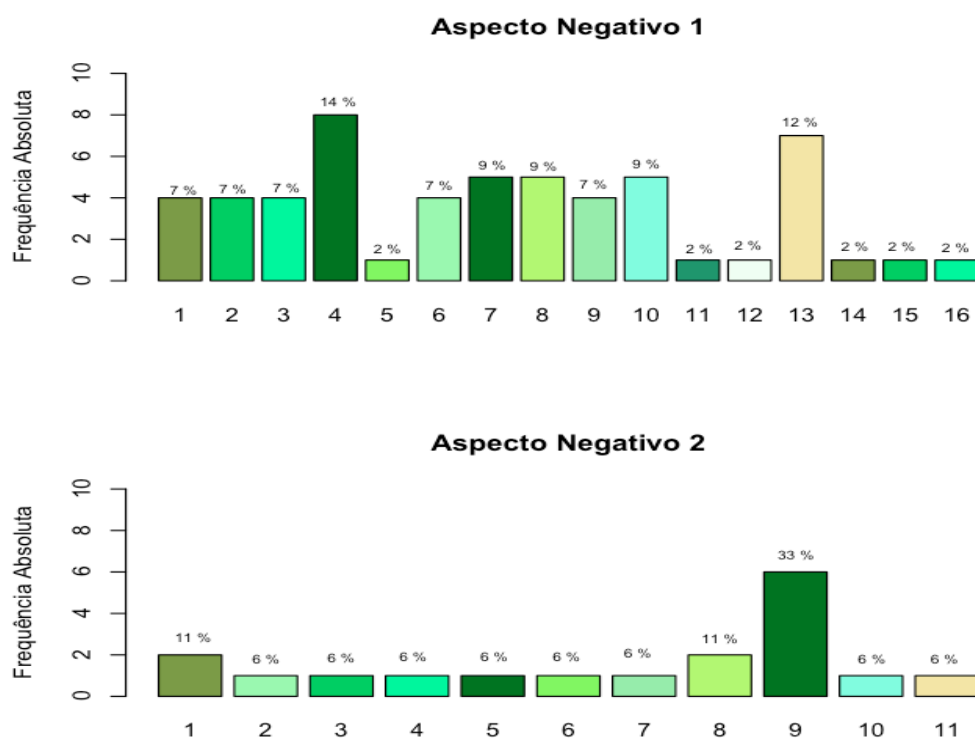


Gráfico 24 - Dois aspectos negativos relacionados com a segurança no festival mais apontados pelos inquiridos

Fonte: GCSAIF

Legenda do Gráfico 24:

- 1: Pouca segurança na frente de palco
- 2: Pouca presença de agentes da autoridade no interior/ exterior do recinto
- 3: Consumo de drogas no interior do recinto
- 4: Concentração excessiva de agentes da autoridade - Excesso de zelo
- 5: A revista por parte das autoridades só acontece nos concertos pagos, sendo que não existe policiamento nos eventos livres
- 6: Má sinalização
- 7: Pouco estacionamento e mal sinalizado
- 8: Nada a apontar em termos de segurança no evento
- 9: A revista à entrada não é realizada de forma eficaz e por vezes deixam passar objectos cortantes e de vidro e droga

10: Sobrelotação do recinto

11: Assaltos e furtos

12: Ausência de meios de combate a incêndio

13: A existência de indivíduos que não sabem estar no evento

14: Polícia por vezes com uma postura mais violenta

15: Fraca presença de agentes da autoridade nas zonas anexas ao festival - zona de campismo disponibilizada para o festival

16: Falta de transportes públicos

17: O recinto do evento é coberto por erva seca, isto aliado ao facto de não existirem um local onde colocar os cigarros pode conduzir a um incêndio

18: Falta de iluminação

19: Durante os concertos, apenas uma das portas do castelo se encontra aberta, isto pode constituir um risco em caso de uma eventualidade acontecer

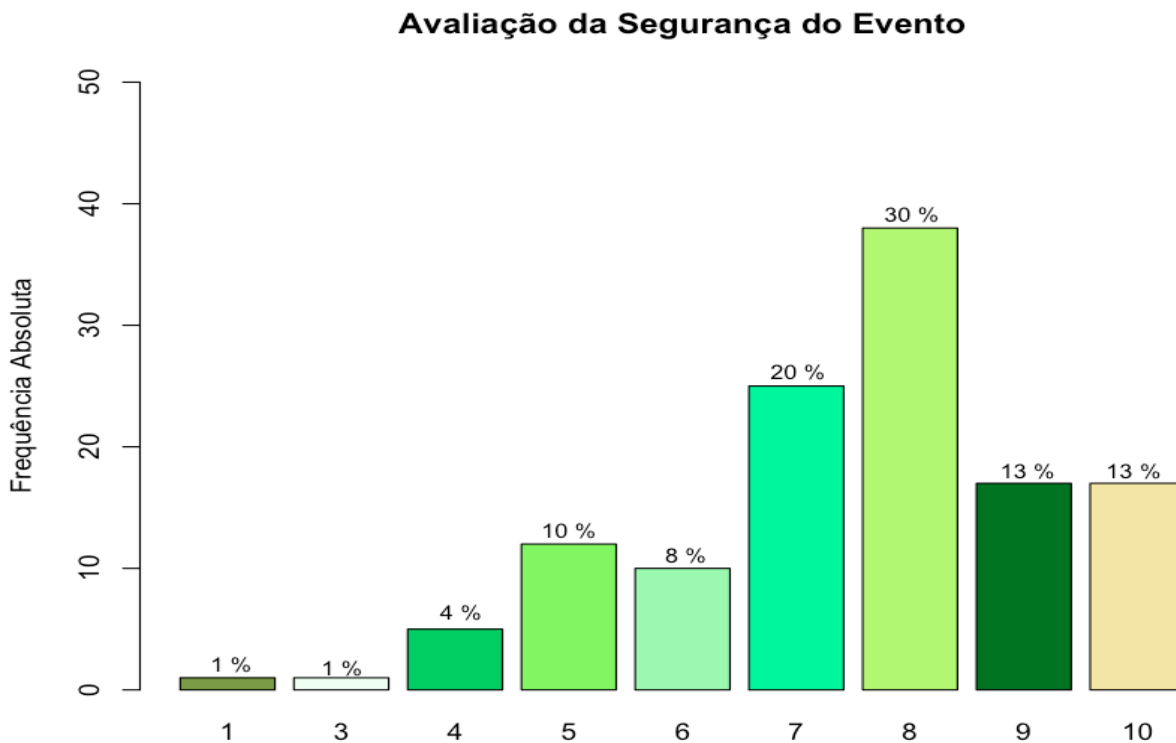


Gráfico 25 - Balanço final da segurança no festival

Fonte: GCSAAIF

Anexo X - Fotorreportagem do *Festival Músicas do Mundo*

FOTORREPORTAGEM DO FESTIVAL MÚSICAS DO MUNDO

18 a 27 de Julho de 2013



Festival Músicas do Mundo - Sines



Cartazes publicitários do Festival





PALCO EXTERIOR AO CASTELO



SLEEP' EM ALL



Alojamento

Campismo Selvagem



Parque de Campismo FMM





Posto Médico



Entrada Palco Castelo (Direita e Esquerda)



FMM - Elementos do Festival





SINALÉTICA





SEGURANÇA NO FESTIVAL (REVISTAS À ENTRADA)



SITUAÇÕES PREOCUPANTES NO FESTIVAL





Anexos XI Entrevista a Eduardo Pires, responsável da Protecção Civil de Sines

Local: Recinto do Evento - Castelo de Sines

Sofia Catarino: Muito boa tarde! Queria mais uma vez agradecer-lhe o facto de me ter concedido esta entrevista. Em primeiro lugar, gostaria de o enquadrar relativamente ao tema da dissertação “*A Comunicação como elemento estratégico na Segurança e Gestão do Risco em Eventos: o caso de estudo do Festival Músicas do Mundo*” e o propósito da sua realização que se prende essencialmente na compreensão da temática da segurança nos festivais de música. Deste modo, a presente entrevista visa aprofundar questões técnicas de segurança. A primeira questão é sobre a existência de um plano externo para o evento?

Eduardo Pires: Existe um plano interno para o evento que já vigora há muito anos.

Sofia Catarino: Em que consiste esse plano?

Eduardo Pires: Consiste principalmente em duas regras, uma delas é a evacuação, ou seja, procedimentos de evacuação e medidas de autoprotecção e a segunda é em caso de incidente saber quais são os procedimentos que devem ser adoptados. Por exemplo num acidente em que alguém se sente mal, quais são as regras que vamos implantar. Neste caso, o que temos estruturado é no fundo uma interligação entre GNR, BVS e INEM, com o apoio sempre do HLA, porque são eles que recebem os feridos, ou qualquer situação menos agradável. Basicamente o plano consiste em cada um saber quais as suas funções numa organização em segurança.

Sofia Catarino: Quais são as ocorrências mais frequentes neste tipo de eventos?

Eduardo Pires: Como sabe os festivais, são eventos que trazem normalmente algum álcool e por sua vez também alguma droga. Isto faz com que as pessoas por vezes se tornem mais agressivas e um pouco mais excitadas. Neste evento, os incidentes que têm havido são poucos felizmente, porque temos um dispositivo da GNR a fazer a segurança pessoal e a segurança privada. As situações que existem são mais de conflito verbal, que se transformam em alguns casos em agressões físicas.

No que diz respeito à saúde as questões que se têm resolvido são maioritariamente comas

alcoólicos, quebras de tensão, desidratações e insolações. Para estes casos, temos sempre dois enfermeiros no posto médico... eu nem diria posto médico, é um posto de socorros ou triagem que por vezes, conseguem resolver e solucionar o problema sem pedir o auxílio do INEM. Em contrapartida, quando situação é mais complicada e eles vêem que precisam de outro tipo de cuidados, então é accionado o INEM, que está sediado nos BVS e é feita a evacuação para o HLA, caso seja justificável.

Sofia Catarino: Então fazem um registo estatístico das ocorrências que se registam aqui no festival?

Eduardo Pires: Sim

Sofia Catarino: Tendo em conta que a edição do ano passado acolheu cerca de 80 000 a 90 000 participantes ao longo das duas semanas de festival concentrados no recinto do evento, isto é, seis vezes mais do que o número de habitantes (13 200) de Sines, de que forma prevêm acudir estas pessoas em caso de acidente?

Eduardo Pires: Estamos preparados... E estamos preparados porquê? Porque os acidentes ou incidentes que têm havido temos conseguido dar resposta, à excepção de uma situação imprevisível que ocorreu há três anos, que resultou na morte de uma pessoa, que se deixou dormir no muro da praia e que sem qualquer motivo aparente, rebolou do muro e caiu de uma altura de 10 metros, fracturou a coluna e faleceu. De resto, nunca tivemos assim acidentes graves, normalmente temos aquele tipo de situações como já lhe falei de comas alcoólicos misturado com outras substância que desencadeiam para além de atitudes violentas, problemas ao nível da saúde como arritmias ... Tirando isto não temos tido assim problemas, mas porquê? Porque temos uma prevenção grande, às vezes as pessoas não gostam mas têm de se começar a habituar que quando se entra aqui dentro do recinto que comporta cerca de 6500 pessoas para ficar cheio, 6500 poderá ir até 6800 depende, depende porquê? Depende como as pessoas estão, se sentadas na bancada ou de pé, bem como do seu comportamento. Quando temos este evento, a prevenção é redobrada. O público não gosta de ser revistados pelas forças de segurança mas é uma medida de segurança, para quem cá está a ver o espectáculo e quem está a trabalhar, porque assim ficamos mais descansados porque estamos a evitar que haja um incidente, porque se alguém entrar aqui com uma faca com alguma dimensão ou com alguma arma de fogo, basta haver ali um atrito verbal para passar ao atrito físico e depois aí é complicado...

Sofia Catarino: Ainda há pouco falamos de um plano interno para o evento, quem é que aprovou esse plano?

Eduardo Pires: É só interno da CM mesmo...

Sofia Catarino: Foi aprovado pela CM?

Eduardo Pires: É compilado com toda a informação quer da GNR, BVS e nossa, não saí daqui e só nós é que temos acesso a ele e trabalhamos nele.

Sofia Catarino: Como é que o plano interno do evento se articula com o plano externo de Sines?

Eduardo Pires: Todos os eventos, ou seja, tudo o que ocorre no concelho de Sines tem dois tipos de planos, neste caso é um evento, se houver necessidade ou se extravasar os limites por exemplo do castelo ou lá em baixo os da Avenida Vasco da Gama, tem de ser accionado o PMPC, que felizmente nunca utilizámos.

Sofia Catarino: No início da entrevista falamos da GNR, do INEM e dos BVS. Que meios e quantos são destacados para o recinto?

Eduardo Pires: No recinto o único meio visível é a GNR e o corpo de intervenção, o CB tem o seu dispositivo no quartel de bombeiros porque é muito mais simples, fácil e eficaz. Eles estão no quartel de bombeiros e quando são accionados é-lhes transmitido o local para o qual se devem dirigir e a via. Se reparou, a nossa zona histórica está encerrada a partir de uma determinada hora e quando são accionados os BVS através do INEM (112), eles determinam a via pela qual devem ir e temos estabelecido quais são os corredores de evacuação.

Sofia Catarino: Mencionou à pouco o desagrado das pessoas relativamente às revistas à entrada do recinto. Como é feita a segurança no evento, é através de uma empresa de segurança privada?

Eduardo Pires: Não, é pela própria Guarda Nacional Republicana, a quem a CM ou município contratou para fazer a segurança privada do recinto.

Sofia Catarino: Foi realizado algum simulacro para o *Festival Músicas do Mundo*?

Eduardo Pires: Não, nunca foi realizado nenhum simulacro, porque entendemos que para este tipo de evento, o simulacro é propriamente tudo o que se faz ao longo do dia, a prevenção que se faz e depois vamos exercitando ao longo das 24 horas, ao fim ao cabo, porque estamos em

permanente prontidão e resposta às pessoas, porque por exemplo pode acontecer uma situação como a que aconteceu este ano, já por dois dias, que o único incidente que tivemos foi uma pessoa que cortou um pé num vidro, duas senhoras que se sentiram mal, com uma quebra de tensão e que prontamente foram socorridas, uma até estava fora do recinto, trouxemo-la para dentro porque tínhamos aqui os enfermeiros e, isto é, que para nós é o exercício. Sabemos que temos cá os meios, porque um exercício aqui não nos diz nada se não temos cá as pessoas. Se quiséssemos fazer aqui um exercício tínhamos de ter o castelo cheio, como compreende se vamos fazer um exercício com o castelo cheio, é quando estamos em pleno trabalho e isso para nós é que é o exercício, a realidade. Não é daquelas situações que possamos prever ou exercitar previamente, nós só exercitamos quando estamos no terreno. Às vezes há situações em que nós fazemos de um pequeno incidente, tomamos os procedimentos como se fosse um grande acidente, o dispositivo desloca-se tudo normal, a GNR acompanha, porque isto como sabe ir tirar alguém que esteja mal junto ao palco não é fácil, então só temos uma forma ir acompanhados pelas forças de segurança, eles abrem caminho para os BVS ou próprios enfermeiros que já estão no local irem buscar a pessoa, levando-as para um sítio mais seguro e mais reservado para que esta possa ser assistida.

Sofia Catarino: Uma vez que focou esse assunto, como é feita a segurança na frente de palco?

Eduardo Pires: Nós somos todos funcionários da autarquia à excepção da GNR, alguns colegas meus estão no fosso e aí tem alguma formação que lhes foi dada principalmente no que diz respeito aos conflitos e como o diálogo pode muitas vezes evitá-lo. Por exemplo para o fosso só podem ir fotógrafos que estejam credenciados e imprensa, o cidadão particular não pode ir, quando algum tenta é convidado a sair.

Sofia Catarino: Nesta altura do ano e devido ao festival, regista-se um aumento do tráfego na cidade, ou até um maior índice de sinistralidade?

Eduardo Pires: Não, por incrível que nos pareça, quando existe este fluxo grande, os acidentes que têm ocorrido não é dentro da cidade é sempre fora, uma vez que quando ocorre o festival grande parte da área histórica é cortada ao trânsito e por isso o acesso que é feito ao recinto é maioritariamente pedonal. Outro dos factores deve-se ao facto de como haver um aumento do número de veículos a circular na cidade as vias ficam mais obstruídas, em parte devido ao estacionamento e isto impossibilita a circulação dos veículos a grandes velocidades. Uma vez que a velocidade diminui, diminuem os acidentes e os atropelamentos. Claro que acontecem

pequenos toques ou casos em que partem espelhos retrovisores, mas os grandes acidentes ocorrem no regresso a casa muito devido ou ao álcool ou à velocidade.

Sofia Catarino: O que é que o mais preocupa em termos de segurança, no *Festival Músicas do Mundo*?

Eduardo Pires: Para mim preocupam-me principalmente duas coisas: a primeira é a questão da evacuação, isto porque durante muitos anos, o festival funcionou apenas com uma das portas do castelo aberta, uma vez que a outra porta dita poente, não podia ser mexida, nem alterada. Claro que isto causava apreensão quando chegava à altura que nós chamamos da “demandada geral” e chegamos a ter aqui pessoas durante cerca de 45 minutos a sair, felizmente o Instituto Português do Património autorizou a CM a abrir a porta e hoje a entrada e saída já é feita pelas duas portas; a segunda é a possibilidade das pessoas entrarem com objectos cortantes e que possam fazer alguma asneira.

Sofia Catarino: Já no que diz respeito ao palco, o que se encontra na Praia Vasco da Gama, possibilita uma evacuação mais rápida, certo?

Eduardo Pires: Sim, uma vez que nos encontramos numa zona que é aberta e em que o recinto é bastante amplo. Esta é também uma zona com diversas vias de evacuação, que demora cerca de 5 minutos.

Sofia Catarino: Que providências são tomadas no período que antecede o festival?

Eduardo Pires: Portanto temos duas formas de planear... Uma antes de se realizar o festival, que consiste em avaliar as condições do terreno, isto é, como é que estão as vias, a iluminação que tem de ser reforçada para evitar alguns “amigos do alheio” como se costuma dizer. A segunda fase incide sobre o festival, ou seja, quando este está a decorrer, temos sempre pessoas da GNR a circular no perímetro referente ao castelo, lá em baixo na avenida na zona periférica, para que no caso de se registar algum tipo de incidente, esses elementos (que estão à civil/paisana) possam accionar os meios, ou seja, não estamos visíveis, mas estamos lá. Isto é, bom porque na minha opinião, as pessoas que têm a intenção de fazer alguma coisa, fazem-no mas tem as consequências... Isto é, as pessoas apercebem-se que estão mais protegidos do que aquilo que pensavam. É impossível termos um bombeiro ou um polícia em cada esquina. Por isso é como eu disse, há pessoas das forças de segurança, dos BVS e outros elementos que andam à civil e colaboram connosco, ainda ontem (19 de Julho) estive aqui o Comandante dos Bombeiros e ninguém se apercebeu, no entanto estive cá a fazer a sua avaliação e a ponderar se

fosse caso de alguma correcção, porque todos os anos fazemos entre a GNR, PC, BVS fazemos sempre um *briefing*, isto é, um procedimento normal, no fim do evento fazemos um *debriefing*, para chegarmos a conclusões sobre o que correu bem, o que correu mal e o que temos de melhorar para o ano... E é assim que fazemos, com poucos meios, quer a nível monetário, quer operacional, mas tentamos ser o mais eficaz possível, porque durante o ano como sabe Sines está reduzido a cerca de 12 000/ 13 000 habitantes e nós estamos dimensionados para isto. Quando excede esta capacidade nós temos de nos readaptar, e a readaptação é articularmo-nos muito melhor, para aumentar a eficiência e termos um bom resultado no fim, principalmente para que não haja nem incidentes, nem mortes. Tivemos há pouco tempo em Alcácer do Sal, infelizmente uma situação em que ninguém previu nada, ninguém planeou nada e ocorreu um acidente grave, por voltas das 2 horas da manhã, começou uma situação de pancadaria que envolveu cerca de 60 pessoas, que resultou num ferido grave que acabou por não resistir. Se tivesse havido um planeamento, certamente a situação poderia ter sido evitada e no caso de acontecer, pelo menos o impacto poderia ter sido minimizado.

Sofia Catarino: Isso foi um evento?

Eduardo Pires: Sim, foi na Feira da Pimel, em Alcácer do Sal. Esta situação ocorreu muito devido ao facto de no passado não ser terem sido registadas situações graves e isto fez com que a segurança fosse descurada na edição deste ano.

Sofia Catarino: Uma vez que falou nesse episódio, eu aproveito para perguntar se têm algum conjunto de regras de segurança do evento, visível ao público, isto é, ou no verso do bilhete, ou à entrada, ou na plataforma *online*?

Eduardo Pires: Não, isto é, se calhar uma vertente que devemos pensar, para além de termos mais algumas informações à entrada para que as pessoas percebam que não podem entrar aqui com determinados objectos, será possivelmente no próximo ano uma das estratégias a adoptar e a estar disponível no *website* da CM de Sines.

Sofia Catarino: A pergunta que lhe coloquei relativamente às regras da segurança é a mesma que também incluí nos questionários que realizei esta manhã. O feedback que obtive através das respostas é que a maioria das pessoas não tinha conhecimentos das regras de segurança, apenas 2 meninas que me responderam ao inquérito mencionaram que tinham tomado conhecimento das regras através dos professores.

Eduardo Pires: As regras de segurança que existem são as ditas de autoprotecção que cada

indivíduo deve ter. O facto de estarmos num concelho industrializado faz com que as regras de segurança sejam já uma doutrina diária, uma vez que estamos numa zona industrial grave, em que a população já está informada sobre o assunto, talvez por causa disso tenhamos descuidado essa parte da informação para quem não é de Sines. As pessoas vêem que existe alguma segurança, mas se calhar convinha informá-los melhor e como eu disse e divulgá-las através do *website*. Em quinze anos já foi feita muita coisa, eu lembro-me, porque comecei a ter alguma proximidade com o festival só no segundo ano, uma vez que o primeiro foi produzido principalmente pelos artistas e pela equipa que trabalhava na cultura e de resto a segurança foi esquecida. Quando começou a haver um fluxo e uma intensidade de visitantes, começou-se a ponderar em termos de segurança, nessa altura há 13 anos atrás quando se queria impor algumas regras de segurança havia um pouco de obstrução, ou porque isso não é viável, ou porque o pessoal vem cá é para se divertir, tudo bem há muito que vem aqui para se divertirem e para isso é que os queremos cá, agora também temos é de perceber que há pessoas que também vêm para criar barafunda.

Sofia Catarino: Pelo que pude constatar através dos questionários que realizei, é bastante significativo o número de pessoas que se desloca a Sines com o propósito de assistir ao festival.

Eduardo Pires: Sim, sim... mas já foram muitas mais! Espero que no próximo fim-de-semana venham muitas mais. Para a semana o festival é dose dupla... até às 3 horas da manhã no castelo e depois a festa continua na avenida até às 8 horas da manhã.

Sofia Catarino: Queria mais uma vez agradecer a sua disponibilidade e o facto de me ter cedido esta entrevista, que vai certamente ser uma mais-valia para a minha dissertação, uma vez que me esclareceu algumas dúvidas quanto à segurança no festival.

Eduardo Pires: De nada.

Anexo XII Entrevista via *email* a Vítor Pereira, Comandante dos Bombeiros Voluntários de Sines

Nota: Seguidamente apresentam-se as perguntas efectuadas ao Comandante dos Bombeiros de Sines, Vítor Pereira, contudo algumas encontram-se em branco, por segundo o mesmo não se tratarem de assuntos da sua competência

1. Fazem um registo estatístico das ocorrências registradas no *Festival Músicas do Mundo*?

2. Quais são as ocorrências mais frequentes neste evento?

As ocorrências são aquelas que o CODU nos indica para transportar, pois saímos sob a indicação deles.

3. Tendo em conta que a edição do ano passado acolheu cerca de 80 000 a 90 000 participantes ao longo das duas semanas de festival concentrados no recinto do evento, isto é, seis vezes mais do que o número de habitantes (13 200) de Sines, de que forma prevêem acudir estas pessoas em caso de acidente?

4. Tem esse registo de acções de socorro prestadas nas edições anteriores? Se sim, posso ter acesso a esse documento?

As nossas saídas são sempre muito poucas, é difícil de indicar registos, pois não fazemos distinções entre o *Festival Músicas do Mundo* ou outro serviço CODU.

5. Existe um Plano interno para o Evento?

5.1. Se sim, em que consiste esse plano?

5.2 Ainda com base nas duas perguntas anteriores, como é que o plano interno do evento se articula com o plano externo de Sines?

6. O CB de Sines participou em algum simulacro para o evento?

Não participamos em nenhum simulacro.

7. Não pude deixar de reparar que a GNR tem um dispositivo fixo no local, porque é que o mesmo não acontece com os BVS?

O nosso dispositivo é montado a pedido da entidade ou da PC, não nos foi solicitado este pedido de colocação de um dispositivo

8. Quantos e quais os meios destacados para o local?

9. Que providências são tomadas no período que antecede o festival?

10. O que é que o mais preocupa em termos de segurança no *Festival Músicas do Mundo*?

Não haver elementos suficiente no local para acolher uma situação de varias vítimas graves.

11. Que balanço faz desta última edição do festival?

Anexo XIII Entrevista ao Sr. Capitão Almeida, Comandante do Destacamento Territorial de Santiago do Cacém

1. Há quantos anos a GNR faz a segurança no *Festival Músicas do Mundo*?

Desde o primeiro Festival (1999) que a GNR participa na segurança do evento, embora de forma indirecta, como Força de Segurança. Apenas a partir da 3ª edição do FMM (2001) foi requisitada à GNR a colaboração na gestão da componente securitária dos recintos do Festival.

2. Durante os anos em que a GNR tem realizado a segurança no FMM, qual foi o incidente mais grave já registado?

Desde a 3ª edição do Festival foram registadas 2 mortes. Uma na sequência dum roubo na via pública em que a vítima foi empurrada pelo agressor, caindo no solo e embatendo (julgo que com a cabeça) num lancil. A segunda como resultado dum empurrão dum indivíduo que se encontrava deitado no paredão/muro na praia Vasco da Gama, tendo caído numa altura de vários metros.

A estas situações acresce uma tentativa de roubo na via pública com utilização de arma branca (faca), na zona do recinto do castelo, averiguando-se após detenção que o suspeito portava consigo de forma oculta uma arma de fogo (pistola).

No entanto, as situações elencadas constituem uma excepção, tendo pouca significância estatística.

3. A GNR realiza um Plano Especial de Emergência para o evento?

A GNR planeia e concretiza uma operação de segurança específica para o evento, considerando o contexto em que se realiza, o tipo e número de público estimado, os meios de transporte que utilizam, a configuração dos espaços, envolvente e as dinâmicas que neles vão decorrer, realizando uma análise de risco que constitui a principal orientação para a definição do dispositivo tático e medidas de segurança a implementar.

Em paralelo, no âmbito do Serviço de Protecção Civil Municipal, a GNR colabora no planeamento e, se necessário, execução, dum Plano de Emergência (dimensão *safety*), que articula com o anterior.

4. Fazem um registo estatístico das ocorrências registadas no FMM? (Posso ter acesso a esse documento)

A GNR dispõe de sistemas de informação (SIIOP e SGO) onde regista todas as informações com relevância policial, entre as quais os crimes, outros ilícitos e sinistros rodoviários. No caso concreto do FMM todas as ocorrências registadas no período em que decorreu são passíveis de ser consultadas nesses sistemas. No final do evento a GNR colige os dados estatísticos que entende estarem directamente relacionados com o Festival para análise, disponibilizando-os também aos órgãos de comunicação social e outros interessados. Segue um quadro síntese:

5. Na altura do ano em que se realiza o festival, é habitual registar-se um aumento do tráfego, congestionamentos de trânsito na cidade, ou até um maior índice de sinistralidade?

De facto o FMM tem uma afluência significativa, recebendo muitos festivaleiros que utilizam viaturas ligeiras como meio de transporte. Também os transportes públicos no período de veraneio são mais frequentes. Contudo, de acordo com o histórico dos últimos anos, não se registaram constrangimentos na fluidez rodoviária nem um agravamento dos valores médios de sinistralidade, contribuindo para isto o facto de muito provavelmente ser um Festival com um calendário mais prolongado (o público chega de forma mais dispersa) e a cidade de Sines dispor de algumas alternativas de acesso.

Crimes	Qtd.
Injúrias	1
Tráfico de substâncias estupefacientes ou psicotrópicas	10
Porte de arma sob a influência de álcool (>1,2g/l)	1
Detenção de arma proibida	4
Furto (interior de Tenda)	5
Furto interior de veículo	2
Furtos (pertences: carteira, telemóvel)	3
Contra-ordenações	Qtd.
Consumo de estupefacientes	98

6. Quais são as ocorrências mais frequentes neste evento?

De acordo com a informação que dispomos, obtida nos termos aludidos anteriormente, as situações de consumo de estupefacientes e substâncias psicotrópicas destacam-se como as registadas em maior número. Em seguida surgem os furtos.

No entanto, temos consciência de que nem sempre os dados estatísticos espelham fidedignamente a realidade. Por exemplo, é natural que neste tipo de eventos sucedam ofensas à integridade física que não presenciámos nem nos foram denunciadas.

7. Quantos militares são destacados para o terreno e de que forma são distribuídos pela vasta área do recinto que inclui não apenas o palco do castelo, mas também o palco da praia e do Centro de Artes de Sines?

O número de militares é variável em função do período horário e do tipo de espectáculo, mas em média no FMM são empenhados cerca de 40 militares ao longo do dia.

No que respeita a aspectos táticos/doutrinários policiais, como compreenderá, sendo matéria reservada, não a poderei desenvolver. Normalmente a zona do Festival é organizada em sectores que ficam à responsabilidade de equipas de segurança.

8. Tendo em conta que a GNR é a entidade responsável pela segurança no evento, que procedimentos são adoptados para que tudo corra dentro dos limites estabelecidos?

Numa primeira fase é realizada uma avaliação de risco para os períodos em que o promotor requisitou o serviço de segurança, seguida da definição dos objectivos e medidas de segurança a implementar. Estas medidas categorizam-se em preventivas e reactivas, das quais se destacam: definição com o promotor do número máximo de público admissível no interior do recinto, revistas de segurança e controlo de entradas no acesso aos recintos, proibição de venda de bebidas em garrafas de vidro ou latas, posicionamento de militares em locais estratégicos que possibilitem o controlo visual da área e uso de coletes reflectores para fácil identificação, empenhamento de equipas especializadas (investigação, menores, intervenção tática, manutenção ordem pública), implementação dum sistema de comando e controlo (comunicações).

9. Não pude deixar de reparar que a revista efectuada à entrada do recinto, apenas é

realizada nos concertos pagos, porquê? Não considera que os riscos (armas, drogas, garrafas de vidro, etc.) são os mesmos nos concertos, cuja entrada é gratuita?

A segurança no interior dos recintos de espectáculos é da responsabilidade do respectivo promotor (n.º 1 do Art.º 19 do Decreto-lei n.º 268/2009, de 29 de Setembro) que no FMM é a CM de Sines. Esta entidade apenas requisitou o serviço de segurança à GNR para alguns concertos, desconhecendo-se as razões ou critérios dessa decisão.

10. Porque é que não é a GNR a fazer a segurança na frente de palco e no *backstage*?

Na sequência da resposta anterior, é uma decisão do promotor do evento, desconhecendo-se os critérios considerados.

11. São destacados elementos da GNR para a zona de bilheteira?

Sim, dado ser considerado um ponto sensível para as ameaças de furto e roubo.

12. Como é feita a comunicação entre os elementos da GNR? E com as restantes entidades presentes no festival, nomeadamente a PC, os BVS e o INEM?

As comunicações são maioritariamente estabelecidas via rádio, na forma cifrada (SIRESP). Tecnicamente, a mesma via poderá ser utilizada com os BVS e INEM, embora habitualmente tal suceda telefonicamente por intermédio da nossa central de comunicações, isto quando as entidades não estão reunidas numa sala de gestão do evento. Esta última aplica-se igualmente à PC.

13. Em caso de incidente como é feita a comunicação com o público?

Depende do incidente e suas consequências. Numa situação de extremo que exija a evacuação de pessoas poderão ser utilizados os megafones das viaturas da GNR e da PC para informar e orientar as pessoas.

14. Na edição de 2013 do festival, foi efectuado algum simulacro?

Embora se reconheça a sua importância, não foi ainda possível concretizar simulacros, em especial pela logística que exige.

15. Que providências são tomadas no período que antecede o festival?

É realizado um planeamento da operação de segurança e articulado com o Comando Operacional da GNR as forças de reforço e apoio necessárias empenhar.

16. De acordo com um ranking elaborado pelo *Jornal I*, publicado pela revista *Blitz*²⁴, o FMM, foi considerado o 3º festival onde se registou maior apreensão de substâncias. Também o *Jornal Público*²⁵, avançou com uma notícia relativamente a este assunto, afirmando ter havido 15 detenções na 15ª edição do FMM, dez destas por tráfico de droga na operação que decorreu entre 18 e 28 de Julho de 2013. Como comenta estas notícias?

Sem desprimor dos aspectos positivos dos Festivais de Música, como o artístico, lúdico e social, de fato temos constatado que são eventos onde uma parte do público é consumidora esporádica de drogas, situação que exponencia comportamentos de risco (agressões, maior vulnerabilidade de furto e roubo, acidentes). A GNR realiza um esforço para prevenir e dirimir a venda e consumo destas substâncias, resultando na detenção de traficantes e encaminhamento dos consumidores para as entidades competentes.

17. O que é que o preocupa mais em termos de segurança, no *Festival Músicas do Mundo*?

As situações de violência com armas de fogo e brancas (facas) que possam suceder, considerando a gravidade e magnitude das suas consequências, e o consumo abusivo de álcool e outras substâncias (estupefacientes, psicotrópicos) pelo efeito catalisador que têm nos comportamentos de risco.

18. Que balanço faz desta última edição do festival?

Considero que o clima de segurança propiciado permitiu que a maioria do público tenha disfrutado e se divertido no Festival, sendo por isso um balanço positivo.

²⁴ Fonte: <http://blitz.sapo.pt/festivais-de-verao-efetuadas-128-detencoes-por-trafico-de-droga=f88647>.

²⁵ Fonte: <http://www.publico.pt/local/noticia/gnr-deteve-15-pessoas-no-festival-musicas-do-mundo-1601825>.