



Letícia Ferreira
Nogueira

**Os Eventos como Impulsionadores do Turismo:
Contributos para um Portfólio de Eventos em
Cantanhede**



**Letícia Ferreira
Nogueira**

**Os Eventos como Impulsionadores do Turismo:
Contributos para um Portfólio de Eventos em
Cantanhede**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Armando Luís Vieira, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho a vocês, pai e Judite, por todo o incansável apoio, incentivo e dedicação. Obrigada.

o júri

Presidente

Prof^a Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora Auxiliar no Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Prof^a Doutora Maria Teresa Geraldo Carvalho
Professora Associada no Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território da Universidade de Aveiro

Prof^o Doutor Armando Luís Lima de Campos Vieira
Professor Auxiliar no Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

agradecimentos

A primeira pessoa a quem quero agradecer é ao meu orientador Armando Luís Vieira por toda a paciência que demonstrou comigo, pelas palavras de motivação e por acreditar nas minhas capacidades nos meus momentos de dúvidas. Obrigada, professor.

Seguidamente, um grande obrigada ao Sr. Casas de Melo por toda a ajuda e disponibilidade que teve para comigo ao longo deste processo. Um grande obrigada também às pessoas que colaboraram nesta investigação, aos quatro entrevistados, que sem a disponibilidade e apoio que demonstraram, este estudo não poderia ter acontecido.

Um agradecimento muito especial para a Cristiana Vieira e para a Catarina Sampaio que me acolheram tão bem no meu estágio em Serralves e que tornaram esta dissertação possível graças às conversas, à partilha de ideias e experiências que culminaram na minha decisão de estudar os eventos da minha cidade.

Obrigada à minha Xaninha, por ter vivido o mestrado comigo, por ser a minha companheira de todas as horas, o complemento do meu ser e acima de tudo por ser a minha pessoa em todos os momentos.

Aos meus pais, Paulo e Judite, como não podia deixar de ser, um obrigada não é suficiente tendo em conta todo o apoio, toda a motivação, todos os esforços e toda a confiança que têm em mim, que me permitiu chegar aqui, a este momento, e me permite todos os dias lutar por aquilo em que acredito, atingir todos os meus objetivos por mais que pareçam descabidos. Obrigada por nunca desistirem de mim, por me apoiarem, por me chamarem à razão e por serem a minha razão para nunca desistir.

Finalmente um obrigada muitíssimo especial aos meus Minions: ao Cristiano, por ter acreditado quando atingi o maior impasse, por ter sido o meu companheiro de longas tardes (e noites), por ter sido a pessoa de que precisava durante toda esta etapa; ao Carlos, por todas as ideias partilhadas e por todos os momentos passados a ajudar-me (e a salvar-me) nestes últimos meses; e à minha irmã Filipa por ter sido o meu apoio nos momentos mais críticos. A vocês um enorme obrigada, sem vocês não teria conseguido chegar ao fim.

palavras-chave

Cantanhede, Turismo de Eventos, Portfólio de Eventos, EXPOFACIC, FOLK Cantanhede

resumo

Os eventos são uma componente constante na sociedade, pelo que a oferta se torna cada vez mais abundante nos destinos. Verifica-se, então, ser necessário entender os seus benefícios para as comunidades e as suas potencialidades turísticas, uma vez que o turismo de eventos é uma vertente do turismo em larga expansão. Desta forma, o conceito de portfólio de eventos tem vindo a ganhar força nos últimos anos como uma estratégia completa e integrada de desenvolvimento de eventos num destino. Cantanhede tem um leque considerável de eventos anuais pelo que se verificou ser pertinente analisar a potencialidade da implementação de um portfolio de eventos para o Concelho de Cantanhede. Esta análise decorreu através de entrevistas realizadas a responsáveis pela organização de eventos do Concelho, que partilharam o seu parecer relativamente à estrutura de eventos do Concelho. Após a análise dos resultados, realizada através do método de análise de conteúdo, são providenciados contributos práticos para uma possível implantação de um portfólio de eventos no Concelho de Cantanhede.

keywords

Cantanhede, Event Tourism, Event Portfolio, EXPOFACIC, FOLK Cantanhede

Abstract

Events are a constant in society, so the offer is abundant. It is necessary to understand its benefits to communities and their tourism potential, since event tourism is a strand of tourism in large expansion. In this way, the concept of a portfolio of events has been gaining value in recent years as a complete and integrated strategy for the development of events in a destination.

Cantanhede has a considerable range of annual events for which it was found pertinent to analyze the potentiality of the implementation of a portfolio of events for the municipality of Cantanhede. This analysis was carried out through interviews conducted to the members responsible for the organization of events in the Council, who shared their opinion regarding the structure of events of the Council.

After analyzing the results, performed through the method of content analysis, practical contributions are provided for a possible implementation of a portfolio of events in the municipality of Cantanhede.

Índice

Índice de Tabelas	V
Índice de Gráficos	VI
Índice de Figuras.....	VII
Capítulo 1 – Introdução	1
1.1. Apresentação e Relevância do Tema	1
1.2. Metodologia	4
1.3. Estrutura da Investigação	6
Capítulo 2 – Enquadramento Teórico	8
2.1. Turismo de Eventos	8
2.1.1. Conceito e evolução	8
2.1.2. Tipologias de Eventos	10
2.1.2.1. Tamanho e Escala.....	11
Megaeventos	11
Eventos Marcantes (<i>Hallmark Events</i>).....	11
Grandes eventos e pequenos eventos.....	12
2.1.2.2. Forma e conteúdo	13
Eventos desportivos e de negócios.....	13
Eventos Culturais	14
Festivais.....	14
Artes e Entretenimento	15
2.1.3. Impactos dos Eventos no Destino	18
2.1.4. Importância dos Eventos	22
2.1.5. Eventos como Produto Turístico	24
2.2. Gestão e Planeamento de Eventos	29

2.2.1	Portfólio de Eventos	31
2.2.1.1.	Conceitos e Gestão	31
2.2.1.2.	Valor Associado ao Portfólio de Eventos	36
2.2.1.3.	Planeamento Estratégico de um Portfólio de Eventos	40
2.2.1.4.	Redes e Sinergias.....	45
2.2.1.5.	O Exemplo de Fort Stockton.....	49
Capítulo 3 –	Casos de Estudo	52
3.1.	Concelho de Cantanhede	52
3.1.1.	Enquadramento	52
3.1.2.	Gastronomia	56
3.1.3.	Lazer	57
3.1.3.1.	Praias	57
3.1.3.2.	Jardins	61
3.1.3.3.	Espaços Culturais.....	63
3.1.4.	Património.....	68
3.1.4.1.	Património edificado	68
3.1.4.2	Património Natural	75
3.1.4.3.	Património Arqueológico.....	76
3.1.5.	Usos e Tradições	76
3.2.	FOLK Cantanhede - Semana Internacional de Folclore	78
3.3.	EXPOFACIC - Exposição/Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede	83
3.3.1.	Historial	84
3.3.2.	Setores e Planta do Certame.....	93
3.3.3.	Evolução do orçamento e preço das entradas	95
Capítulo 4 -	Metodologia.....	98

4.1. Enquadramento.....	98
4.2. Questão de Investigação e Objetivos	103
4.3. Revisão da Literatura, Quadro Conceptual e Hipóteses.....	105
4.4. Operacionalização do estudo	109
4.4.1. Método de Investigação Utilizado.....	109
4.4.2. População e amostra em estudo	111
4.4.3. Instrumento de Recolha de Dados.....	112
4.4.4. Elaboração do guião das entrevistas	114
4.4.5. Análise de dados.....	117
Capítulo 5 - Análise dos Resultados	119
5.1. Análise Caso a Caso	119
5.1.1. Entrevista 1	119
5.1.2. Entrevista 2.....	126
5.1.3. Entrevista 3.....	132
5.1.4. Entrevista 4	135
5.2. Análise Cruzada	139
Capítulo 6 – Conclusões	147
6.1. Principais considerações.....	147
6.2. Contributos práticos	151
6.3. Limitações e Sugestões para Investigações Futuras	155
Referências Bibliográficas.....	158
Anexos.....	164
ANEXO 1: Parecer da Associação CIOFF Portugal	165
ANEXO 2: Certificado CIOFF – FOLK Cantanhede	167
ANEXO 3: Cartazes de 2012 a 2018 do FOLK Cantanhede.....	168

ANEXO 4: Recortes do Historial da EXPOFACIC.....	175
ANEXO 5: Cartazes dos últimos dez anos da EXPOFACIC	197

Índice de Tabelas

Tabela 1: Impactos dos Eventos.....	21
Tabela 2: Aspectos a abordar na análise de um portfólio de eventos	35
Tabela 3: Classificação de Stakeholders de eventos	46
Tabela 4: Gastronomia Típica do Concelho.....	57
Tabela 5: Setores Presentes no Certame	94
Tabela 6: Objetivos por Capítulo	104
Tabela 7: Principais Referências Bibliográficas	106
Tabela 8: Quadro Conceptual	107
Tabela 9: Hipóteses	109
Tabela 10: Questões de análise de um portfolio de eventos adaptadas de Ziakas & Costa (2011a).....	115
Tabela 11: Questões-guia das entrevistas aos representantes da organização dos eventos estudados.....	116
Tabela 12: Questões-guia da entrevista com o alto cargo representante da Câmara Municipal.....	117
Tabela 13: Etapas de análise de entrevistas	118

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Evolução do Número de Espetadores por ano.....	81
Gráfico 2: Evolução do Número de Grupos Participantes	81
Gráfico 3: Evolução do Investimento	82
Gráfico 4: Evolução do Orçamento.....	96
Gráfico 5: Evolução do Preço dos Bilhetes.....	97

Índice de Figuras

Figura 1: Tipologia de eventos planeados e espaços.....	18
Figura 2: Valores Associados a um Portfólio de Eventos	37
Figura 3: Pirâmide hierárquica de eventos num portfólio.....	38
Figura 4: Acessos Rodoviários	53
Figura 5: Freguesias e Património do Concelho de Cantanhede	55
Figura 6: Praia da Tocha	59
Figura 7: Praia do Palheiro.....	59
Figura 8: Praia Fluvial dos Olhos da Fervença.....	60
Figura 9: Parques e Jardins no Concelho de Cantanhede	63
Figura 10: Casa Municipal da Cultura	63
Figura 11: Museu da Pedra	64
Figura 12: Museu Etnográfico do Grupo Típico de Ançã.....	65
Figura 13: Museu Etnográfico e Agrícola de Cordinhã.....	66
Figura 14: Antigo Lagar de Azeite	66
Figura 15: Biblioteca Municipal de Cantanhede	67
Figura 16: Biblioteca da Praia da Tocha	68
Figura 17: Principais Igrejas do Concelho	70
Figura 18: Principais Capelas do Concelho	71
Figura 19: Cruzeiro e Pelourinho do Concelho	72
Figura 20: Edifícios de Interesse no Concelho	73
Figura 21: Estátuas e Escultura no Concelho	74
Figura 22: Lagoas do Concelho	75
Figura 23: Planta do Certame	95
Figura 24: Etapas de Investigação segundo OMT, 2001	99
Figura 25: Etapas de Investigação segundo Quivy & Campenhoudt (2005).....	100
Figura 26: Etapas de Investigação segundo Veal (2017).....	101
Figura 27: Questão de Investigação e Objetivo Principal	104

Capítulo 1 – Introdução

1.1. Apresentação e Relevância do Tema

Os eventos constituem um elemento-chave tanto no seu local de origem, uma vez que se comportam como motivadores de turismo, como no seu local de destino, já que se estabelecem como ferramenta de desenvolvimento e de estratégias de marketing na maioria dos destinos. Os eventos funcionam então tanto como animadores de atração de destino, como ferramenta de marketing na promoção de lugares, dada a competitividade cada vez mais global para atrair visitantes pendentes. Os eventos tornaram-se, portanto, um elemento central do sistema de destino onde a acomodação, as atrações, o transporte e serviços auxiliares são utilizados e especificamente adaptados (Getz & Page, 2016).

Uma das formas de potencializar a promoção de uma cidade ou destino junto dos turistas é através dos eventos, característicos de cada cidade, que podem ser realizados por várias razões, nomeadamente “valorização da identidade, lazer e socialização, orgulho local e desenvolvimento local” (Marujo, 2015, p. 6). Estes eventos dão a conhecer o destino e também a sua cultura, sendo realizados não só com o objetivo de atrair turistas, mas também para criar uma imagem mais clara do destino e da sua cultura. Para Getz (1991, 2005), o turismo de eventos tem como objetivo aumentar a competitividade e atratividade do destino em que se realiza, através da criação de uma imagem favorável do destino; da atração de visitas internacionais e, conseqüentemente, aumento das despesas dos visitantes; da ação conseqüente de melhorar e expandir as infraestruturas necessárias aos eventos; da geração de benefícios para a comunidade local; da promoção das artes, desporto e cultura e da diminuição dos impactos ambientais negativos. Desta forma, “o turismo de eventos evidencia-se como uma tendência promissora que gera movimento económico, político e social para o lugar onde se insere” (Marujo, 2015, p. 3).

Os eventos têm então a capacidade de trazer diversos benefícios para os destinos, já que “em termos económicos, os eventos são percebidos como catalisadores para a atração de visitantes e aumentam o seu período de permanência, bem como o seu gasto médio. Proporcionam o desenvolvimento de infraestruturas,

promovem o local como destino turístico, podem propiciar às comunidades anfitriãs a oportunidade de apresentarem as suas qualidades, receber potenciais investidores e promover novas oportunidades de negócio, e também criam emprego” (Marujo, 2015, p. 6). Neste sentido os eventos apresentam-se como benéficos para o destino, para as entidades governamentais e para as empresas privadas, pelo que o planeamento e a gestão dos eventos no destino são um assunto essencial a abordar quando se refere os benefícios de um evento, uma vez que se um evento correr bem, consegue provocar nos residentes um sentido de orgulho, no entanto, se um evento correr mal, os efeitos positivos podem tornar-se nefastos através de publicidade negativa, constrangimentos políticos e até mesmo processos legais dispendiosos (Bowdin, Allen, O’Toole, Harris, & McDonnell, 2011). É neste contexto que se insere a abordagem de portfólio de eventos, tema escolhido para a presente investigação. Um portfólio de eventos apresenta-se como uma padronização estratégica de eventos interrelacionados entre si, que comportam benefícios através da cultivação de mercados, da partilha de conhecimentos, da abordagem de temáticas comuns e da mobilização de recursos partilhados (Ziakas & Costa, 2011b). É, então, benéfico analisar eventos numa perspetiva de portfólio uma vez que através desta abordagem podemos servir múltiplos propósitos ao fazermos essa análise de forma holística, estratégica e coordenada (Ziakas, 2010).

Esta investigação será conduzida em torno da abordagem de portfólio de eventos - tendo em conta as vantagens já enumeradas -, no contexto nacional, pelo que o foco desta investigação será o Concelho de Cantanhede. De acordo com o website do Município, Cantanhede é o maior concelho do distrito de Coimbra e localiza-se entre Coimbra, Aveiro e Figueira da Foz. A norte tem os municípios de Mira, Vagos e Oliveira do Bairro; a sul Figueira da Foz, Montemor-o-Velho e Coimbra e a este os municípios de Anadia e Mealhada. É palco de diversos eventos anuais, nomeadamente EXPOFACIC, FOLK Cantanhede, Open Internacional de Cantanhede e Cantanhede Ladies Open. Para além destes eventos de maior dimensão, são também realizados ao longo do ano eventos mais pequenos e segmentados pelas diferentes localidades, tais como caminhadas solidárias, diversas feiras gastronómicas, o Ciclo de Teatro Amador e vários eventos musicais.

Tendo em conta a oferta de eventos do Concelho, torna-se relevante realizar

uma análise relativa a um portfólio de eventos para a cidade que englobe não só os eventos de grande escala, mas também os mais pequenos, evidenciando a sua importância a nível de coesão e sinergias. Por conseguinte, o objetivo principal desta investigação é entender quais as potencialidades de um portfólio de eventos no Concelho de Cantanhede, analisando as suas oportunidades e os seus riscos, contribuindo assim para uma potencial implementação de um portfólio de eventos em Cantanhede. Para responder a este objetivo geral, é necessário responder a outros específicos, cujo cumprimento permitirá obter resposta para a questão de investigação: *Qual a potencialidade da implementação de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede?* Portanto, como objetivos específicos foram definidos os seguintes:

1. Entender de que forma os eventos beneficiam o turismo e o destino onde têm lugar;
2. Conhecer as potencialidades turísticas e os eventos mais impactantes no Concelho de Cantanhede;
3. Demonstrar os riscos e oportunidade de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede.

Para realizar esta análise e atingir estes objetivos, foi elaborado um enquadramento teórico sobre o turismo de eventos e suas potencialidades e sobre a gestão e planeamento de eventos, com enfoque na abordagem de portfólio de eventos. Procedeu-se também à análise de dois eventos já existentes na cidade: EXPOFACIC e FOLK Cantanhede. Realizaram-se entrevistas aos respetivos organizadores de cada evento para entender de que forma os seus eventos têm impacto quer na economia, quer na vida social da cidade, qual o seu objetivo de realização, quais as sinergias que existem entre eles e as empresas associadas e qual o balanço das edições anteriores, uma vez que se tratam de eventos realizados anualmente, com alguns anos consideráveis de existência. Com esta análise pretende-se averiguar se já existe ou não a ideia de portfólio de eventos na cidade e se a sua possível existência atribuirá valor aos eventos e de modo consequente ao Concelho.

1.2. Metodologia

A metodologia proposta para esta investigação comporta duas componentes essenciais: a extensa revisão de literatura, que resultará num enquadramento teórico, sobre as temáticas relacionadas com o turismo de eventos e com gestão e planeamento de eventos, especialmente sobre a temática de portfólio de eventos; e uma pesquisa empírica, que resultará na recolha de dados primários e respetiva análise, relativa aos eventos do Concelho de Cantanhede, e respetiva visão dos responsáveis pela organização de eventos da cidade sobre as potencialidades da implementação de um portfólio de eventos no Concelho.

A revisão de literatura relativa às temáticas mencionadas pretende responder ao objetivo: entender de que forma os eventos beneficiam o turismo e o destino onde têm lugar. Este objetivo subdivide-se nos seguintes: clarificar o conceito de turismo de eventos; conhecer a tipologia de eventos; entender os impactos dos eventos no destino, a sua importância e o seu potencial enquanto produto turístico; entender o conceito de portfólio de eventos, o seu valor para o destino e os modelos de planeamento.

A análise dos dados secundários obtidos através da revisão intensiva do website do Município, de material publicitário e de divulgação providenciado pela Câmara Municipal de Cantanhede, permitiram dar resposta ao objetivo: conhecer as potencialidades turísticas e os eventos mais impactantes no Concelho de Cantanhede, que por sua vez se subdividiu em dois objetivos mais específicos: clarificar as potencialidades do Concelho de Cantanhede enquanto destino turístico e enquadrar os eventos de maior escala realizados na cidade: EXPOFACIC e FOLK Cantanhede. Estes objetivos pretenderam explicitar o porquê de o Concelho de Cantanhede ser um caso de estudo adequado a esta temática.

Os dados primários, imprescindíveis para esta investigação, foram recolhidos através de entrevistas aos responsáveis pela organização dos eventos escolhidos para estudo de caso, ou seja, a EXPOFACIC e FOLK Cantanhede. Inicialmente existia a intenção de entrevistar também os responsáveis pelos eventos desportivos, mencionados no início do presente capítulo, mas tal não se verificou possível. Assim, sendo a EXPOFACIC realizada pela Empresa Municipal INOVA e pela Câmara

Municipal, realizou-se uma entrevista ao representante da Câmara Municipal de Cantanhede na Comissão Organizadora da EXPOFACIC e ao respetivo representante da INOVA-EM. Relativamente ao FOLK Cantanhede, organizado pelo Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, foi realizada uma entrevista ao representante do grupo e respetivo representante da comissão executiva do FOLK Cantanhede. Estas entrevistas permitiram entender como se processa a organização destes eventos e qual a sua abertura para serem incluídos num portfólio de eventos. Pretendeu-se ainda obter a perspetiva do governo local sobre esta temática, pelo que foi manifestado interesse em entrevistar altos cargos da Câmara Municipal de Cantanhede. Tendo em conta a indisponibilidade de um dos altos cargos em colaborar com o estudo, apenas foi possível realizar uma das entrevistas previstas. Esta entrevista teve como propósito conhecer a perspetiva do governo local relativamente à importância dos eventos para a cidade, em que é que a cidade pode melhorar e quais as perspetivas futuras ao nível dos eventos e turismo. Estas entrevistas tiveram como intenção responder ao objetivo: demonstrar os riscos e oportunidades de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede, que por sua vez pretendeu dar resposta ao seu objetivo adjacente: descrever e avaliar a opinião dos organizadores dos eventos abordados, assim como do governo local acerca da potencialidade de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede.

A análise dos dados recolhidos através das entrevistas processou-se através do método de análise de conteúdo, numa perspetiva de análise *within-case*, caso a caso, ou seja, cada uma das quatro entrevistas foi analisada integralmente na sua individualidade e após essa análise particular, os resultados foram cruzados entre entrevistas, numa perspetiva de análise *cross-case*. Nesta análise foram detetadas as temáticas, referências, afirmações de cada caso e posteriormente cruzados todos os aspetos comuns entre as entrevistas. No final da análise dos resultados, pretende-se concluir sobre quais os riscos e oportunidades que um portfólio de eventos poderá ter para o Concelho de Cantanhede e conseqüentemente dar resposta à questão de investigação proposta: *Qual a potencialidade da implementação de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede?*

Em conclusão, esta investigação pretende entender qual o panorama da organização de eventos do Concelho de Cantanhede, conhecer as suas lacunas e as

suas potencialidades, para posteriormente concluir se a abordagem de um portfólio de eventos para o Concelho é uma abordagem pertinente ou não executável. No final da presente investigação deve ser possível propor formas de levar a cabo essa implantação, de forma a ter em vista o desenvolvimento dos eventos de menor escala do Concelho, criando propostas de medidas políticas e estratégicas relativas a um portfólio de eventos, que tenha em conta as necessidades básicas do Município e das associações ligadas à organização de eventos, tais como os benefícios económicos, sociais e de proteção dos seus recursos inerentes.

1.3. Estrutura da Investigação

Após concluir a apresentação e relevância do tema, e a metodologia a utilizar, é apresentada ainda a estrutura da dissertação. Tendo em conta as linhas estruturais e os objetivos propostos para a investigação, a presente dissertação divide-se em seis capítulos essenciais.

O primeiro capítulo refere-se à presente introdução, em que é revelado o tema, objetivos e métodos de investigação a utilizar.

O segundo capítulo ostenta uma extensa revisão de literatura que culmina num enquadramento teórico, cujos temas abordados foram o turismo de eventos - particularmente o seu conceito e evolução, as diversas tipologias, os seus impactos, importância e potencialidades enquanto produtos turístico -, e a gestão e planeamento de eventos, com enfoque no portfólio de eventos – especificamente no seu conceito e gestão, no seu valor associado, no planeamento estratégico, na importância das suas redes e sinergias e no exemplo de maior sucesso de um portfólio de eventos: Fort Stockton.

O capítulo três explicita os casos de estudo abordados, nomeadamente o Concelho de Cantanhede e as suas potencialidades turísticas e os dois eventos analisados: FOLK Cantanhede e EXPOFACIC. Neste capítulo está descrito um breve historial dos eventos e algumas evoluções no seu processo de gestão.

O capítulo quatro aborda a metodologia utilizada na elaboração desta investigação, desde um breve enquadramento teórico do que é a metodologia de investigação, à explicitação da questão de investigação, objetivos, quadro conceptual e hipóteses, culminando na operacionalização do estudo,

especificamente o método de investigação utilizado, a população e amostra em estudo, o instrumento de recolha de dados, a elaboração do guião das entrevistas e finalmente o método utilizado na análise de dados.

No capítulo cinco são apresentados os resultados dos dados recolhidos e analisados segundo os métodos descritos na metodologia, ou seja, a análise caso a caso de cada uma das quatro entrevistas e a análise cruzada da informação obtida nas quatro entrevistas relativamente aos tópicos de análise de um portfólio de eventos.

A dissertação termina com o capítulo seis em que são expostas as conclusões retiradas da análise descrita no capítulo anterior, assim como propostas de medidas para implementação do portfólio de eventos e para futura investigação, culminando nas limitações encontradas ao longo da investigação.

Capítulo 2 – Enquadramento Teórico

O enquadramento teórico é uma componente imprescindível num trabalho de investigação, uma vez que estabelece a base teórica que servirá de guia para a implementação prática do estudo. Assim, o presente capítulo apresenta uma explicitação das principais temáticas desta investigação: o Turismo de Eventos, com enfoque na sua evolução, tipologias, impactos no destino, importância e potencialidades como produtor turístico e a Gestão e Planeamento de Eventos, com enfoque principal na abordagem de portfólio de eventos.

2.1. Turismo de Eventos

2.1.1. Conceito e evolução

O estudo sobre o papel dos eventos no turismo teve início com Donald Getz, na década de 80. Para o autor, os eventos são um importante motivador do turismo e figuram proeminentemente nos planos de desenvolvimento e marketing da maioria dos destinos (Getz, 2008). Os eventos planeados mostram-se como um fenómeno espaço-temporal em que cada um é único devido às interações que ocorrem durante o evento, entre os participantes e os sistemas de gestão dos eventos (Getz, 2008). Desta forma, note-se que para serem bem sucedidos, os eventos resultam do trabalho produzido por uma equipa de organização (Goldblatt, 2011), pelo que, de acordo com Watt, (2007, p.16), “um evento é algo que acontece e não apenas existe (...) alguém deve fazer com que aconteça”. Por consequência, um evento é um acontecimento previamente planeado que, se recorrente, não deve ser realizado mais do que uma vez por ano. Tem objetivos definidos quer para o público-alvo, quer de desenvolvimento para os organizadores, sendo por isso necessário haver pesquisa, planeamento e organização prévia que devem ser levados a cabo por uma equipa organizadora (Getz, 2008). Um evento é organizado com o intuito de promover, interessar e potenciar economicamente o local onde se realiza (Mossberg, 2000; Watt, 2007).

O facto de os eventos terem um carácter único cria nos participantes uma necessidade de participação uma vez que, como um evento nunca é igual ao anterior,

só participando em cada um deles é que se consegue ter uma experiência verdadeiramente única, pois quando terminam não é possível voltar a experienciá-los (Getz, 2008).

Desde sempre que os eventos são parte integrante da civilização, principalmente no que se refere ao entretenimento social, como o caso da criação dos Jogos Olímpicos em Atenas em 776 a.C. (Allen, O’Toole, McDonnell, & Harris, 2002). Os eventos tornaram-se numa forma de expressão cultural de uma comunidade, que resulta da necessidade humana de se experienciar e identificar coletivamente (Getz, 2007).

Apesar de os eventos serem uma constante na civilização, os governos só na década de 80 é que reconheceram o valor económico e promocional dos eventos, começando a financiar o profissionalismo na sua organização (Allen et al., 2002). A consciência relativa à importância dos eventos prolongou-se para a década de 90. Para Getz (2008), o ano de 1990 foi o ano marcante para a literatura de eventos, estabelecendo a maturidade dos eventos através de uma proliferação de programas profissionais, universitários e conferências científicas sobre o tema. É a partir do século XXI que se começa a falar em indústria de eventos devido ao seu rápido crescimento e evolução (Bowdin et al., 2011).

De acordo com Allen et al. (2002) e Getz (2008), os eventos para serem bem sucedidos necessitam de participantes. Estes visitantes procuram socializar com pessoas com os mesmos interesses e fugir à rotina diária, tendo como objetivos maioritários o desejo de lazer, entretenimento, socialização, aprendizagem e contacto com a novidade.

Em 1990, Getz fala pela primeira vez em eventos especiais. Estes eventos variam do ponto de vista do organizador e do espetador, pelo que podemos ter duas definições para o mesmo conceito. Para o organizador, “um evento especial é um evento que ocorre uma vez ou com pouca frequência fora do programa e atividades normais de um corpo patrocinador ou organizador” (Getz, 1991, p. 44). Para o espetador, “um evento especial é uma oportunidade para uma experiência de lazer, social ou cultural fora do leque normal de escolhas ou para lá da experiência do quotidiano” (Getz, 1991, p. 44). Os eventos especiais englobam atributos como o ambiente festivo, carácter único, a qualidade, autenticidade, tradição, hospitalidade,

tema e simbolismo que permitem a atmosfera especial destes eventos (Allen et al., 2002). Allen et al. (2002, p. 11) completam a definição de Getz ao definirem eventos especiais como sendo “rituais específicos, apresentações, performances ou celebrações que são planeadas conscientemente e criados para marcar ocasiões especiais ou para alcançar metas e objetivos sociais, culturais ou corporativos particulares.”

No que se refere à categorização dos eventos, a mais comum e encontrada em diversos autores é relativa ao seu tamanho e escala e à sua forma e função (Allen et al., 2002; Bowdin et al., 2011; Getz, 2007). Allen et al. (2002) defendem que a classificação mais utilizada é referente ao tamanho e escala sendo as principais categorias os Megaeventos, Eventos Marcantes (*Hallmark Events*), Grandes Eventos e Pequenos Eventos. Apesar dos eventos mais lucrativos serem os de maior escala – megaeventos, eventos marcantes e grandes eventos - e por isso os mais abordados na literatura, é importante salientar os eventos pequenos de escala regional e local, que, segundo Getz (2008), podem vir a evoluir desta escala para uma escala nacional e posteriormente para uma escala internacional. Relativamente à classificação por forma e conteúdo, as categorias mais utilizadas na literatura são eventos desportivos, eventos de negócios e eventos culturais (Bowdin et al., 2011). Os eventos com maior potencial de serem explorados são os eventos culturais, uma vez que se subdividem em várias subcategorias, tais como Festivais, Carnavais, Comemorações Históricas, Desfiles e Procissões, Eventos Religiosos, Políticos e de Estado e Eventos Artísticos, quer sejam eles artes performativas, literatura ou artes visuais (Getz, 2007).

No segmento que se segue, serão abordadas as classificações dos eventos especiais quer relativa ao tamanho e escala, quer relativa à forma e função.

2.1.2. Tipologias de Eventos

Como mencionado anteriormente, o presente subcapítulo será constituído pelas diversas tipologias dos eventos. No que se refere à classificação por tamanho e escala, as categorias abordadas serão os Megaeventos, Eventos Marcantes (*Hallmark Events*), Grandes Eventos e Pequenos Eventos. Relativamente à classificação por forma e conteúdo, as tipologias abordadas são os eventos desportivos e de negócios e os eventos culturais.

2.1.2.1. Tamanho e Escala

Megaeventos

De acordo com Getz (2007), os megaeventos referem-se ao maior e mais significativo dos eventos. Podem ser definidos relativamente ao volume de visitantes ou custo, pelo que, os megaeventos deverão exceder um milhão de visitantes, o capital deve atingir no mínimo quinhentos milhões de dólares e deve ainda alcançar a reputação de evento imperdível (Getz, 1991). Os megaeventos são eventos que afetam toda a economia e ecoam nos media a nível global, sendo que são eventos que para serem realizados em determinado destino, esse destino teve de ganhar o concurso para a sua realização (Bowdin et al., 2011). Assim, estes eventos são muitas vezes especificamente vocacionados para o turismo internacional sendo descritos como mega devido ao seu “tamanho em termos de assistência, mercado-alvo, nível de envolvimento público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto económico e social na comunidade local” (Hall, 1997, p. 5). Esta definição de megaevento é corroborada por Getz (1991, p.25), que afirma que “pelo seu tamanho e significância os megaeventos abarcam níveis extraordinários de turismo, cobertura mediática, prestígio ou impacto económico para a comunidade local ou destino.” Estas características permitem que os megaeventos afetem economias na sua totalidade, sendo reproduzidos internacionalmente pelos media, com o objetivo de deixar uma imagem positiva forte no público-alvo (Hall, 1997). Os exemplos mais flagrantes de megaeventos são os Jogos Olímpicos ou os Mundiais de Futebol que não só atraem uma enorme quantidade de turistas, mas também de investimento e repercussão mundial do país ou cidade onde é realizado o evento (Hall, 1997).

Eventos Marcantes (*Hallmark Events*)

A categorização de eventos marcantes surge com Ritchie (1984, p. 2), que os definiu como “grandes eventos únicos ou recorrentes de duração limitada, primeiramente desenvolvidos para aumentar o reconhecimento, atratividade e rentabilidade de um destino turístico a curto e longo prazo.” O sucesso destes eventos depende do seu “carácter único, estatuto ou significância temporal”

(Ritchie, 1984, p. 2). Getz (2007) completa a definição de Ritchie definindo eventos marcantes como

“aqueles que possuem tal significância em termos de tradição, atratividade ou publicidade que o evento fornece ao local anfitrião, à comunidade ou ao destino uma vantagem competitiva. Ao longo do tempo, o evento e a imagem do destino tornam-se intrinsecamente ligadas. Os eventos marcantes são, por definição, “instituições” permanentes nas suas comunidades e sociedades” (p. 24)

Os eventos marcantes referem-se, segundo Bowdin et al. (2011), àqueles que se tornam tão identificáveis com o espírito de uma cidade que se tornam indissociáveis do seu nome, ganhando grande reconhecimento e notoriedade. Ainda de acordo com Bowdin et al. (2011), os eventos clássicos desta tipologia são o Carnaval do Rio de Janeiro, Brasil ou a Oktoberfest em Munique, Alemanha.

De uma forma geral, os eventos marcantes são reconhecidos como sendo valiosos para os destinos uma vez que conseguem desencadear oportunidades de vantagens competitivas para o destino no mercado turístico, enquanto podem minimizar impactos negativos na comunidade local (Hall, 1997).

De salientar que os eventos marcantes nem sempre são criados com o objetivo de serem classificados como tal. No entanto, estes podem ter origem em pequenos eventos que maduram e, ao longo do tempo têm a capacidade de se tornar icónicos de um local (Bowdin et al., 2011). Desta forma, estes eventos conseguem esta “mítica posição através da longevidade, atenção dos media e reputação positiva no destino e para o destino” (Getz, Svensson, Peterssen, & Gunnervall, 2012, p. 51).

Grandes eventos e pequenos eventos

Para finalizar a tipologia por tamanho e escala estão os grandes e os pequenos eventos.

Os grandes eventos, segundo Bowdin et al. (2011), são os eventos “que pela sua escala e interesse mediático são capazes de atrair um número significativo de visitantes, cobertura mediática e benefícios económicos” (p. 20). Ainda segundo estes autores, os grandes eventos são, na sua maioria, eventos desportivos, porém, eventos culturais como festivais de artes podem ser considerados grandes eventos,

na medida em que são capazes de conseguir os mesmos benefícios que os eventos desportivos (Bowdin et al., 2011).

Os pequenos eventos ou eventos comunitários, como muitas vezes são referidos, são organizados tendo como público-alvo a comunidade local e como base o seu valor social, de divertimento e entretenimento (Bowdin et al., 2011). A realização destes pequenos eventos produzem um leque de benefícios, tais como o sentido de orgulho na comunidade, fortalecendo o sentimento de pertença e criando o sentido de lugar (Bowdin et al., 2011). Assim, segundo Bowdin et al. (2011), estes eventos “ajudam a expor as pessoas a novas ideias e experiências, a encorajar a participação em desportos e atividades artísticas e a encorajar a tolerância e diversidade” (p. 19). Janiskee (1996 citado por Bowdin et al., 2011) define eventos locais ou comunitários como eventos de divertimento familiar que pertencem à população, uma vez que neles são usados serviços voluntários da comunidade, albergam espaços públicos e estão ao embargo de agências governamentais locais ou associações e organizações não governamentais.

2.1.2.2. Forma e conteúdo

Eventos desportivos e de negócios

Os eventos desportivos são o tipo de eventos com maior bagagem histórica, uma vez que remetem para os Jogos Olímpicos, sendo este o evento desportivo mais analisado na literatura (Getz, 2008). Os eventos desportivos estabeleceram-se, então, como uma parte importante e em crescimento da indústria dos eventos (Bowdin et al., 2011). Esta tipologia implica uma competição, quer seja em equipa ou individual. De acordo com Bowdin et al. (2011) a capacidade dos eventos desportivos conseguirem atrair turistas, gerar cobertura mediática e impacto económico, colocou-os no topo das estratégias de marketing de eventos da maioria dos destinos. Para estes autores, os eventos desportivos não são só benéficos para a comunidade anfitriã e organizações desportivas, mas também beneficiam os participantes, tais como os jogadores, treinadores e oficiais do evento, provocando nos espetadores a sensação de divertimento e prazer.

Tal como os eventos desportivos, os eventos de negócios também são capazes

de gerar lucro considerável para a comunidade anfitriã, pelo que a maioria das grandes cidades possui infraestruturas destinadas a acolher este tipo de eventos. Nesta área foram realizados estudos relativamente à capacidade dos governos entenderem os benefícios da indústria MICE (Meetings, Incentives, Conventions e Events/Exhibitions), como é o caso da investigação de Weber e Ladkin (2004) e a sua dimensão turística, referida por Yoo e Weber (2005) e Lee e Back (2005) (Getz, 2008). As participações nos eventos de negócios são sempre definidas pela necessidade de realizar um negócio, de avançar na carreira ou de cumprir as tarefas de um trabalho (Getz, 2008). Apesar da motivação inicial ser o negócio, é certo que quando está no destino, o turista procura conhecer e aproveitar o seu tempo de lazer e fá-lo muitas vezes nas atrações que se encontram nesse local, tal como foi analisado por Davidson (2003) (Getz, 2008).

Eventos Culturais

Os eventos culturais estão intrinsecamente ligados a celebrações de uma comunidade e fazem parte da Humanidade desde os seus primórdios. Para Getz (2007), o termo celebração tem diversas conotações. Pode significar uma ocasião alegre, para marcar algum momento feliz, uma diversão, oportunidade de ter um dia ou um evento com cerimónias de respeito e festividades; pode corresponder a uma cerimónia, como um casamento e pode ainda significar um momento de exaltar, louvar ou aclamar (Getz, 2007). Apesar de todas as conotações, é inegável que as celebrações culturais são eventos solenes e alegres que têm significados culturais (Getz, 2007).

Segundo Getz (2007), os eventos culturais podem assumir a forma de festivais, carnavais, comemorações históricas, desfiles e procissões, eventos religiosos, políticos e de Estado e eventos artísticos ou de entretenimento e são uma das abordagens mais antigas e bem estabelecidas do estudos dos eventos.

Festivais

De acordo com Getz (1991), para se conseguir entender as origens e o significado cultural e social dos festivais é necessário recorrer a outras áreas de investigação, especificamente a sociologia e a antropologia. Citando o académico

Falassi (1987), Getz (2007) define festival como sendo um fenómeno social encontrado em quase todas as culturas humanas. Note-se que o termo festival tem várias conotações, podendo ser usado para se referir a uma celebração das artes, de uma localização específica ou do interesse comum de uma comunidade, como é o caso da religião (Bowdin et al., 2011).

Na perspetiva de Getz (2007), o termo festival é demasiado usado e diversas vezes mal utilizado. No seu ponto de vista, este termo é cada vez mais utilizado para retratar promoções comerciais ou festas, sendo reduzido a designar um programa de entretenimento público ou um momento especial para divertimento, mais do que a celebração de algo. Desta forma, Getz (2007) define festivais como sendo simplesmente “celebrações temáticas e públicas” (p. 31).

Não podemos negar que os eventos culturais, sobretudo os festivais, estão altamente ligados ao turismo como forma de gerar negócios e lucro para a comunidade que os promove (Bowdin et al., 2011). Os governos estão cada vez mais interessados no potencial dos festivais apoiando iniciativas públicas e privadas, com o objetivo de criar festivais que atinjam os mais diversos mercados (Bowdin et al., 2011).

Os festivais têm sido analisados no contexto de marketing do destino, desenvolvimento urbano, turismo e mudanças sociais como é o caso do trabalho desenvolvido por Quinn (2006), Picard & Robinson (2006), Andersson & Getz (2008) ou Litvin (2013). No entanto o estudo das manifestações artísticas e a sua relação com o turismo ainda é deficiente devido à tensão existente entre estes setores (Getz, 2007), pelo que seria pertinente analisar o contributo dos eventos artísticos para o turismo de um destino.

Artes e Entretenimento

É seguro afirmar que quase qualquer atividade desportiva, artística ou evento pode ser visto como forma de entretenimento. De acordo com Getz (2007), inserem-se nesta categoria formas de cultura popular, tais como concertos, cerimónias de prémios, teatro, exposições de arte e espetáculos de dança.

O conceito de entretenimento é um conceito passivo uma vez que corresponde a algo experienciado apenas por prazer, sem a necessidade de pensar no significado

histórico e cultural dos valores que são expressos (Getz, 2007). O entretenimento é muitas vezes classificado com algo hedónico e não uma celebração cultural. Segundo Getz (2007), este facto torna o entretenimento num mero negócio, parte de uma enorme indústria e, muitas vezes, acontece fora das políticas governamentais, artísticas e culturais. Esta situação, leva a que seja necessário distinguir o que são atividades culturais do que é apenas mero entretenimento.

O teatro classifica-se como uma ampla categoria dos eventos planeados, de acordo com Getz (2007). Nesta categoria, de artes performativas, inserem-se as encenações teatrais, a música e outras artes que impliquem um palco e um ambiente encenado. De uma forma geral, segundo Getz (2007), as artes performativas

“(…) envolvem a atuação de pessoas, tais como músicos, cantores, bailarinos, ou atores e audiência. No que é muitas vezes chamado de “alta cultura” existe as sinfonias, o ballet, ópera e o teatro tradicional. Na “cultura popular” podemos adicionar todas as formas de concertos musicais (desde o jazz à nova era, pop e hip-hop), dança (moderna, sapateado e jazz) e performances alternativas tais como arte de rua e magia” (p. 37).

Já o cinema e a televisão entregam o entretenimento de uma forma indireta, através de um ecrã e não pessoalmente. Ainda segundo Getz (2007), a moda também pode ser associada às artes performativas, principalmente quando nos referimos aos desfiles e exposições que existem em seu redor.

A literatura e as artes visuais têm muitas vezes a capacidade de se estabelecerem como temáticas para eventos. A literatura consiste tradicionalmente no mundo impresso, nos livros, nas revistas e nos blogs online, contudo, apenas consideramos a literatura uma arte se esta for escrita num determinado estilo, como poesia ou romance (Getz, 2007). A literatura ascende a arte performativa quando são planeados, por exemplo, festivais com esta temática e são realizadas leituras que são de facto performances, o que acontece nos festivais de *storytelling* (Getz, 2007). No que se refere às artes visuais, a pintura, escultura e o artesanato são as artes visuais mais comuns, sendo muitas vezes planeadas sobre a forma de espetáculos e exposições (Getz, 2007). As instalações artísticas são um misto entre exposição e

evento especial (Getz, 2007) uma vez que envolve não só o conceito artístico mas também outras disciplinas como a engenharia e a tecnologia. A arquitetura está estabelecida como arte visual, já os media digitais estão cada vez mais a ganhar terreno no ramo da expressão artística visual (Getz, 2007).

Para além da classificação dos eventos artísticos até aqui enunciados, este tipo de eventos pode ser também categorizado através de critérios como a profissionalização ou não dos artistas, se são eventos de competição ou festivos, se são eventos com diversos géneros de arte ou de culturas, se são eventos pagos ou livres, regulares, periódicos ou únicos, ou simplesmente se são eventos temporários, nomeadamente quando se refere a performances únicas ou se são permanentes (Getz, 2007).

Em conclusão, os eventos planeados são-no com um objetivo e o que começou por ser um conjunto de iniciativas individuais e comunitárias, tornou-se o campo de ação de muitos profissionais e empresários (Getz & Page, 2016). A Figura 1 resume a tipologia dos quatro eventos mais realizados, relativamente à sua forma e conteúdo, assim como as atividades de cada tipologia e os espaços a si associados.

Após caracterizar as diversas tipologias de eventos, é necessário entender quais os impactos que os eventos são capazes de provocar nos destinos. Estes impactos podem ser negativos ou positivos e ocorrem nas áreas ambiental, sociocultural, económica, psicológica, política e turística. No segmento que se segue estes impactos irão ser detalhadamente abordados.



Figura 1: Tipologia de eventos planeados e espaços | Fonte: Getz & Page (2016)

2.1.3. Impactos dos Eventos no Destino

A sustentabilidade é um conceito cada vez mais debatido na literatura do turismo, uma vez que um destino só pode desenvolver-se de forma bem-sucedida se respeitar o ambiente, a comunidade e todos os recursos a si inerentes. O turismo de eventos não é exceção, uma vez que os eventos ao serem realizados afetam diversos aspetos da vida da população, especificamente aspetos sociais, económicos e ambientais, o chamado *Triple Bottom Line*, que define que o evento para ser sustentável, a sua organização tem de ter em conta os possíveis impactos que podem ocorrer no meio ambiente, na população e nas receitas económicas (Richards & Palmer, 2010).

Para Hall (1997), os impactos variam consoante a longevidade e o estatuto do evento da mesma forma que variam tendo em conta a comunidade local, uma vez que esta se preocupa com os custos envolvidos e impactos positivos para a comunidade a curto, médio e longo prazo. Só tendo consciência dos impactos é que os governos e promotores conseguirão o apoio da comunidade na realização e repetição dos eventos (Hall, 1997). Assim, é essencial entender e documentar os impactos dos eventos, para que a sua realização seja legitimada e para se conseguir envolver a comunidade local no processo de gestão e planeamento.

O sucesso dos eventos depende de diversos fatores, como a capacidade dos

gestores de conseguirem identificar, prever e gerir os impactos provenientes dos eventos e a capacidade de comunicação com os *stakeholders* (Bowdin et al., 2011). Segundo Allen et al. (2002), quanto maior for o evento maior é a probabilidade de acontecerem imprevistos e impactos negativos, sendo que nos locais mais pequenos os impactos são mais sentidos, podendo até alargar-se durante anos e tornarem-se permanentes (Getz, 2007). Desta forma, é necessária uma gestão sustentável do evento, possível através do balanço entre as diferentes dimensões da sustentabilidade – cultural, económica, social, ambiental e política -, e entre as diferentes necessidades dos *stakeholders* (Bowdin et al., 2011; Richards & Palmer, 2010).

De acordo com Bowdin et al. (2011), os eventos são uma oportunidade para destino mostrar as suas atrações. No entanto, é crucial ter em atenção os impactos no meio ambiente, na sociedade e na cultura, pois se um evento correr bem, consegue provocar nos residentes um sentimento de orgulho. Se o evento correr mal, os efeitos positivos podem-se tornar negativos através de publicidade negativa, constrangimentos políticos e até mesmo processos legais dispendiosos. Estes problemas sociais são muitas vezes provocados por uma má gestão e interpretação dos valores sociais e culturais da comunidade (Bowdin et al., 2011). Se os governantes forem capazes de investir corretamente as receitas geradas pelos eventos, estes podem ser uma fonte de crescimento económico local e de atração de visitantes em época baixa (Bowdin et al., 2011).

Para atingir esses benefícios, monitorizar os impactos de um evento torna-se numa ação de extrema importância, já que segundo Richards & Palmer (2010), esta monitorização permite justificar as contas de investimentos públicos; aumentar a qualidade dos serviços prestados no evento; avaliar as contribuições do evento para os objetivos estabelecidos para o destino; programar de forma eficiente eventos futuros no destino e suportar os recursos alocados ao evento. Portanto, os impactos económicos, de acordo com estes autores, podem ser analisados em diversas categorias, sendo elas os custos diretos; gastos dos participantes e efeitos no desenvolvimento do destino. Para Getz (1991), as mudanças na economia da comunidade local têm origem nos gastos atribuídos aos eventos, sendo que se espera que os resultados atinjam as metas estabelecidas e justifiquem as despesas

efetuadas.

Já os impactos culturais e sociais podem ser analisados tendo em conta o número de artistas e empresas culturais; o nível de produção cultural e as alterações no financiamento nas produções culturais (Richards & Palmer, 2010). Os efeitos sociais prendem-se então, segundo estes autores, com a perceção dos residentes relativamente à qualidade e impactos do evento e pela sua participação nos eventos (Richards & Palmer, 2010). Para concluir a linha de pensamento destes autores, um dos impactos mais importantes dos eventos, que é na maioria das vezes o motivo pelo qual os destinos os organizam, é a transformação ou criação da imagem de marca do destino (Richards & Palmer, 2010).

No que se refere aos impactos ambientais, como afirma Goldblatt (2000), os destinos querem sempre minimizar os impactos negativos resultantes da quantidade de visitantes e maximizar os impactos positivos que deixam o ecossistema do destino melhor do que era anteriormente ao evento.

Para saber como defender o destino dos impactos negativos e aproveitar os positivos, é necessário entender quais são esses impactos, sendo que na *Tabela 1* serão apresentados alguns dos impactos positivos e negativos, já estudados por autores como Allen et al. (2002), Bowdin et al. (2011) e Hall (1997).

Impactos	Económicos	Físicos e Ambientais	Socioculturais	Psicológicos	Políticos	Turísticos
Positivos	<ul style="list-style-type: none"> • Rendimento mais elevado; • Crescimento médio das receitas e arrecadação das taxas; • Oportunidades de negócio; • Dinamização das atividades comerciais; • Criação de empregos diretos e indiretos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do ambiente; • Reconhecimento de modelos de boas práticas; • Crescimento da preocupação ambiental; • Legado de infraestruturas; • Melhorias no transporte e na comunicação; • Renovação do transporte urbano; 	<ul style="list-style-type: none"> • Partilha de experiências culturais; • Revitalização das tradições; • Orgulho da comunidade e validação de certos grupos locais; • Aumento da participação da comunidade e de voluntariado e cooperação comunitária; • Introdução de novas ideias e desafios; • Expansão da perspetiva cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do orgulho local e espírito comunitário; • Entusiasmos durante o evento; • Reconhecimento e tolerância com outras culturas; • Aumento do otimismo e autoestima; 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do prestígio e reconhecimento internacional; • Promoção, investimentos e projeção pública dos intervenientes do evento; • Propagação de valores políticos; • Coesão social; • Desenvolvimento de competências de gestão; 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoção do destino e crescimento do número de visitantes; • Extensão de permanência dos turistas; • Redução da sazonalidade; • Melhoria da imagem do destino;
Negativos	<ul style="list-style-type: none"> • Exploração e pressão adicional sobre os serviços locais; • Inflação de preços e especulação imobiliária; • Custos de oportunidade face a outros investimentos; • Má gestão financeira; • Perdas financeiras; • Grande necessidade de recursos financeiros; 	<ul style="list-style-type: none"> • Prejuízos para o ambiente; • Aumento da poluição atmosférica, sonora e visual; • Destruição do património; • Congestionamento de trânsito; • Sobrelotação do local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alienação da comunidade; • Manipulação da comunidade; • Imagem negativa da comunidade; • Comercialização de atividades pessoais; • Intromissão na vida privada da comunidade; • Aumento da insegurança; • Abuso de substâncias; • Abuso de poder; • Choques culturais; 	<ul style="list-style-type: none"> • Alterações nos estilos de vida, hábitos e costumes; • Hostilidades com os visitantes; • Excessiva tolerância e flexibilidade da legislação durante o evento; • Sentimento de tristeza e monotonia no final do evento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Risco de o evento falhar; • Aplicação errada dos rendimentos; • Falta de responsabilidade; • Perda de controlo e de propriedade da comunidade; • Legitimação de ideologias e promulgar estratégias ou decisões; 	<ul style="list-style-type: none"> • Resistência da comunidade ao turismo; • Perda da autenticidade do destino; • Prejuízos na reputação do destino; • Excessiva “turistificação”; • Deterioração da qualidade dos serviços; • Excessivo favorecimento da atividade turística;

Tabela 1: Impactos dos Eventos | Fonte: Hall (1997); Bowdin et al. (2011); Allen et al. (2002) | Elaboração Própria

Analisados os impactos no destino, é necessário entender de que forma é que os eventos são importantes para o turismo e o que é que lhes confere essa importância. O segmento seguinte irá refletir nesta mesma questão: qual a importância dos eventos para o turismo e porquê essa importância?

2.1.4. Importância dos Eventos

Os eventos têm diversos níveis de importância dependendo de pessoa para pessoa, de comunidade para comunidade e até entre governos. Para os participantes, as expectativas sobre o evento variam, assim como as suas emoções e o seu grau de participação nos mesmos (Bowdin et al., 2011). Para a comunidade, os eventos são importantes uma vez que promovem a economia local, o turismo do destino e poderão gerar outros impactos a longo prazo, como é o caso dos legados, sendo indiscutível que quanto maior for o evento, maiores são os seus impactos económicos e sociais a nível local e regional (Britto & Fontes, 2002).

Os eventos são cada vez mais encarados como indispensáveis para o crescimento do turismo, sendo muitas vezes usados como geradores de visitas adicionais ou até mesmo criados com o propósito de ser atração principal (Dimanche, 2008).

Não só para a economia, mas também para o meio físico do destino, os eventos têm relevância considerável, uma vez que os eventos têm a capacidade de dinamizar as cidades e melhorar as suas condições de vida (Richards & Palmer, 2010). Isso é visível na realização de eventos como a “Cidade Europeia da Cultura”, que tem lugar anualmente na cidade europeia escolhida, já que esses eventos regeneram as infraestruturas da cidade, ao oferecer várias utilidades para as infraestruturas de espetáculos que ampliam o valor da imagem do destino e aumentam o consumo de bens e serviços (De Liu, 2015; Richards & Palmer, 2010).

Também os eventos de negócios têm a sua importância para os destinos, nomeadamente as convenções internacionais e a Europa domina, muitas vezes, os rankings das cidades sedes de eventos. Isto deve-se, maioritariamente, ao facto das sedes de importantes organizações se situarem em cidades europeias, como a

UNESCO¹, OCDE² e a ONU³. Londres, por sua vez, continua a ser um dos destinos mais dominantes na organização de eventos, pois é a sede de inúmeras empresas multinacionais e tem uma vasta e completa infraestrutura para o turismo de eventos (Spiller, 2002).

Para uma cidade se tornar numa cidade de eventos precisa de ser capaz de desenvolver uma relação efetiva com os *stakeholders*; criar uma visão estratégica; desenvolver uma programação com vários eventos; promover o evento; monitorizar os resultados e ser sustentável (Richards & Palmer, 2010).

O setor privado beneficia dos eventos no que respeita à coordenação que as empresas criam com os *stakeholders*, que muitas vezes se mantém pós evento. Com o marketing de eventos as empresas conseguem projetar a sua imagem no consumidor, reforçando os serviços que presta e aumentando as vendas (Bowdin et al., 2011). No setor público, os eventos são criados com o objetivo de melhorar fatores económicos, socioculturais e ambientais do destino, através do aumento de visitantes, consequente retenção de gastos e posicionamento do destino e da sua imagem no mercado global (Getz, Andersson, & Larson, 2007). Apesar de eventos diferentes e de organizações diferentes, os objetivos são semelhantes entre eventos privados e públicos: aumentar as vendas; melhorar a imagem; demonstrar compromisso com a responsabilidade social – no caso do setor privado -, aumentar o número de visitantes e melhorar a imagem do destino para os residentes e visitantes – no caso do setor público (Gupta, 2003).

A importância dos eventos é claramente significativa, contudo, para ter benefícios é necessário que esta indústria, seja capaz de ser flexível e aguentar as mudanças globais das tendências, as incertezas constantes derivadas das diferenças culturais e sociais entre as nações. Para superar estes desafios, os eventos devem ancorar-se na cultura e nas inovações tecnológicas que poderão permitir o reforço da identidade local e a construção de vantagens competitivas e diferenciadoras dos destinos (Go, Govers, & Vliegenthart, 2002).

¹ UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura.

² OCDE – Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico.

³ ONU – Organização das Nações Unidas.

Terminada a categorização dos eventos planeados, os seus impactos e a sua importância, torna-se essencial entender de que forma é que os eventos podem ser usados como produtos turísticos de forma a potenciar o destino económica, social e turisticamente. De seguida, será abordada a questão dos eventos enquanto produtos turísticos e a sua capacidade de se estabelecerem como motivadores para visita do destino.

2.1.5. Eventos como Produto Turístico

Os eventos ao longo dos anos têm-se assumido cada vez mais como uma das formas de lazer e turismo mais importantes e em exponencial crescimento. Isto torna o turismo de eventos num fenómeno mundial altamente apelativo e competitivo a todos os destinos, uma vez que todos têm capacidade de desenvolver eventos (Derrett, 2007; Getz, 2007). Esta capacidade surgiu, de acordo com Hall (1997), com o aumento do número de eventos realizados nas cidades europeias, consequência da procura dos turistas por oportunidades de lazer de curta-duração fora dos períodos convencionais, por sua vez promovida pelo aumento de rendimentos, tempos livres e alterações no padrão de vida convencional. É necessário relembrar que a importância dos eventos para o turismo apenas começou a ser tida em conta no século XXI. Como mencionado anteriormente, o primeiro artigo sobre os eventos foi publicado por Ritchie em 1974, no qual o autor abordou os impactos económicos dos eventos, que configura o tema mais comum na literatura. É, no entanto, a partir da década de 1990 que o estudo sobre o turismo de eventos avança e é legitimado pela criação da revista *Festival Management and Event Tourism*, atualmente denominada *Event Management*, e que publica, em 1993, artigos que começaram a formar a base da teoria e permitiram o avanço das investigações sobre o turismo de eventos, em temas mais abrangentes, tais como a motivação ou importância na procura turística (Getz, 2008). Desde a viragem do século, os eventos consolidaram o seu valor turístico e os eventos de grandes dimensões, devido à sua capacidade de mobilizar pessoas e investimento, captaram a atenção da maioria dos académicos (Getz, 2008).

Na sociedade atual, o turismo e os eventos são praticamente indissociáveis, pelo que são desenvolvidos em parceria por empresas especializadas - que surgem cada vez mais potenciando o emprego -, por entidades nacionais de turismo e por

organizações de marketing (Getz, 2008). Por este motivo os eventos são cada vez mais um fenómeno mundial importante quer para o turismo, quer para as comunidades locais, multiplicando-se, ano após ano, sendo que em cada edição provocam experiências turísticas diferentes (Getz et al., 2012; Reverté, 2010). Assim, é de salientar que quanto maior for o evento, mais necessária é uma gestão profissional para que seja bem sucedido, uma vez que os eventos menores conseguem ter sucesso apenas com o apoio governamental na sua promoção e comercialização (Reverté, 2010).

Após se estabelecer como objeto de estudo, o turismo de eventos sustenta-se com os seus objetivos e metas específicos. Para Getz (1991, 2005), o turismo de eventos tem como objetivo aumentar a competitividade e atratividade do destino em que se realiza através da criação de uma imagem favorável desse destino; da atração de visitas internacionais e consequente aumento das despesas dos visitantes; da ação consequente de melhorar e expandir as infraestruturas necessárias aos eventos; da geração de benefícios para a comunidade local; da promoção das artes, desporto e cultura e da diminuição dos impactos ambientais negativos. Desta forma, os eventos, quando organizados com sucesso e quando se encaixam com o destino, com a sua cultura, equipamentos e comunidade local, estabelecem-se como vantagens diferenciadoras de um destino, uma vez que são capazes de apelar às emoções, de provocar experiências únicas e autênticas que vão ser essenciais para a satisfação e fidelização do turista (Getz, 2005; Morales & Vela, 2009). Yolal, Çetinal, & Uysal (2009) defendem que as principais motivações para visitar eventos são o tema e atividades, a fuga e o entusiasmo - comum a todas as idades -, a vontade de socializar e lealdade ao evento nos mais jovens e a possibilidade de reunião familiar nos mais velhos. Para estes autores, os eventos criam um ambiente adequado à reunião e diversão das pessoas e isso, aleado à sua capacidade de melhorar a qualidade de vida da comunidade local, quer através da revitalização turística e melhoria de imagem, quer através da criação de novas ofertas de emprego e consumo local, leva a que os eventos sejam desejáveis a todos os destinos.

Devido à sua capacidade de influenciar a imagem de um destino, os eventos, segundo Getz (2007), são capazes de acrescentar e incentivar a visita e até de influenciar as decisões de viagem, já que conseguem de provocar a procura direta,

quando o turista se desloca ao destino para participar nos eventos, e procura induzida, antes e depois do evento através do que é publicitado pelos meios de comunicação social. As impressões do evento num visitante são, então, extremamente importantes, uma vez que para além de fidelizar os visitantes, permitem o *word-of-mouth* que atrairá novos visitantes na próxima edição (Getz, 2005). De salientar que quando não há uma boa organização do evento, estes efeitos enumerados como positivos, podem tornar-se negativos. Neste sentido, os eventos que mereceram mais atenção na literatura, como já mencionado, foram os megaeventos, tendo em conta a sua capacidade de atrair um grande número de visitantes internacionais e nacionais; de permitir o aumento de entrada de capital no destino e da sua capacidade de permitir que o capital circule dentro do destino, evitando a fuga para outros destinos (Getz, 1991). É, no entanto, crucial quando se organiza um evento, ter em conta o balanço entre o fluxo de turistas e a comunidade local; a escala do destino e a sua capacidade de carga e as diferenças económicas e culturais entre turistas e residentes (Derrett, 2007).

Quando participa num evento, o turista procura viver uma experiência particular e distinta do seu quotidiano e de outras atrações turísticas em que possa participar. Deste modo a procura desta experiência única que só acontece quando se participa num evento pode, em muitos casos, levar um turista a visitar um local que não visitaria se um evento ali não fosse realizado (Felsenstein & Fleischer, 2003). Os eventos têm grande repercussão na sociedade em que decorrem, uma vez que são um dos meios mais viáveis de contacto direto com a cultura local, permitindo interpretar o lugar, divulgar e preservar o seu património (Felsenstein & Fleischer, 2003; Getz, 1991).

De acordo com Getz (2005), o turista de eventos, para de facto ter impactos no local que visita, tem de permanecer pelo menos uma noite na região que visita; deslocar-se em grupo em que cada elemento do grupo realize as suas despesas; de consumir *merchandise* e realizar refeições no evento; optar por produtos locais e despender grande parte dos custos da viagem no local que visita. Para que estes benefícios aconteçam, é necessário, primeiramente, atrair os visitantes ao destino. O que motiva os turistas a participar nos eventos depende não só do tema de cada evento, mas também de fatores socioculturais que variam de pessoa para pessoa e

ao longo do tempo (Marujo, 2014). Neste contexto, os eventos dependem cada vez mais da heterogeneidade da procura, pelo que é essencial conhecer essa demanda e adequar a programação dos eventos para responder aos desejos e necessidades de cada segmento de procura (Marujo, 2014; Reverté, 2010).

Apesar do seu enorme potencial, nem todos os eventos conseguem desempenhar um papel significativo a nível turístico e isso deve-se, na perspetiva de Getz (1991), à falha dos destinos em atrair interesse turístico e da comunidade, devido ao pobre planeamento e *marketing*. Assim, para este autor, o turismo de eventos deve ser encarado com um “sistema aberto, identificando-se os *inputs* (o que torna o evento possível, tal como custos, desenvolvimentos e *marketing*), os processos transformadores (eventos como agentes de mudança) e os impactos – *outcomes* -, desejados e indesejados e suas externalidades” (Getz, 2008, p. 419). Desta forma, a experiência obtida no turismo de eventos deve ser entendida “numa perspetiva holística, desde as necessidades, motivações, atitudes e expectativas levadas para o evento, através da experiência nele vivida até às reflexões e significados associados ao evento e às influências em comportamentos futuros” (Getz, 2008, p. 414). Portanto, para uma boa organização de eventos, é necessário começar pelo desenvolvimento e gestão de um portfólio de eventos, em que cada evento que nele conste deve contribuir para atingir as metas e objetivos traçados para desenvolvimento do destino (Getz, 2005). Para desenvolver este portfólio é necessário avaliar a oferta existente e de que forma esta pode ser desenvolvida e avaliar a procura e as tendências do mercado. Com este objetivo, muitos eventos foram renovados para se classificarem como eventos turísticos e outros foram criados já com este propósito (Felsenstein & Fleischer, 2003).

No que se refere ao planeamento estratégico, Getz é a referência mais significativa, no entanto surgem outros modelos, nomeadamente os apresentados por Stokes (2008). Este autor apresenta três modelos: o modelo orientado para o mercado ou corporativo, que tem como foco principal a candidatura a eventos de grande dimensão e significantes para o turismo, sendo que neste modelo todas as decisões são tomadas pela liderança; o modelo orientado para a comunidade que reflete o envolvimento da comunidade local nos eventos e na sua decisão, tendo como base os seus impactos no destino e o modelo sinérgico, que como o próprio

nome indica, cria uma sinergia entre o modelo corporativo e o modelo comunitário, ou seja, tem em conta não só as necessidades e potencialidades do mercado, mas também as necessidades do destino e da comunidade.

De uma forma geral, e de acordo com Getz (2005), para uma estratégia de turismo de eventos ser bem sucedida deve

“atrair turistas e patrocínio; assegurar uma fácil acessibilidade à área através da oferta local; encorajar estadas na região; assegurar suficiente acomodação; encorajar os residentes a atrair convidados; coordenar eventos e ações de modo a criar uma massa crítica e assegurar a resposta de todas as necessidades dos visitantes através do evento" (p. 392).

Para que os impactos, importância e potencialidades dos eventos possam ser inseridos na estrutura de um destino de forma sustentável, é imprescindível identificar e criar modelos de gestão e planeamento em eventos para que se consiga conhecer as formas mais adequadas de potenciar os eventos enquanto produto turístico. No segmento que se segue serão abordadas algumas técnicas de planeamento em eventos, nomeadamente a abordagem de portfólio de eventos crucial na presente investigação.

2.2. Gestão e Planeamento de Eventos

Ao estabelecer-se como uma das disciplinas de ensino superior, a área dos eventos viu a sua gestão crescer de uma forma mais sofisticada e versátil, tornando-se num setor profissional em crescimento devido às suas vantagens económicas para a organização do evento, para a região e para a comunidade local onde tem lugar (Getz, 2008). Atingir os objetivos que motivam a organização dos eventos só é conseguida através de uma gestão profissional, aumentando assim a procura e aconselhamento profissional nesta área (Getz et al., 2012).

A gestão de eventos é então, segundo Getz (2005), o planeamento e produção de todo o tipo de eventos, cujos apoios governamentais e valor económico variam de acordo com tamanho e escala de cada evento, sendo os custos suportados, na sua maioria, pelos governos e pela comunidade local. Nesta perspetiva, os eventos devem ser pensados e geridos como um sistema aberto em que qualquer alteração no seu contexto vai influenciar a sua realização, pelo que a participação da comunidade local é imprescindível (Getz, 2005). No processo de planeamento é essencial assegurar a viabilidade económica da realização do evento ao incorporar todos os possíveis impactos e custos a curto, médio e longo prazo, e a sua viabilidade em termos de conservação cultural, social e ambiental (Getz, 2005). Desta forma, o processo de planeamento é um processo que determina o caminho que a organização do evento pretende percorrer, estabelecendo estratégias que atinjam os objetivos previamente definidos. É um processo direcionado para o futuro e que envolve vários *stakeholders* no processo de decisão, precisando, por isso, de uma liderança forte que transmita a informação retida para todos os elementos envolvidos no planeamento (Getz, 2005).

Tendo em conta as potencialidades dos eventos, um bom planeamento, estratégia e promoção são essenciais para o seu sucesso. Assim, para que o planeamento seja bem-sucedido é necessário analisar o contexto em que o evento decorrerá, incluindo os concorrentes e eventos complementares; a sua viabilidade que prevê a participação e o sucesso do evento; procurar oportunidades de financiamento, maximizando os impactos positivos e evitando os negativos, que causam uma imagem negativa junto dos visitantes eliminando as possibilidades de

revisita ou *word-of-mouth* positivo junto de potenciais visitantes (Getz, 2005). Em suma, o planeamento corresponde ao estabelecimento detalhado de um plano de projeto que defina as tarefas e o plano de trabalho que permitirá um agendamento e orçamento preciso (Getz, 2005). Para Watt (2007), as fases do planeamento passam por: definir os objetivos e metas acordados pelos envolvidos no projeto, devendo ser objetivos SMART⁴ (específicos, mensuráveis, atingíveis, relevantes e temporalmente aceites); elaborar um estudo de viabilidade e preparação do orçamento que tenha em conta todas as áreas e imprevistos; estabelecer metodologias de planeamento e implementação, financiamento e aprovações; definir estratégias de apresentação do plano; definir o tema, o público-alvo, a data, horários e local; contratar parceiros; elaborar os programas que correspondam aos objetivos; promover e divulgar o evento; verificar o investimento previsto e proceder à sua avaliação.

O plano estratégico é então um processo contínuo orientado para o futuro que “procura atingir objetivos através da formulação e implementação de estratégias a longo prazo” (Getz, 2005, p. 81) levando muitas vezes à realização de análises PEST⁵, que analisam os fatores político-legais, económicos, sociais e tecnológicos, e SWOT⁶ (que analisam as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças inerentes ao projeto). Assim, para este autor as fases do planeamento estratégico de eventos passam por: definir a missão e visão que guiará o evento e a sua organização; analisar o ambiente, recursos e organização; definir os objetivos; realizar a pesquisa de mercado e identificar possíveis estratégias; escolher as estratégias e formulá-las; desenvolver os planos operacionais e os sistemas de controlo; e avaliar o evento. É preciso ter em conta que estes planos devem ser revistos e adaptados tendo em conta as alterações que aconteçam no seu contexto (Getz, 2005).

O marketing é também uma ferramenta essencial para o planeamento dos eventos, uma vez que permite atingir objetivos e criar valor para os consumidores, para os *stakeholders* e para a organização do evento (Getz, 2008). Os planos de marketing permitem identificar e segmentar geográfica, demográfica e psicograficamente grupos heterogéneos com interesses semelhantes, possibilitando

⁴ SMART - (*Specific, Measurable, Attainable, Relevant e Timed*)

⁵ Análise PEST – Análise Política, Económica, Social e Tecnológica.

⁶ SWOT – Strength, Weakness, Opportunities and Threats.

assim o direcionamento de estratégias de marketing específicas para cada mercado-alvo específico de cada evento. Isto é essencial para o seu sucesso, uma vez que os consumidores procuram eventos que satisfaçam determinadas necessidades, preferências e desejos, que ao serem identificados pelo marketing permitem a satisfação dos seus participantes e respetivo sucesso (Derrett, 2007).

Para concluir, a avaliação do evento é crucial para o processo de gestão e planeamento. Este passo deve ser efetuado antes, durante e após o evento para que tudo decorra como o previsto, evitando, melhorando ou eliminando aspetos que possam resultar em consequências negativas quer para o evento, quer para o destino e seus intervenientes (Getz, 2005). É a avaliação que permite entender se as ações programadas atingem os resultados previstos e que efeitos geram, pelo que a pré-avaliação serve para legitimar o apoio público aos eventos, mostrando quais os possíveis retornos económicos e a avaliação final verifica se os objetivos foram cumpridos e compara os custos com os benefícios (Getz, 2005).

Em suma, independentemente do modelo estratégico de planeamento de eventos que seja utilizado, é sempre imperativo ter em conta não só os fatores económicos, mas também os fatores sociais, culturais e ambientais que serão afetados aquando a realização de um evento.

Uma das formas de potenciar os eventos num destino é através da construção de um portfólio de eventos, temática abordada no próximo segmento.

2.2.1 Portfólio de Eventos

2.2.1.1. Conceitos e Gestão

A criação de portfólios de eventos tem vindo a desenvolver-se naturalmente uma vez que também o seu valor de utilização tem aumentado para os governos e organizações (Andersson, Getz, Gration, & Raciti, 2017). Neste sentido, o estudo dos portfólios de eventos é novo e em evolução, sendo que o seu ênfase é em turismo e desenvolvimento com Getz (2013); em gestão da marca direcionado para atingir objetivos económicos e de negócios, com autores como Chalip (2004, 2005); o poder das sinergias resultantes com Ziakas & Costa (2011a) e Richards (2015) e a satisfação de diversas necessidades e interesses na comunidade com Gration, Raciti, Getz, &

Andersson (2016).

Os eventos são complexos e polissémicos, portadores de uma multiplicidade de significados e papéis desempenhados, pelo que, não podem ser vistos meramente como produtos, perdendo-se a oportunidade de explorar o uso de diferentes eventos para um desenvolvimento sustentável (Ziakas, 2010). O benefício de os analisar numa perspetiva de portfólio prende-se com o facto de podermos servir múltiplos propósitos ao fazermos essa análise de forma holística, estratégica e coordenada (Ziakas, 2010).

Diversos autores debruçaram-se sobre o conceito de portfólio de eventos, nomeadamente Chalip (2006) que defende que um portfólio de eventos é um recurso vantajoso para os destinos, sugerindo várias estratégias para beneficiar a economia e a sociedade; Ziakas & Costa (2011a) definem portfólio como uma padronização estratégica de eventos e a sua inter-relação sugerindo que os eventos podem estar simbolicamente interrelacionados e os benefícios podem ser maximizados de diversas maneiras: cultivando os mercados; transferindo conhecimento, utilizando temáticas comuns e mobilizando recursos partilhados; Ziakas (2013) definiu um portfólio de eventos como sendo uma padronização estratégica de eventos dispares, mas que se interrelacionam e que ocorrem durante um ano, numa comunidade anfitriã, que, como um todo, pretende alcançar múltiplos resultados através da implementação de conjuntos de estratégias. Para este autor, cabe aos gestores de eventos cruzar os diversos eventos do portfólio da comunidade para maximizar os resultados pretendidos, sendo que para atingir este fim é necessário criar sinergias entre eles e definir objetivos económicos, de turismo, lazer, desporto ou socioculturais a si associados. Getz (2013, p. 23) defende que “um portfólio de eventos completo deve consistir em vários tipos de eventos, direcionados para diferentes mercados - alvos, realizados em diferentes locais e em diferentes alturas do ano e desenhados para atingir múltiplos objetivos”. Assim, um portfólio de eventos deve ser estruturado, equilibrado e desenhado por uma estratégia a longo prazo (Andersson et al., 2017).

De acordo com Andersson et al. (2017), o termo portfólio tem dois significados inerentes: algo para carregar coisas soltas e uma coleção, tais como portfólios de arte, trabalhos publicados, serviços para venda, tarefas para completar ou recursos a

serem geridos. Andersson et al. (2017) concordam que o interesse deve manter-se tanto na coleção de eventos, como no mecanismo de gestão e criação do portfólio, tais como investimentos, políticas, parcerias com *stakeholders*, entre outros. Enfatizam, ainda, que ao gerir um portfólio é essencial ter em conta o balanço entre custos e riscos assim como adquirir a maior diversidade de benefícios possíveis (Andersson et al., 2017).

De salientar que os gestores de portfólios devem objetivar o crescimento em várias categorias, já que não só é essencial que o portfólio seja economicamente autossuficiente, mas que daí derivem benefícios intangíveis para a cultura e sociedade do destino (Andersson et al., 2017). É tarefa dos gestores de portfólio entender quando é que um evento é mais dispendioso do que os seus benefícios. Neste caso o evento deve ser vendido ou terminado para que não se torne um “fardo” para o destino (O’Toole, 2011). Ainda sobre o papel de gestor, ao criar um portfólio é necessário ter em evidência as características, riscos, recompensas e a sua diversidade (Andersson et al., 2017). Cabe assim ao gestor decidir qual o nível de conforto do destino para entender quanto investir e em que circunstâncias.

Quando nos referimos aos riscos dos portfólios de eventos, temos dois tipos de riscos associados: sistemáticos, os mais comuns, que se referem, por exemplo a uma alteração dos padrões de consumo a nível regional ou nacional; e específicos que se relacionam com eventos vulneráveis a riscos particulares, tais como alterações nas preferências musicais aquando um festival musical (Andersson et al., 2017). Para que os riscos possam ser detetados e amenizados, a análise de portfólio deve estar assente nas prioridades e objetivos dos diferentes *stakeholders*, sendo que essa análise deve ser adaptada a cada um deles. Neste contexto, existem dois grandes *stakeholders*: o governo local com uma perspetiva intrínseca e a indústria do turismo com uma perspetiva extrínseca (Andersson et al., 2017). Ambos *stakeholders* têm os mesmos objetivos relativamente aos eventos: atrair visitantes para a região que irão utilizar os serviços turísticos, beneficiando não só a economia do local, mas também aumentando o emprego e os benefícios para a comunidade (Andersson et al., 2017). Apesar dos riscos inerentes ao desenvolvimento e implementação de um portfólio de eventos, Ziakas & Costa (2011b, p.154) defendem que

“as comunidades devem procurar cultivar o espaço comum e condições do portfólio que facilite a convergência de diferentes *stakeholders*, capitalizando as oportunidades estratégicas que os portfólios de eventos oferecem para alavancar os eventos de forma cruzada em múltiplos objetivos de desenvolvimento.”

A gestão de um portfólio de eventos tem, também, algumas influências do marketing. Deste ponto de vista, a relação entre eventos e entre organizações é benéfica. Parvatiyar & Sheth (2000) in Kelly & Fairley (2018, p.262), definem marketing relacional como sendo “o processo contínuo de engajamento em atividades e programas cooperativos e colaborativos com usuários imediatos e finais para criar ou melhorar o valor económico mútuo a um custo reduzido”. Estes autores criaram um modelo de processo de marketing relacional com quatro etapas que demonstram o processo de formação, gestão, avaliação de desempenho e evolução (Parvatiyar & Sheth, 2000 in Kelly & Fairley, 2018). A formação refere-se ao processo de tomada de decisão dos objetivos, dos parceiros e das estratégias a desenvolver; o processo de gestão e governação inclui a distribuição de tarefas, comunicação, planeamento, operações, recursos humanos e desenvolvimento de mecanismos de avaliação com o intuito de manter a progressão das relações entre *stakeholders*; a avaliação de desempenho, que como a designação indica, foca-se na avaliação da performance e nos benefícios adquiridos e, finalmente, a evolução reflete sobre a satisfação dos *stakeholders* com os resultados obtidos, que influenciará a continuação ou melhoramento das relações. No âmbito dos portfólios de eventos, para Kelly & Fairley (2018), este modelo é adaptável na medida em que relativamente à formação, os portfólios de eventos são frequentemente projetados para atingir os objetivos de turismo do destino. Deste modo os parceiros são selecionados para formar o comité de governança que supervisiona a construção de um portfólio de eventos; relativamente ao processo de gestão e governança, estabelecer um portfólio de eventos requer uma rede diversificada de *stakeholders* que podem ter interesses concorrentes, o que necessita de uma coordenação considerável. Por isso, devem ser criadas estruturas que facilitem as oportunidades de trabalho em rede e incentivem a colaboração e as relações entre *stakeholders* e, visto que os portfólios

de eventos têm como objetivos maximizar os benefícios para o destino através da partilha de recursos, é necessário avaliar frequentemente a composição de eventos no portfólio e a sua prestação perante os objetivos. Também as relações entre *stakeholders* devem ser avaliadas para garantir a maximização das vantagens do marketing relacional, entendendo as possibilidades de melhoramento e evolução das relações no portfólio (Chalip, 2017; Kelly & Fairley, 2018; Ziakas, 2013).

Aquando o estudo e avaliação de portfólio de eventos, Ziakas & Costa (2011a), propõe a análise de quatro pontos, representados na Tabela 2.

Abordagem	Definição	Tarefas
1) <i>Carácter do Portfólio</i>	O portfólio torna-se mais do que a soma das partes, ao se transformar numa configuração da comunidade que tem a sua própria lógica cultural, forças distintas e personalidade distinta.	Identificar os tipos e escalas de eventos que constituem o portfólio, quais os significados e afiliações de cada evento, que permitem aumentar o capital social e estimular mudanças sociais.
2) <i>Inter-relações entre os eventos</i>	A conectividade e relacionamento entre eventos molda as sinergias e complementaridades entre eventos.	Identificar os efeitos dos diferentes tipos e escalas de eventos no portfólio e em que medida complementam ou reforçam os benefícios desejados pela comunidade.
3) <i>Redes de eventos e relações interorganizacionais</i>	Um portfólio de eventos cria um espaço para criação de relações entre os diversos <i>stakeholders</i> .	Delinear o contexto estrutural e identificar quais as organizações que constituem a rede que suporta e organiza os eventos
4) <i>Construção da capacidade da comunidade para capitalizar o portfólio de eventos</i>	Relaciona-se com os fatores e processos de capacitação que permitem que uma comunidade anfitriã efetivamente desenvolva, faça a gestão e aproveite um portfólio de eventos.	Identificar os antecedentes organizacionais no planeamento e implementação do portfólio de eventos e explicar os processos ou parâmetros que suportam as estratégias conjuntas para os eventos.

Tabela 2: Aspectos a abordar na análise de um portfólio de eventos | Adaptado de Ziakas e Costa (2011) | Elaboração própria

Em suma, o surgimento dos portfólios de eventos desloca o foco de investigação dos eventos únicos para uma abordagem integrativa, onde sinergias

entre eventos são identificadas e cruzadas (Chalip, 2004; Getz, 2008; Ziakas, 2010) para atingir objetivos turísticos, sociais, culturais e políticos (Ziakas & Costa, 2011a). Os destinos começam, então, a tomar decisões estratégicas relativamente aos eventos do portfólio tendo em conta a sua adequação ao destino e a sua capacidade de gerar benefícios sinérgicos (Getz & Page, 2016), já que os eventos desempenham “um papel como importantes atores sociais na formação do seu próprio ambiente através de efeitos sistémicos e estruturais” (Richards, 2015, p. 553–554). Assim torna-se essencial analisar as interações dentro do portfólio de eventos com o intuito de entender como os eventos afetam o sistema social em que ocorrem, como são disseminados e quais os seus efeitos para além da comunidade anfitriã (Richards, 2015).

2.2.1.2. Valor Associado ao Portfólio de Eventos

Quando se procede à abordagem de portfólio de eventos, é imprescindível ter em conta quais os benefícios imediatos desta abordagem face a eventos únicos ou de grande escala. Para Ziakas & Costa (2011b), um evento único é temporal, seja qual for a sua escala, pelo que o seu efeito nos objetivos concebidos é apenas passageiro. Por outro lado, se forem organizados eventos ao longo do ano com sinergias entre si, os benefícios podem ser sustentados uma vez que os eventos se devem complementar e reforçar entre si. Também a variedade de eventos integrados num portfólio pode atingir diversos segmentos de mercado, da mesma forma que essa variedade pode ser resposta a diversas necessidades da comunidade, tais como a melhoria da qualidade de vida, a construção de uma identidade, a promoção de um determinado estilo de vida, entre outros ao apelar aos diferentes interesses e segmentos da população. Em geral, quando um portfólio de eventos é integrado nas políticas de desenvolvimento das cidades e regiões, é capaz de gerar variados benefícios económicos e sociais (Ziakas & Costa, 2011b).

Primeiramente é necessário entender que os eventos têm diferentes tipos de valor tendo em conta diferentes abordagens. Andersson, Armbrecht, & Lundberg, (2012) criaram um modelo exemplificador dos valores extrínsecos e intrínsecos de um portfólio de eventos, representado na Figura 2.

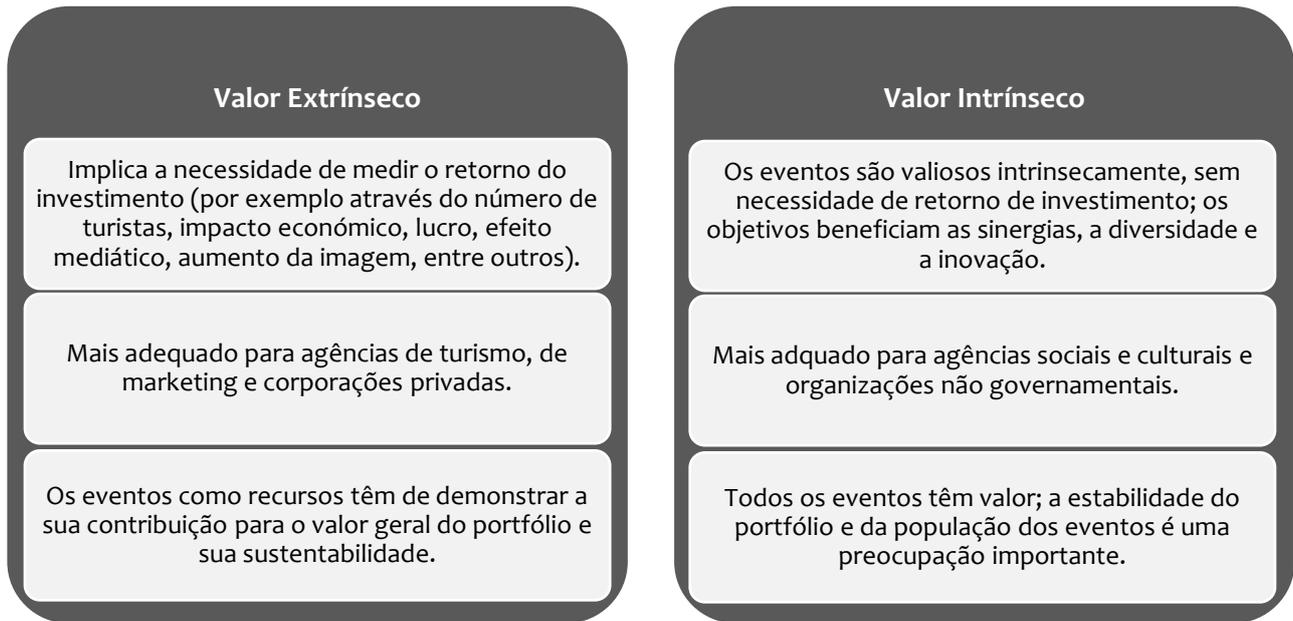


Figura 2: Valores Associados a um Portfólio de Eventos | Fonte: Andersson et al (2012) | Elaboração Própria

De acordo com este modelo, o valor extrínseco refere-se aos benefícios tangíveis retidos quer por individuais, quer pela sociedade. O valor intrínseco refere-se a valores intangíveis, nomeadamente, a posições de valor atribuídas a grupos ou pessoas (Andersson et al., 2012). De uma forma geral, o valor percebido do evento relaciona-se com a forma como os indivíduos ou a sociedade os julga, independentemente da sua utilidade (Andersson et al., 2017).

O’Toole (2011) analisou as dimensões temporais e espaciais dos portfólios de eventos e concluiu que os eventos ganham valor ao longo do tempo, desta forma os portfólios não podem ser considerados criações estáticas, uma vez que a dimensão temporal é sempre crítica (Andersson et al., 2017). Já Getz (2005) ilustra um portfólio de eventos direcionado para o turismo envolvendo mega - eventos, eventos regionais e eventos locais. Na Figura 3 está representada a pirâmide proposta por Getz.

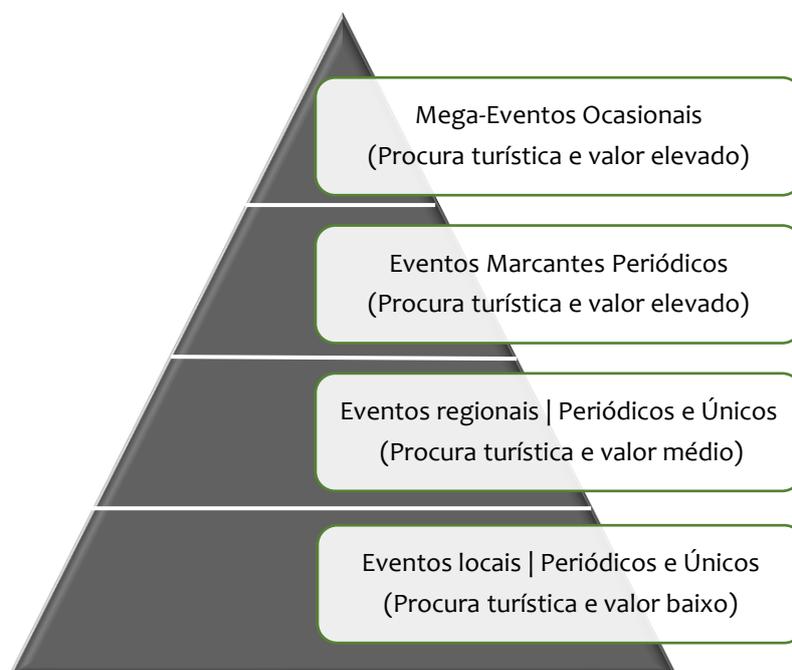


Figura 3: Pirâmide hierárquica de eventos num portfólio | Fonte: Getz e Page (2016) | Elaboração Própria

Na perspetiva de Getz (2013), o portfólio de eventos deve não só englobar os eventos que têm lugar no destino, mas devem ser ainda uma ferramenta que permita aos gestores entender em que eventos apostar, quais remover e quais manter.

É visível que os eventos têm capacidade de gerar lucros, pelo que se tem assistido a um aumento de eventos com fins lucrativos e consequentemente, empresas profissionais de gestão de eventos (Andersson et al. 2017). Por conseguinte produzem valor monetário através de plataformas de patrocínio em que os financiadores procuram aumentar as vendas e retornos de marketing (Andersson et al. 2017). Regionalmente, produzem valor económico quando são atrações turísticas, uma vez que produzem lucro e movimentação monetária para e nas regiões (Andersson et al. 2017).

Na maioria dos casos, o valor associado a eventos planeados refere-se a benefícios intangíveis, tais como a criação de imagens do destino e o seu papel no marketing do destino (Andersson et al. 2017). Neste contexto, os efeitos do melhoramento da imagem do local quando combinados de forma sinérgica com um portfólio, ao longo do tempo, pode criar grande atratividade para o destino anfitrião (Andersson et al. 2017). Assim, de acordo com Andersson et al. (2017), os eventos têm sido estruturados pelo seu potencial na criação de imagens do destino sem que muita

importância tenha sido dada às imagens gerais criadas relacionadas com os portfólios de eventos em áreas ou cidades específicas.

Para se conseguir gerar valor e atingir estes benefícios é necessário investir capital nos eventos, que não é meramente financeiro. Para além deste, é necessário entender que também capital social, cultural, humano, natural, físico e administrativo são recursos imprescindíveis para os eventos e portfólios (Mykletun, 2009). Esmiuçando cada um destes recursos, o capital social reflete-se na criação de redes de comunicação na comunidade; o capital cultural relaciona-se com a cultura do local e da comunidade; o capital humano refere-se às empresas ligadas aos eventos que nele desempenham diversas funções; o capital físico tem origens nas infraestruturas necessárias para o evento, assim como nos seus visitantes; já o capital financeiro reflete-se no investimento do evento sendo que em muitos casos tem de ser feito externamente e finalmente o capital administrativo reflete-se nas iniciativas governamentais e nas políticas dos eventos (Mykletun, 2009).

É importante ter em conta que os eventos são construções socioculturais, pelo que o maior rendimento pode não ser definido em termos financeiros (Kelly & Fairley, 2018). Deste modo os vários objetivos e resultados que valorizem os benefícios sociais e culturais podem ser considerados igualmente ou acima dos benefícios financeiros (Ziakas & Costa, 2011a, 2011b). Deste modo, os *stakeholders* do destino conseguem direcionar, avaliar e desenvolver eventos que forneçam o máximo valor ao destino (Getz, 2008). Os portfólios de eventos desenvolvem-se com esta visão, sendo definidos por Ziakas (2013, p. 14) como sendo “o padrão estratégico de eventos dispare, mas inter-relacionados, que ocorrem durante um ano numa comunidade que, como um todo, pretende alcançar múltiplos resultados através da implementação de estratégias conjuntas para os eventos”.

De acordo com Andersson et al. (2017, p. 230), “estas várias formas de capital intangível constituem, talvez, o recurso de maior valor dentro do portfólio, na medida em que estes recursos podem ser reimplantados quando o evento terminar e podem ser aplicados para auxiliar outros eventos”, através da criação de sinergias.

2.2.1.3. Planeamento Estratégico de um Portfólio de Eventos

Com o desenvolver dos eventos realizados no destino, também a sua gestão se torna mais complexa. De acordo com Andersson et al. (2017, p.229), “a sustentabilidade a longo prazo do portfólio é por si só um desafio, mas, o portfólio de eventos deve contribuir positivamente para a sustentabilidade das cidades e destinos”. Getz (2005, 2008) defende que as comunidades podem adotar uma abordagem de portfólio através do desenvolvimento de diferente tipologias e escalas de eventos.

A criação de uma estratégia direcionada para o portfólio de eventos, permite avaliar o valor de diferentes eventos a realizar, tendo em conta a atração de vários segmentos de mercado ou condições ambientais para si favoráveis (Chalip, 2004, 2005). Os portfólios de eventos são recursos vantajosos, quer económica quer socialmente. Desta forma, em vez de se capitalizarem eventos únicos, estes devem ser cruzados entre si para maximizar os lucros pretendidos (Chalip, 2004, 2006). Cabe aos gestores de eventos criar sinergias entre os diferentes eventos e os objetivos económicos, turísticos, de entretenimento, desporto e socioculturais associados (Chalip, 2004, 2006), já que são as sinergias entre eles que permitem a maximização dos benefícios, amenizando ou até evitando custos e problemas (Andersson et al. 2017).

Na perspetiva de Ziakas & Costa (2011a, p. 410),

“Porque os eventos são temporais, os resultados dos eventos únicos são efémeros. Hospedando uma serie de eventos de forma sinérgica, os seus benefícios podem ser aumentados e sustentados ao longo do ano, superando assim as limitações dos eventos individuais. Para tal, no entanto, os organizadores/coordenadores dos eventos, primeiramente, precisam de enfrentar o desafio principal dos portfólios: como escolher os eventos para que eles se possam apoiar uns aos outros e melhorar os benefícios gerais de cada evento”.

Um portfólio é, portanto, mais do que uma coleção de eventos, sendo capaz de gerar, quando visto como um todo, benefícios sustentados que são maiores do que os conseguidos através de apenas a soma de cada evento separado (Ziakas & Costa,

2011a). Cabe aos organizadores de eventos encontrar os meios para criar uma alavancagem cruzada e sinergias entre eventos dispares num portfólio. Isto requer que os eventos sejam analisados em relação uns aos outros para que se consiga entender em que é que estes se relacionam e se complementam, permitindo aos organizadores desenvolver sinergias entre os eventos e respetivos *stakeholders* (Ziakas & Costa, 2011a). Deste ponto de vista, é evidente que o “planeamento de um portfólio de eventos requer uma abordagem holística para que os objetivos comuns sejam atingidos” (Ziakas & Costa, 2011a, p. 411). Mesmo que vários grupos na mesma comunidade tenham os mesmos objetivos para os eventos que organizam, é comum que a fragmentação entre os organizadores exclua o potencial de conectar os diferentes eventos e otimizar os seus benefícios (Ziakas & Costa, 2011a). Contudo, criar um portfólio de eventos com uma rede de sinergias sustentável torna-se desafiante quando se considera a abundância de géneros de eventos (Ziakas & Costa, 2011a). A questão que se coloca é se de facto é benéfico capitalizar um portfólio de eventos e se o for, de que forma os diferentes eventos se podem relacionar uns com os outros (Ziakas & Costa, 2011a).

Chalip (2004) argumenta que a alavancagem dos eventos envolve as atividades que têm de ser realizadas para que o evento ocorra e as atividades que visam maximizar os benefícios a longo prazo. Deste modo, o planeamento estratégico dos eventos deve incluir resultados específicos de cada momento – pré-evento, evento e pós-evento (Ziakas & Costa, 2011a). Por esta razão, Chalip (2004) desenvolveu um modelo de alavancagem de eventos no qual um portfólio é visto como um recurso aproveitável e os visitantes e media envolvidos no evento são vistos como oportunidades estratégicas. Este modelo teve origem em estudos anteriores realizados pelo autor que demonstram que as comunidades que planeiam e realizam atividades de alavancagem, aumentando a colaboração entre os diferentes *stakeholders* do evento, conseguem maximizar os benefícios económicos resultantes dos eventos (Ziakas & Costa, 2011a). Este modelo veio enfatizar o potencial dos portfólios de eventos como uma ferramenta de desenvolvimento económico e da marca do destino. Em termos turísticos, Getz (2005, 2008) foi um dos primeiros a reconhecer o valor de um portfólio de eventos em possibilitar que um destino atinja um amplo mercado de consumidores com diferentes interesses e, assim, contribuir

para o desenvolvimento do turismo. Deste ponto de vista os portfólios de eventos podem representar ferramentas de combate à sazonalidade, ao serem realizados em épocas baixas atraindo deste modo visitantes nesses períodos (Getz, 2005, 2008).

Um portfólio de eventos tem ainda a capacidade de desenvolver a marca do destino, já que de acordo com Chalip & Costa (2005), os eventos podem ter funções de parceiros de *co-branding* com a marca do destino; de extensões da marca do destino; ou de recursos da marca do destino. Desta forma, estes autores afirmam que o papel de um evento depende da natureza da sua marca, pelo que para sustentar o impacto dos eventos na marca do destino, é necessário realizá-los ao longo do ano e criar sinergias entre eles. Um portfólio de eventos tem o potencial de maximizar a exposição de um destino através de uma variedade de referências visuais e de eventos, que podem ser projetadas para atrair diversos segmentos de mercado ao longo do ano (Chalip & Costa, 2005). Isto levanta a questão de como criar ou reforçar uma associação positiva entre os eventos. Para Ziakas & Costa (2011a) a solução passa pela continuidade conceptual, entre uma variedade de eventos, como base para criar essas associações positivas. A continuidade conceptual prende-se com a utilização de símbolos, temas, narrativas e outros elementos comuns entre os eventos (Ziakas & Costa, 2011a). Esta continuidade entre os diferentes eventos pode facilitar, segundo Ziakas & Costa (2011a), o desenvolvimento de sinergias entre eles e fortalecer a consistência de mensagens promocionais, construindo a imagem desejada do destino. O efeito que os eventos poderão ter na marca do destino deriva do seu alcance e frequência que as referências e promoção atingem, pelo que, para um evento afetar a marca do destino, os seus consumidores devem prestar atenção suficiente para serem expostos às associações entre evento e destino (Chalip & Costa, 2005). Como apenas os interessados pelas atividades oferecidas pelo evento serão expostos a essas associações, o alcance do portfólio de evento vai depender da diversidade de segmentos de mercados a alcançar (Chalip & Costa, 2005).

Para Chalip (2005, p. 172), há três critérios a seguir na implementação da marca do destino através de um portfólio de eventos:

- “1) as percepções dos consumidores sobre a marca do evento devem incluir atributos e/ou benefícios que permitam aos profissionais de

marketing de destino criar uma mensagem de marketing que afirme uma ligação lógica entre o evento e o destino;

2) a marca do destino deve incorporar atributos ou benefícios que o profissional de marketing de destino deseje reforçar na marca existente do destino ou que o profissional de marketing do destino pretende importar para a marca do destino;

3) A marca do evento não deve incluir atributos ou benefícios que possam tornar-se vinculados à marca do destino, mas que são incompatíveis com a marca que o destino promove.”

Em suma, a marca de um destino refere-se à experiência global que um destino cria na mente dos seus potenciais turistas, incluindo os seus elementos simbólicos e funcionais (Chalip & Costa, 2005). Na marca está inserido os atributos físicos de um destino, os seus serviços, atrações, nome, logótipo, reputação e os benefícios que detêm para o visitante. Neste sentido, a marca do destino deve facilitar a escolha do turista pelo destino, já que sintetiza tudo o que este tem para lhe oferecer (Chalip & Costa, 2005). Jago, Chalip, Brown, Mules, & Ali (2003) defendem que os eventos geram atenção para o destino através da promoção do evento, publicidade e *word of mouth* antes, durante e depois da realização do evento. No portfólio de eventos devem constar os eventos que contribuam para salientar e valorizar a marca do destino (Chalip & Costa, 2005).

De salientar que a marca de destino é apenas um uso possível para um portfólio de eventos, já que os seus usos podem variar de acordo com os focos políticos que a comunidade tem para os eventos (Ziakas & Costa, 2011a).

Getz (2005, 2008) propõe uma abordagem estratégica de portfólio de eventos direcionada para o turismo. De acordo como o seu modelo, uma abordagem de portfólio de eventos equilibrada deve seguir duas premissas: a funcionalidade existente entre os diferentes eventos – megaeventos, eventos marcantes e eventos regionais e locais -, e a certeza de que cada evento tem capacidade para atingir determinados objetivos económicos e turísticos. Para que se conclua que o evento deve ou não ser inserido no portfólio, são analisadas medidas de valor, nomeadamente, o seu potencial de crescimento; a sua contribuição no mercado;

qualidade; contribuição para a imagem do destino; o suporte da comunidade; os benefícios económicos a retirar e a sua atenção à sustentabilidade (Getz 2005, 2008). Para Getz (2005, 2008) uma estratégia de portfólio de eventos pode enriquecer o produto turístico de um destino, melhorando a sua imagem e diminuindo a sazonalidade ao oferecer eventos de diferentes tipos e escalas ao longo do ano com o objetivo de atrair visitantes. Em conclusão, os eventos podem ser usados para atingir resultados económicos, sociais e turísticos, tendo capacidade para se tornarem ferramentas estratégicas de desenvolvimento económico, político ou social de uma comunidade (Ziakas & Costa, 2011b).

O desenvolvimento de estratégias para capitalizar os portfólios de eventos relacionam-se, em alguns casos, com a construção de eventos periféricos de pequena escala no centro dos grandes eventos. Esta estratégia pretende complementar as já existentes estratégias regionais, uma vez que a este nível, em comunidades mais pequenas, os benefícios são efémeros e carecem de planeamento (Getz, 2008). Uma estratégia que procure coordenar o planeamento, a organização e a implementação de diferentes tipos e escalas de eventos em termos de temáticas, objetivos e recursos utilizados poderá ser capaz de maximizar e sustentar o impacto dos eventos e fomentar a colaboração entre os diferentes eventos e *stakeholders* (Ziakas & Costa, 2011b).

Em conclusão, um portfólio de eventos constitui um padrão estratégico dos eventos e das suas relações, que são fomentadas pela sua interação operacional e temática, sendo que estas relações se referem à forma como os diferentes eventos se complementam. Esta complementaridade surge através da capitalização da capacidade de os eventos gerarem mercados; da partilha de conhecimento na sua organização de forma eficaz e eficiente; da utilização de temas comuns entre os eventos para maximizar o seu impacto e da mobilização de recursos e de grupos voluntários partilhados que pode facilitar a implementação dos eventos (Ziakas & Costa, 2011b). Ziakas & Costa (2011b, p. 152) alertam, então, para a necessidade do planeamento estratégico com vista a “evitar riscos inerentes à relação entre eventos, tais como esgotar os recursos locais, hospedar elementos nos eventos monotonamente repetitivos ou exceder a procura dos eventos.”

2.2.1.4. Redes e Sinergias

Outro dos aspetos a salientar no desenvolvimento de um portfólio de eventos são os seus elementos e as atividades dos eventos. Para Getz (2005) os elementos sociais devem ser levados em consideração para enriquecer o produto principal dos eventos e atrair uma ampla gama de consumidores. Nesta linha de pensamento, Green & Chalip (1998) demonstraram que os eventos devem proporcionar oportunidades para que os participantes vivenciem uma identidade valorizada e compartilhada. Neste contexto, a incorporação de elementos sociais em diferentes eventos é particularmente importante para revelar maneiras através das quais as sinergias entre eventos, nomeadamente, desportivos e culturais podem ser criadas ou melhoradas (Ziakas & Costa, 2011a). Os eventos desportivos podem ser ampliados com atividades culturais, como festivais ou rituais e vice-versa, como forma de enriquecer o alcance geral dos eventos para os consumidores (Ziakas & Costa, 2011a). Ziakas & Costa (2011b) defendem que os eventos culturais e desportivos são candidatos de grande potencial a um portfólio de eventos. Na sua perspetiva os eventos culturais são uma componente vital que, quando criadas sinergias com os eventos desportivos, podem constituir um portfólio de eventos integrado e incorporado nas estruturas e agendas locais, potenciando um desenvolvimento regional sustentável. Para estes autores, o desafio em criar um portfólio de eventos é a criação de uma rede de *stakeholders* dos diversos eventos e fomentar a colaboração em criar estratégias de desenvolvimento comum para todos os diferentes eventos, uma vez que o envolvimento de diversos atores com interesses individuais aumenta a complexidade de organização (Ziakas & Costa, 2011b). De acordo com Ziakas & Costa (2011a), uma rede de eventos é formada aleatoriamente à medida em que as organizações interagem para organizar os eventos. Estes autores definem uma rede de eventos como sendo

“a matriz não institucionalizada de organizações que tomam decisões e realizam ações relativas ao planeamento e implementação de eventos numa comunidade, bem como tendem a criar relacionamentos que facilitam os seus objetivos. Na medida em que os padrões de colaboração entre as organizações participantes são

caracterizados por reciprocidade e confiança, sinergias entre eventos podem ser desenvolvidas e fortalecidas dentro do portfólio, para maximizar os benefícios alcançados para a comunidade” (Ziakas & Costa, 2011a, p. 414).

Como a rede de eventos normalmente surge de forma casual, torna-se necessário compreender os motivos dos *stakeholders* e como esses motivos levam à criação das relações inter-organizacionais colaborativas. A compreensão destes motivos permite aos organizadores dos eventos verificar os benefícios e critérios que atingem os objetivos dos *stakeholders* (Ziakas & Costa, 2011a).

Para fomentar a colaboração entre *stakeholders* dos eventos, é necessário identificar os seus papéis e classificá-los. Neste sentido Getz, Andersson, & Larson (2007) criaram uma tipologia de *stakeholders* de eventos (Tabela 3) que os distingue entre grupos internos e externos.

A Tabela 3 demonstra a multiplicidade de *stakeholders* envolvidos num evento e o delicado equilíbrio que tem de existir entre o envolvimento e os interesses subsequentes dos diferentes grupos de *stakeholders*. Para um portfólio de eventos ser bem sucedido, os *stakeholders* e as suas necessidades devem ser identificadas, para que se possa criar estratégias de gestão adequadas que facilitem a sua satisfação e colaboração (Ziakas & Costa, 2011b).

Stakeholders dos eventos	Internos (<i>stakeholders</i> diretamente envolvidos na organização dos eventos)	Organizadores	
		Gestores	
		Colaboradores	
		Voluntários	
	Externos (<i>stakeholders</i> que contribuem na organização dos eventos, mas que não estão diretamente envolvidos na sua organização)	Aliados e Colaboradores	Agências de Turismo
			Associações Profissionais
		Reguladores	Autoridades Locais
			Agências Governamentais
		Coprodutores	Organizações participantes na organização do evento
		Facilitadores	Fornecedores de serviços não participantes no evento
		Fornecedores	
		Espaços	
	Audiência		

Tabela 3: Classificação de Stakeholders de eventos | Adaptado de Getz, Andersson, & Larson (2007) | Elaboração própria

Um portfólio de eventos pode representar um espaço duradouro para a rede de *stakeholders* desenvolver relações a longo prazo e sinergias que resultem para vários eventos, desde que existam processos de planeamento que amenizem conflitos e atinjam consensos (Ziakas & Costa, 2011b). De acordo com Harrison-Hill & Chalip (2005), o desenvolvimento de sinergias entre diferentes eventos e *stakeholders* requer a formação de alianças para planear e implementar as estratégias necessárias. Assim, são essenciais ligações horizontais que aumentem a escala de atividades semelhantes e ligações verticais que conectem prestadores de serviços complementares ao evento (Ziakas & Costa, 2011a). Torna-se então evidente que o planeamento das políticas que irão abranger um portfólio de eventos, na medida em que se tornará num meio de gerar uma serie de benefícios, requer uma estratégia comum; um planeamento participativo que envolva todos os *stakeholders* do evento e o desenvolvimento de relacionamentos inter-organizacionais que fomentem a colaboração (Ziakas & Costa, 2011a).

De forma geral, de acordo com Ziakas & Costa (2011a) a colaboração entre as organizações é o catalisador fundamental para a organização de um portfólio de eventos. Para estes autores “um portfólio de eventos é o terreno comum que pode reunir diversos atores na rede de eventos e permitir que eles usem um conjunto integrado de recursos” (Ziakas & Costa, 2011a, p. 415). Uma rede de eventos apresenta-se como um mecanismo de criação e melhoramento do capital social de uma comunidade, incentivando a reciprocidade e a colaboração entre organizações (Ziakas & Costa, 2011a).

Ziakas & Costa (2011a) defendem que um portfólio de eventos é um sistema e que uma abordagem integrada incentiva o desenvolvimento económico, comunitário e turístico ao criar sinergias entre os eventos dispare. É pertinente pensar nos portfólios de eventos como um sistema e os seus intervenientes como operadores dentro de uma rede, uma vez que esta conceptualização tem a vantagem de reunir os eventos distintos, e seus organizadores, sob uma estrutura comum, ao definir-se um propósito e uma visão partilhada; ao delinear a estrutura operacional da rede de apoio e aprimorando a colaboração entre os principais atores (Ziakas & Costa, 2011a). De forma geral, um portfólio de eventos pode ser utilizado para promover as redes sociais de duas formas:

“1) Possibilitando a interação social e melhorando as redes informais através da prática de eventos;

2) Desenvolvendo e mantendo uma rede duradoura de stakeholders dos eventos que colaborará na implementação dos eventos” (Ziakas & Costa, 2011a, p. 416)

Resumidamente, na perspetiva de Ziakas & Costa (2011a), um portfólio de eventos pode revelar-se um canal através do qual os *stakeholders* ganham acesso a recursos, aumentando o seu capital cultural através do estabelecimento de contactos com líderes e especialistas da comunidade ou da afiliação a organizações e grupos que agregam valor e apoio aos eventos. A abordagem de um portfólio de eventos como um sistema em rede resulta na criação de capital social, já que, como os eventos têm capacidade de reunir diferentes pessoas, contribuem para o fomento das redes sociais entre a comunidade, através da participação dos eventos, do voluntariado ou do envolvimento da comunidade no processo de planeamento e execução dos eventos (Ziakas & Costa, 2011a). Deste modo um portfólio de eventos pode tornar-se um meio inclusivo de participação, expressão e representação, exercendo funções de veiculação e de desenvolvimento de capital social, quando os valores da comunidade local são representados nos processos de tomada de decisão do portfólio; quando há envolvimento e colaboração entre todos os *stakeholders* e quando a distribuição equitativa de benefícios e oportunidades de aprendizagem é fornecida (Ziakas & Costa, 2011a).

Em conclusão, o portfólio de eventos é visto, segundo Ziakas & Costa (2011a), como sendo um espaço simbólico, concreto e duradouro moldado pela interação de relacionamentos formais (as redes de eventos) e informais (as redes sociais); pelos diversos significados dos eventos e pelos seus significados subsequentes. Tanto as relações informais, como as formais influenciam o portfólio de eventos indireta e diretamente, respetivamente, através do discurso da comunidade e da sua disposição perante os eventos e através do desenvolvimento de políticas que determinam os papéis e objetivos dos eventos tendo em conta a resposta às necessidades da comunidade (Ziakas & Costa, 2011a).

2.2.1.5. O Exemplo de Fort Stockton

O estudo em Fort Stockton, Texas, Estados Unidos da América, de Ziakas (2010), revelou três conclusões essenciais na análise de portfólio de eventos, sendo elas: a relação entre os eventos representam a forma como os eventos se complementam no portfólio; as oportunidades de alavancagem referem-se ao potencial que o portfólio de eventos detém para a aplicação de estratégias e táticas conjuntas para maximizar e atingir objetivos específicos e a implementação de um portfólio de eventos reflete a estrutura institucional, do local, que permite capitalizar o portfólio de eventos (Ziakas, 2010).

De acordo com os resultados apurados por Ziakas (2010), a inter-relação dos eventos ilustra a natureza e o carácter do portfólio, estando assentes no que pode ser descrito como “conectividade instrumental dos eventos na partilha de elementos, objetivos e recursos comuns” (Ziakas, 2010, p.151). Esta conectividade estabelece a base para a relação orgânica em que os eventos se complementam. No caso de Fort Stockton, as inter-relações encontradas foram o voluntariado, os mercados e capacidade experiencial. Relativamente ao voluntariado, a variedade de eventos permite oportunidades para que a população local, com diferentes interesses, se envolva neles, beneficiando a criação e manutenção de uma base estável de voluntários para o portfólio de eventos (Ziakas, 2010). Referentemente aos mercados, a diversidade de eventos num portfólio permite a geração de mercados novos ou complementares, sendo que cada evento tem como alvo diferentes segmentos de público, desde pequenas comunidades, cultos específicos ou famílias (Ziakas, 2010). A capacidade experiencial relaciona-se com o facto de a capitalização de conhecimento adquirido, em experiências anteriores, facilita a adoção de práticas bem sucedidas de utilização de recursos e elementos comuns (Ziakas, 2010). Desta forma, o “envolvimento e comunicação de grupos e individuais experientes é essencial na produção de novos eventos baseados em eventos bem sucedidos” (Ziakas, 2010, p.153). Já a falta de comunicação entre experiências diminui a eficácia dos eventos no alcance dos objetivos e no desenvolvimento futuro do portfólio (Ziakas, 2010).

O portfólio de eventos, tendo em conta os resultados apurados por Ziakas (2010), detém diversas vantagens competitivas para Fort Stockton nomeadamente

as possibilidades económicas e sociais retiradas aquando os eventos, uma vez que toda a cidade gira em torno deles, desde a decoração, às atividades e à narrativa da cidade. Neste sentido, os visitantes, à chegada, percecionam a cidade como “uma comunidade amigável com um charme de pequena cidade e características únicas” (Ziakas, 2010, p.154), enquanto os residentes percecionam a cidade como “uma cidade vibrante e um bom local para viver e educar as crianças” (Ziakas, 2010, p.156).

A análise dos eventos em Fort Stockton revelou que as parcerias governamentais são essenciais para a criação de sinergias entre as entidades que organizam os eventos, uma vez que facilitam a comunicação e a colaboração entre eles no planeamento e organização dos eventos (Ziakas, 2010).

Já do ponto de vista operacional, a implementação de um portfólio de eventos passa por decidir que segmentos cada evento pretende atingir, o seu alcance, frequência e data de realização, o que levanta dois desafios principais. O primeiro desafio prende-se com o aumento do número de eventos e a diminuição da participação dos mesmos. Apesar de o objetivo ser atrair visitantes, a base dos participantes nos eventos é a comunidade local e apesar dos esforços da sua distribuição ao longo do ano, pode levar a que a comunidade sinta que há eventos aos quais não consegue assistir (Ziakas, 2010). O segundo desafio relaciona-se com a exaustão dos recursos da comunidade. É necessário manter o interesse local em participar e ajudar na organização dos eventos sem que, no entanto, se sobrecarregar a população, com, por exemplo, excessivo trabalho voluntário em múltiplos eventos (Ziakas, 2010). Deste modo para se explorar na totalidade os benefícios de um portfólio de eventos e minimizar consequências indesejadas, é essencial ter em conta o equilíbrio no número de eventos a realizar (Ziakas, 2010).

Através do seu estudo, Ziakas (2010) concluiu que a gestão de um portfólio de eventos é um processo complexo que envolve coordenação entre os organizadores dos eventos para que não existam conflitos entre eles e conseqüentemente diminua a participação; envolve encontrar formas de conjugar e conectar diferentes eventos sem pôr em causa a sua unicidade; envolve o cultivo de oportunidades em que a celebração é intensificada, a sociabilidade é incentivada e a interação social é fomentada. Organizar um portfólio de eventos envolve ainda determinar quais eventos devem ser incluídos no portfólio e qual o seu número total, sendo que o

equilíbrio entre o número de eventos é essencial para que as políticas possam ser aplicadas sem provocar saturação do mercado ou pôr em causa a sustentabilidade dos recursos locais (Ziakas, 2010). Desta forma, “a procura de mercado deve ser estimada, a capacidade dos recursos avaliada e os impactos dos eventos avaliados, a fim de decidir quais eventos devem ser incluídos no portfólio” (Ziakas, 2010, p.161). A implementação de um portfólio de eventos deve ser realizada de forma holística, vendo os eventos como forma do desenvolvimento, económico, desportivo e turístico para a comunidade (Ziakas, 2010). Para que seja um desenvolvimento benéfico devem-se estabelecer ligações com os *stakeholders* e os governos, estipulando um conjunto de objetivos comuns para o portfólio de eventos, assim como as estratégias a seguir (Ziakas, 2010).

De uma forma geral, para se desenvolver um portfólio de eventos deve-se ter em conta a funcionalidade dos eventos em alcançar objetivos económicos, turísticos ou políticos (Getz & Page, 2016); a mistura de eventos no portfólio deve refletir diversidade no género de eventos, no tamanho e nas ocasiões em que ocorrem, apelando a diversos mercados-alvo (Ziakas, 2014) e o alcance, frequência e agendamento dos eventos dentro de um portfólio devem ser tidos em conta, uma vez que os eventos realizados ao longo do ano podem ajudar a combater a sazonalidade (Chalip, 2004; Ziakas, 2010).

A abordagem de um portfólio de eventos implica o desenvolvimento de relações entre os eventos, assim como com os destinos onde se realizam, pelo que a forma como os relacionamentos são formados e mantidos na gestão de um portfólio de eventos é algo a ter em conta (Ziakas, 2010).

Tendo a base teórica concluída, torna-se necessário explicitar o que vai ser analisado, pelo que, no capítulo que se segue optou-se por descrever detalhadamente os Casos de Estudo que servirão de base para a investigação. Serão abordados: o Concelho de Cantanhede em que são explicitadas as suas potencialidades turísticas e a sua pertinência como caso de estudo; o evento FOLK Cantanhede, pela sua envolvimento na comunidade e dimensão conseguida por uma associação local e a Feira-Festa EXPOFACIC, que é o evento mais bem estabelecido no Concelho, que movimenta maior número de visitantes e é o mais impactante a nível económico para a cidade.

Capítulo 3 – Casos de Estudo

3.1. Concelho de Cantanhede

3.1.1. Enquadramento

Historicamente, encontramos referências relativas a Cantanhede em 1087, quando D. Sisnando, governador de Coimbra mandou fortificar e povoar a agora cidade de Cantanhede. O seu nome vem da raiz celta “cant”, que significa “pedra grande”, o que está diretamente relacionado com as diversas pedreiras existentes na região. Daqui nasceu o primitivo “Cantonieti”, mencionado na documentação dos séculos XI, XII e XIII também com as grafias “Cantoniedi”, “Cantonidi” e “Cantonetu” (Câmara Municipal de Cantanhede, 2013). O foral que autenticou Cantanhede como concelho, terá sido dado por D. Afonso e posteriormente confirmado pelo foral outorgado por D. Manuel I, em 20 de maio de 1514. Os seus donatários foram os Meneses, nomeadamente D. Pedro de Meneses o primeiro Conde de Cantanhede, título nobiliárquico criado por D. Afonso V por carta datada de 6 de julho de 1479, e renovado em 1618, por Filipe II (Câmara Municipal de Cantanhede, 2013). Das personalidades associadas a Cantanhede merecem ainda referência o Capitão Pedro Teixeira, conquistador da Amazónia, D. João Crisóstomo de Amorim Pessoa, prelado, distinto orador sacro e Arcebispo Primaz de Braga entre 1876 e 1883, Jaime Cortesão, médico, historiador e ensaísta, Carlos de Oliveira, escritor e poeta, António de Lima Fragoso, pianista e compositor, Augusto Abelaira, escritor, e Maria Amélia de Magalhães Carneiro, pintora (Câmara Municipal de Cantanhede, 2013).

Cantanhede define-se como o maior Concelho do Distrito de Coimbra, composto por 14 freguesias, 168 povoações distribuídas por uma área de cerca de 400 km² e 36 595 residentes (Instituto Nacional de Estatística, 2012). Localiza-se no centro de um triângulo geográfico de notória importância económica: as cidades de Coimbra, Aveiro e Figueira da Foz. Desta forma, o Concelho de Cantanhede é delimitado a Norte pelos municípios de Mira, Vagos e Oliveira do Bairro; a Sul pelos municípios da Figueira da Foz, Montemor-o-Velho e Coimbra; a Este pelos municípios de Anadia e Mealhada e a Oeste é banhado pelo Oceano Atlântico.

Ao nível de acessibilidade, o município é acessível através de diversas vias rápidas, nomeadamente os nós da autoestrada A1 (Lisboa - Porto), em Murte, da A14 (Coimbra - Figueira da Foz) em Ançã e a A17 (Leiria – Aveiro), na Sanguinheira, bem como a estrada nacional 109 (Aveiro - Figueira da Foz), que atravessa toda a zona Oeste do Concelho (Figura 4).



Figura 4: Acessos Rodoviários | Fonte: <https://www.cm-cantanhede.pt>

Relativamente à economia do Concelho, aquando os censos de 2011, das 16 106 pessoas economicamente ativas no Concelho, 775 estão empregadas no setor primário, 4 283 no setor secundário e 9 603 no setor terciário (Instituto Nacional de Estatística, 2012). Note-se que o Concelho desde sempre teve a sua economia baseada na atividade agrícola e comercial, nos elevados índices de produção de batata, leite, recursos florestais e na vitivinicultura - atividade com maior expressão e visibilidade, fruto do reconhecimento que os seus vinhos alcançaram como verdadeiro *ex libris* da Região Demarcada da Bairrada (Câmara Municipal de

Cantanhede, 2013). Entretanto, o Concelho enfrenta atualmente um processo de expansão económica que está a permitir ultrapassar os constrangimentos decorrentes dependência típica dos setores agrícola e comercial. Esse processo, assente num plano estratégico de desenvolvimento sustentado, reflete-se no significativo investimento industrial e de uma série de infraestruturas que se tem vindo a registar nos últimos anos. Estes investimentos resultaram no crescimento das suas quatro zonas industriais - onde um número significativo de empresas se têm vindo a instalar -, concretamente nas zonas industriais de Cantanhede, Murte, Febres e Tocha, o que permite distinguir Cantanhede como um Concelho de referência do País em termos de dinâmica industrial (Câmara Municipal de Cantanhede, 2013). Neste contexto, o desenvolvimento de maior relevância foi a instalação do Biocant Park, o único parque de biotecnologia existente em Portugal, situado na Zona Industrial de Cantanhede, em junho de 2006. O parque resulta de uma parceria entre a Câmara Municipal de Cantanhede e o Centro de Neurociências de Coimbra (C.N.C.) e integra o Biocant, centro de Investigação e Desenvolvimento, que dispõe de laboratórios de Genómica, Biotecnologia Molecular, Biologia Celular e Microbiologia e desempenha uma função de interface entre os centros de saber de instituições nacionais e internacionais e o tecido empresarial, ao mesmo tempo que se constitui como uma âncora na atração de empresas de base tecnológica. (Câmara Municipal de Cantanhede, 2013)

O Concelho de Cantanhede é, ainda, portador de diversos espaços que promovem a sustentabilidade, cultura e qualidade de vida. Para além dos múltiplos espaços verdes criados no Concelho, existem também “importantes equipamentos coletivos” tais como a Biblioteca Municipal, o Museu da Pedra, a Casa Municipal da Cultura e diversos complexos desportivos, tais como as Piscinas Municipais, o Pavilhão Marialvas, o Parque Municipal de Ténis, o Complexo Desportivo da Tocha, o Complexo Desportivo de Febres e o Complexo Desportivo de Cantanhede, junto ao qual se situa a Academia Municipal de Golfe, que integra um campo com nove buracos (Câmara Municipal de Cantanhede, n.d.). O Concelho é rico em património edificado, portador de diversas Igrejas, Pelourinhos, Fontes e casas tradicionais como solares, a Casa Gandaresa e as janelas Manuelinas. Para além dos elementos culturais e desportivos, o Concelho detém ainda a Praia da Tocha, há 28 anos consecutivos

detentora da Bandeira Azul; a Praia Fluvial dos Olhos da Fervença e ainda a Lagoa das Coadiçais, situada nas imediações da Freguesia de Febres.

Relativamente ao Património Imaterial, o Concelho destaca-se pela sua Gastronomia, particularmente pelas Caldeiradas, Leitão à Bairrada, Chanfana ou Sardinha na Telha. A produção de vinho é também um dos pontos fortes do Concelho sendo que as vinhas são paisagens características de toda a região. Neste âmbito, destaca-se a Adega Cooperativa de Cantanhede, que tem conquistado inúmeros prémios nos mais prestigiados concursos mundiais.

A Figura 5 mostra o diferente património que o turista pode encontrar nas diversas freguesias do Concelho de Cantanhede.



Figura 5: Freguesias e Património do Concelho de Cantanhede | Fonte: <https://www.cm-cantanhede.pt>

De seguida serão descritos, de forma mais detalhada, os elementos turísticos do Concelho de Cantanhede, em particular a gastronomia e vinhos, os espaços de lazer, o seu património e seus usos e tradições.

3.1.2. Gastronomia

O Concelho de Cantanhede é rico em diversos pratos gastronómicos tradicionais, em alguns casos com influências de outras regiões, mas sempre com características muito particulares.

Na Tabela 4 estão representadas diversas tradições gastronómicas, no entanto, é o Bolo de Ançã, o Leitão à Bairrada e o Tremoço que detêm o maior destaque na região. Anualmente realiza-se a Feira do Bolo de Ançã, em Ançã, que resulta numa mostra desta receita confeccionada pelas várias boleiras da vila; o Festival do Leitão à Bairrada, nos Covões, em data móvel, onde esta iguaria é servida como manda a tradição, com batata cozida com pele, laranja e outros complementos e vai à mesa acompanhado com vinho de Cantanhede ou com o espumante tinto. Como entrada ao Leitão à Bairrada é tradição a Cabidela de Leitão confeccionada com as suas vísceras. A Feira do Tremoço, nos Olhos da Fervença, realizada no verão, tem como objetivo assegurar a preservação de uma tradição ancestral da Freguesia de Cadima e de toda a Região Gandaresa, a confeção do tremoço, mostrando alguns dos aspetos etnográficos com ela relacionados, associado a um ambiente festivo com um programa de animação que inclui com a atuação de grupos de diferentes géneros musicais, bem como jogos tradicionais dinamizados pelas associações.

Também os vinhos têm grande expressão no Concelho de Cantanhede. Integrando a denominada Região da Bairrada, toda a paisagem da zona nascente do território do Concelho de Cantanhede é marcada por vinhedos. Devido à exclusividade das características geomorfológicas dos solos e à influência do clima no ciclo vegetativo das castas autóctones dominantes, com destaque para a Baga, os vinhos do Concelho foram diversas vezes premiados. Algumas Adegas do Concelho realizam visitas guiadas no âmbito do Enoturismo, especificamente a Adega Cooperativa de Cantanhede - atividades vitivinícolas (ex: vindimas), visitas guiadas às caves de espumante, degustações de vinhos, cursos de provas de vinhos, almoços e jantares de negócios numa sala para eventos diversos, com capacidade para 400 pessoas e a Quinta de Baixo - visitas guiadas à adega, às quintas, disponibilizando ainda uma sala para provas de vinhos e colóquios.

<ul style="list-style-type: none"> • Sopa Gandaresa; • Caldo Verde; • Sopa de Feijão ou à Camponesa; • Caldeirada de Peixe; • Robalo Assado no Forno; • Batata Assada na Areia; • Bacalhau à Lagareiro; • Sardinha Assada na Telha; • Leitão à Bairrada; • Cabidela de Leitão; • Chanfana à Bairrada; • Arroz Malandro; • Buchó Recheado; • Torresmos; • Sarrabulho; • Vitela Assada; • Entrecosto em Vinho d'Alhos; • Frango de Chumasco; • Galo Velho; • Açorda de Nabos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bolo de Ançã; • Folar da Páscoa; • Tigelada; • Arroz-doce; • Aletria; • Filhós de Abóbora; • Papas de Abóbora Menina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chouriça de Vinho d'Alho; • Morcelas de Sangue; • Farinheiras; • Broa de Milho; • Tremoço de Cadima.
 <p>Pratos Típicos</p>	 <p>Doces</p>	 <p>Outros</p>

Tabela 4: Gastronomia Típica do Concelho | Fonte: <https://www.cm-cantanhede.pt> | Elaboração Própria

3.1.3. Lazer

De acordo com o website do Município de Cantanhede, órgão de comunicação oficial do Concelho, “o turismo, a requalificação urbana, a criação e beneficiação de espaços verdes e zonas de lazer, são uma aposta do Concelho, no sentido de atrair novos investidores e visitantes” (Câmara Municipal de Cantanhede, n.d.). Desta forma, o concelho dispõe de diversos espaços de lazer, tais como praias – oceânicas e fluviais -, parques e jardins e espaços culturais.

3.1.3.1. Praias

A praia oceânica, pertencente ao Concelho de Cantanhede, com mais afluência é a Praia da Tocha. É delimitada pela Praia de Mira, a norte, pela Praia de Quiaios, a sul e a nascente por uma considerável mancha florestal.

Em 2015 a Praia da Tocha completou 25 anos consecutivo da Bandeira Azul,

galardão de que ainda é portadora atualmente. Esta Bandeira reflete o reconhecimento da sua qualidade balnear e ambiental e foi atribuída pela Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE), secção Portuguesa da *Foundation for Environmental Education* (FEE). A Praia é também portadora da Bandeira das Acessibilidades, que reflete as boas condições de acesso à praia por pessoas com mobilidade reduzida, concebido pelo Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, na sequência de uma intervenção de requalificação urbana mandada realizar pela Câmara Municipal. Neste âmbito foram rebaixados passeios, prolongadas as passadeiras no areal e introduzido de um *tiralo* (cadeira anfíbia), equipamento que permite transportar as pessoas com dificuldades de movimentação pela praia.

A Praia da Tocha mantém muitas das suas tradições, tais como os típicos palheiros, construções palafíticas, de madeira que eram utilizados pelos pescadores para guardarem o material utilizado nas pescas – recuperados atualmente para casas de férias – e a Arte Xávega, tradição piscatória, que será abordada mais à frente neste capítulo, que ainda é utilizada nas pescas diárias realizadas no mar desta praia. Na Praia da Tocha podemos encontrar ainda a Biblioteca de Praia onde os banhistas podem ler e reservar livros, demonstrando a aposta cultural do Concelho; assim como os amantes de desportos náuticos encontram um extenso areal e uma ondulação que permite a prática de surf, bodyboard entre outras atividades náuticas (Associação de Moradores da Praia da Tocha, 2017).



Figura 6: Praia da Tocha

A poucos quilómetros a Norte da Praia da Tocha, a Praia do Palheirão, também oceânica, continua intacta paisagisticamente, demarcando-se como uma praia pacata onde o contacto com a natureza é privilegiado, sendo oficialmente reconhecida como Praia Dourada. Devido ao seu difícil acesso, é pouco frequentada durante todo o verão, sendo escolhida por praticantes de nudismo, uma vez que permite o contacto íntimo e sossegado com o extenso areal e paisagem dunar ou por amantes dos desportos náuticos, como surf e bodyboard.



Figura 7: Praia do Palheirão | Fonte: (Rota da Bairrada, 2016c)

Na Freguesia de Cadima, existe a Praia Fluvial dos Olhos da Ferveça, bastante frequentada nos meses de verão. As nascentes naturais dos Olhos da Ferveça fornecem o abastecimento de água do Concelho de Cantanhede e devido as suas particularidades invulgares atraem uma significativa afluência anual de visitantes.

O nome deriva da origem dos pequenos “olhos” que eram provenientes da água da nascente que brotava a borbulhar no solo arenoso típico do local, rico em argilas e siltitos. Nos anos 60 e 70 estes “olhos” foram canalizados com o objetivo de servir de fonte de abastecimento de água potável à população. O Concelho de Cantanhede e algumas localidades dos Concelhos de Coimbra e Montemor-o-Velho são os abastecidos por estas nascentes. Para tirar partido do potencial turístico do local, foi construída uma praia fluvial, aproveitando aproximadamente quatro hectares de espaço. Foi criada uma zona de lazer completamente integrada na paisagem natural, com um pequeno areal e área de prado relvado para banhos de sol e descanso, circuitos pedonais, bar com esplanada, balneários, parque de merendas e campo de jogos.

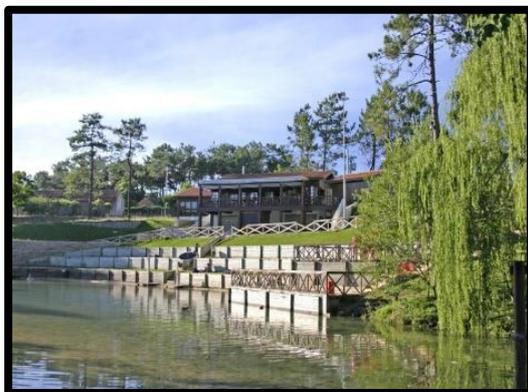


Figura 8: Praia Fluvial dos Olhos da Ferveça | Fonte: (Praia Fluvial, 2018)

3.1.3.2. Jardins

O Concelho de Cantanhede é composto por inúmeros espaços verdes, cada um com as suas características particulares. São eles o **Parque das Sete Fontes**, na freguesia de Ourentã, um parque natural com elevado potencial ecológico e onde a intervenção humana é diminuta. Possui um lago, uma fonte, um parque infantil e um pequeno circuito de manutenção, um parque de merendas com duas churrasqueiras, sete mesas para quatro pessoas e nove mesas para oito pessoas, bem como casas de banho públicas; o **Parque de São Mateus** localizado no coração da Cidade de Cantanhede, com uma área de cerca de 7,6 hectares, é lugar de ocupação saudável dos tempos livres por pessoas de todas as faixas etárias; **Circuito de Manutenção Física da Pena**, possui um circuito de manutenção física, parque de merendas com um churrasqueira, cinco mesas para quatro pessoas e um campo de jogos; **Quintal da Fonte**, localizado em Ançã, numa extensão considerável da zona ribeirinha da Vila Histórica de Ançã, é um espaço público de lazer, onde as ruínas de um antigo lagar foram restauradas e deram origem a este lugar vocacionado para a dinamização de atividades socioculturais. Possui um bar que serve de galeria para diversas exposições e ainda é palco para concertos e outras atividades ao ar livre; **Parque de Merendas dos Fornos da Cal de Ançã**, também em Ançã, onde funcionavam os antigos fornos da cal, possui relvado, uma churrasqueira, duas mesas para dez pessoas e duas mesas para quatro pessoas; **Jardim do Nó Desnivelado**, localizado em Cantanhede, um espaço natural, agradável para o lazer e o convívio social. Possui um Jardim com repuxo, três mesas para dez pessoas e duas pontes; **Parque de Merendas do Montinho**, localizado na Pocariça, é um parque de merendas que dispõe de um pequeno bar de apoio, um lago, uma churrasqueira, um parque infantil e seis mesas para quatro pessoas; **Parque de Merendas do Cabeço Redondo**, na Camarneira, possui um lago, uma churrasqueira e 13 mesas para quatro pessoas; **Espaço de Lazer da Lagoa da Torre**, localizado em Vilamar, é um lugar tranquilo e natural, onde se respira ar puro e onde o convívio e o lazer constituem motivo de visita. Possui parque de merendas com três mesas para 12 pessoas e o **Jardim do Largo Conselheiro Ferreira Freire**, situado no centro de Cantanhede, é local privilegiado para descanso e passeios, assim como para eventos devido à sua proximidade ao centro da cidade.



Parque das Sete Fontes



Parque de São Mateus



Circuito de Manutenção Física da Pena



Quintal da Fonte



Parque de Merendas dos Fornos da Cal



Jardim do Nó Desnivelado



Parque de Merendas do Montinho



Parque de Merendas do Cabeço Redondo



Espaço de Lazer da Lagoa da Torre



Jardim do Largo Conselheiro Ferreira Freire

Figura 9: Parques e Jardins no Concelho de Cantanhede | Fonte: (Rota da Bairrada, 2016a)

3.1.3.3. Espaços Culturais

Tal como mencionado no enquadramento do presente capítulo, o Concelho de Cantanhede privilegia o fomento da cultura dos seus habitantes, facto que é visível nos diversos espaços culturais espalhados pelo Concelho. Neste contexto destacam-se sete espaços: a **Casa do Capitão-Mor**; o **Museu da Pedra**; o **Museu Etnográfico do Grupo Típico de Ançã** e **Museu Etnográfico e Agrícola de Cordinhã**; o **Antigo Lagar de Azeite** a **Biblioteca Municipal de Cantanhede** e a **Biblioteca da Praia da Tocha**.

Casa do Capitão-Mor

A Casa do Capitão-Mor foi mandada construir em finais do século XVIII pelo Capitão-Mor de Recardães, Dr. João Henriques de Castro, sendo a mais importante moradia nobre da Cidade de Cantanhede. Atualmente sedia a Casa Municipal da Cultura e o Museu da Pedra, exercendo funções educativas e culturais ao receber regularmente exposições de pintura, escultura, arte sacra, arquitetura e fotografia, quer nacionais, quer internacionais.



Figura 10: Casa Municipal da Cultura | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Museu da Pedra

Como o próprio nome indica, a principal temática do Museu é a pedra, representada sobre as mais variadas perspetivas. O seu acervo é constituído por artefactos arqueológicos recolhidos nas estações pré-históricas e romanas do Concelho, achados paleontológicos originários das pedreiras locais, ornamentos realizados com "Pedra de Ançã", esculturas religiosas proveniente de igrejas e capelas da cidade e as ferramentas utilizadas na sua elaboração. O Museu alberga também exposições temporárias focadas na escultura contemporânea. Foi inaugurado em 2001 e está instalado na Casa do Capitão-Mor.



Figura 11: Museu da Pedra | Fonte: (Direção Geral do Património Cultural, 2018)

Museu Etnográfico do Grupo Típico de Ançã

O Museu Etnográfico do Grupo Típico de Ançã, situa-se no centro da Vila de Ançã, numa casa datada do século XVII, comprada e restaurada pelo Grupo Típico em 1990. O seu espólio é composto por trajes e utensílios doados pela população, que representam a vivência do povo Anaçanense no início do século XX.

Não só o espólio, mas também a própria casa representa a Vila de Ançã. É um imóvel antigo de traçado popular e forma retangular, composto por dois pisos, sendo

que o piso superior era usado como habitação e o inferior usado como loja, arrumos, adegas ou currais. O edifício apresenta antigas cantarias de avental, com caixilharias de guilhotina e portas de madeira. Neste sentido o museu representa a vivência de um povo: no 1º andar, é possível recordar como viviam, outrora os antepassados, visitando o quarto e a cozinha/sala. O rés-do-chão, noutros tempos adega ou curral, está agora destinado a exposições permanentes e temporárias.

O museu foi aberto ao público em 1991 e o acesso ao edifício é feito por uma escadaria feita com a tradicional pedra de Ançã.



Figura 12: Museu Etnográfico do Grupo Típico de Ançã | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Museu Etnográfico e Agrícola de Cordinhã

O Museu Etnográfico e Agrícola de Cordinhã situa-se em Cordinhã, no edifício da Antiga Escola Primária. É um museu dedicado à população da aldeia que desde sempre se dedicou ao trabalho nas terras. Tal como no Museu Etnográfico do Grupo Típico de Ançã, o espólio deste museu foi construído através de doações feitas pela população de antigas alfaias agrícolas, ferramentaria e outros artefactos relacionados com a temática da agricultura e outras artes locais. A maioria dos objetos expostos são centenários.

No museu podemos ver representados diversos setores, tais como o setor de serração e transformação da madeira, em particular a carpintaria e tanoaria; a secção de olaria, mais especificamente fabrico de telhas; a arte de ferrar animais; a resinaria; o sector de desporto, como a caça e a pesca e ainda a representação das cozinhas típicas antigas. No que se refere à agricultura, encontramos no museu abordagens à viticultura; trabalho no milho e à colheita e transformação do azeite.



Figura 13: Museu Etnográfico e Agrícola de Cordinhã | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Antigo Lagar de Azeite

O Antigo Lagar de Azeite ou Antigo Gabinete Técnico Local, localiza-se em Ançã, num imóvel antigo construído com dois pisos com diferentes propósitos: o piso superior que servia de habitação a um moleiro que explorava o moinho nas imediações, e o piso inferior onde eram resguardados os animais. O Lagar de Azeite é uma das referências culturais de Ançã e acolhe algumas exposições temáticas, servindo ainda de local para a realização de provas do Bolo de Ançã.



Figura 14: Antigo Lagar de Azeite | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Biblioteca Municipal de Cantanhede e Biblioteca da Praia da Tocha

A Biblioteca Municipal de Cantanhede é um espaço cultural utilizado para diversas finalidades, uma vez que serve de sala de exposições temporárias e dispõe de um auditório com capacidade para 98 lugares fixos com possibilidade de adicionar mais 42 lugares. A biblioteca tem disponível salas de leitura quer para adultos, quer para crianças, atividades de hora do conto, acesso à internet gratuito, sala de audiovisuais, sala de exposições, auditório e bebéteca.



Figura 15: Biblioteca Municipal de Cantanhede | Fonte: (Rota da Bairrada, 2016b)

Já a Biblioteca da Praia da Tocha é um serviço descentralizado e gratuito, que o Município de Cantanhede disponibiliza desde o ano 2000, à população e veraneantes da Praia da Tocha. É um polo sazonal da Biblioteca Municipal de Cantanhede e funciona no areal da Praia da Tocha, durante a época balnear, permitindo que os visitantes, gratuitamente, possam usufruir de diferentes suportes de informação e cultura, tais como livros, jornais e revistas, DVDs, Internet e jogos pedagógicos. Esta valência tem contribuído igualmente para a divulgação do papel da Biblioteca na sociedade atual enquanto veículo de cultura, de desenvolvimento pessoal, mas também de lazer, fomentando nos utilizadores deste serviço o gosto pela leitura e o apreço pelo livro. No ano 2010 a Biblioteca de Praia registou a visita de 8.250 utilizadores que consultaram e requisitaram livros, jornais e revistas, participaram em atividades de expressão plástica, usufruíram de Internet gratuita e visionaram filmes em DVD.



Figura 16: Biblioteca da Praia da Tocha| Fonte: (Rota da Bairrada, 2016b)

3.1.4. Património

O Concelho de Cantanhede é um Concelho portador de um vasto património quer seja ele edificado, natural ou arqueológico. Pelas diversas freguesias do Concelho podemos encontrar variado património edificado de interesse, nomeadamente para o turismo religioso, com as várias igrejas, capelas, cruzeiros ou pelourinhos; várias estátuas e esculturas e edifícios de elevado valor arquitetónico e cultural; variadas lagoas, referentes ao património natural e ainda diversas pedreiras e uma estação arqueológica que compõem o património arqueológico do Concelho.

3.1.4.1. Património edificado

No Concelho de Cantanhede podemos encontrar 15 igrejas matrizes: **Igreja Matriz de Cantanhede, Igreja da Misericórdia, Igreja Matriz de Ançã, Igreja Matriz da Tocha, Igreja Matriz de Cadima, Igreja Matriz de Portunhos, Igreja Matriz da Pocariça, Igreja Matriz dos Covões, Igreja Matriz de Cordinhã, Igreja Matriz de Sepins, Igreja Matriz de Murtede, Igreja Matriz de Ourentã, Igreja Matriz de Outil, Igreja Matriz do Bolho e Igreja Matriz da Sanguinheira.** Datadas entre o século XI e o século XVIII, é possível encontrar nestas igrejas os mais variados estilos arquitetónicos, correspondentes quer à época de construção, quer incluídos aquando as intervenções de preservação. São exemplos de estilos arquitetónicos visíveis nas igrejas do Concelho o estilo românico, barroco, rococó, neoclássico e ainda o neoárabe.



Igreja Matriz de Cantanhede



Igreja da Misericórdia



Igreja Matriz de Ançã



Igreja Matriz da Tocha



Igreja Matriz de Cadima



Igreja Matriz de Portunhos



Igreja Matriz da Pocariça



Igreja Matriz dos Covões



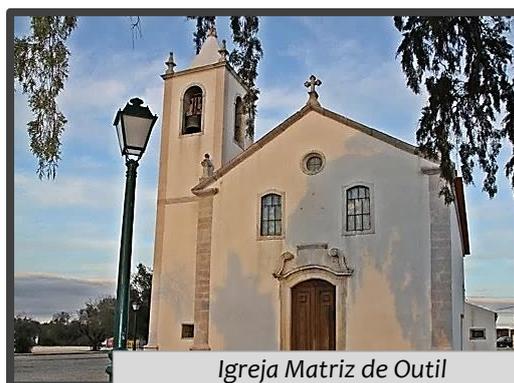
Igreja Matriz de Sepins



Igreja Matriz de Murtede



Igreja Matriz de Ourentã



Igreja Matriz de Outil



Igreja Matriz do Bolho



Igreja Matriz da Sanguinheira

Figura 17: Principais Igrejas do Concelho | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Relativamente às capelas do Concelho, existem oito capelas que merecem destaque: a **Capela da Varziela**, decretada Monumento Nacional em 1910 devido ao seu grande valor patrimonial; a **Capela de Lemed**, de arquitetura renascentista; a **Capela de S. Mateus**, em Cantanhede; a **Capela de S. João Batista**, também em Cantanhede; a **Capela do Senhor da Fonte** e a **Capela de S. Bento**, em Ançã, a última de arquitetura maneirista e considerada a mais bela de todas as capelas de Ançã e onde se realizam as maiores romarias da Vila - S. Bento (3^a feira de Páscoa) e S. Tomé

(25 de Julho); a **Capela de Santo Amaro**, em Quintã, Cadima; e a **Capela de S. Tomé**, na Pocariça.



Capela da Varziela



Capela de Lemedo



Capela de S. Mateus



Capela de S. João Batista



Capela do Senhor da Fonte



Capela de S. Bento



Capela de Santo Amaro



Capela de S. Tomé

Figura 18: Principais Capelas do Concelho | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Ainda no âmbito do património edificado religioso, é de destacar o **Cruzeiro Senhor Santo Cristo**, em Ançã, o **Cruzeiro da Póvoa da Lomba**, classificados como Imóvel de Interesse Concelhio e o **Pelourinho de Ançã**.



Figura 19: Cruzeiro e Pelourinho do Concelho | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Para além dos edifícios de cariz religioso, no Concelho existem também antigos solares, palácios, casas, moinhos e fontes. De destacar o **Edifício dos Paços do Concelho**, atual sede da Câmara Municipal de Cantanhede e antigo palácio da Família dos Meneses, situado no centro da cidade; o **Antigo Solar dos Neiva**, propriedade privada mais imponente e representativa dos fidalgos de Ançã; o **Palácio do Marquês de Cascais**, também em Ançã, ponto fulcral e central da Vila; a **Casa dos Bogalhos**, considerado um dos últimos exemplares da antiga arquitetura civil urbana da Cidade de Cantanhede; a **Casa e Busto de António Lima Fragoso**, na Pocariça, também propriedade privada, casa onde viveu o músico e compositor António Lima Fragoso e o **Moinho da Nascente e Fonte dos Castros** (vulgarmente conhecida como Fonte de Ançã), em Ançã, advém de antigo moinho de milho, cuja força motriz provinha da água da Nascente de Ançã, dando assim origem a esta Fonte. Tem um caudal de 20 640 litros por minuto.



Edifício dos Paços do Concelho



Antigo Solar dos Neiva



Palácio do Marquês de Cascais



Casa dos Bogalhos



Casa e Busto de António Lima Fragoso



Moinho da Nascente



Fonte dos Castros

Figura 20: Edifícios de Interesse no Concelho | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

Para além dos edifícios, pelo Concelho estão dispersas variadas estátuas e esculturas, tais como a **Estátua Equestre de António Luís de Meneses**; a **Estátua de**

Pedro Teixeira; o Monumento a Jaime Cortesão, ao Músico, ao Ourives Ambulante e ainda esculturas dos vários Simpósios Internacionais de Escultura, um conjunto de esculturas trabalhadas ao vivo por artistas nacionais e estrangeiros, que legaram ao Município peças evocativas de algumas das mais significativas referências socioculturais do Concelho.



Estatua Equestre de António Luis de Meneses



Estatua de Pedro Teixeira



Monumento de Jaime Cortesão



Monumento ao Músico



Monumento ao Ourives Ambulante



Escultura do Simpósio



Escultura do Simpósio



Escultura do Simpósio

Figura 21: Estátuas e Escultura no Concelho | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

3.1.4.2 Património Natural

O Património Natural do Concelho é tão diversificado como os seus edifícios. No Concelho de Cantanhede existem zonas dunares, ribeiras e lagoas, bem como uma praia fluvial, todas elas com elevado potencial ambiental e ecológico, dando suporte a espécies e habitats próprios, a atividades agrícolas e de pesca e ainda a atividades de lazer e bem-estar. Neste património é significativo salientar o já referido cordão dunar da Praia da Tocha e do Palheirão e as quatro pequenas lagoas do Concelho: **Lagoa da Salgueira**, que se reparte por dois Municípios, Concelho de Cantanhede (Tocha) e Figueira da Foz (Bom Sucesso), com uma área de cerca de cinco hectares onde se pode observar as aves mergulhão-pequeno, marrequinha e galinha-d'água; **Lagoa dos Teixoeiros** ou da **Mata**, também na freguesia da Tocha, com uma área de cerca de sete hectares onde pode ser observada a espécie anatóidea Fúlica Atra (Galeirão); **Lagoa dos Coadiçais**, em Febres tem cerca de três hectares, enquadrado num meio rural, onde se pode praticar pesca, pequenos passeios em pequenas embarcações, com possibilidade de piqueniques no parque de merendas, bem como caminhadas pelo pequeno circuito de manutenção que percorre a margem da lagoa e **Lagoa da Torre**, na Freguesia de Vilamar, também apetrechada com um parque de merendas onde é possível realizarem-se piqueniques.



Lagoa da Salgueira



Lagoa dos Teixoeiros



Lagoa dos Coadiçais



Lagoa da Torre

Figura 22: Lagoas do Concelho | Fonte: (CantanhedeGo, 2016)

3.1.4.3. Património Arqueológico

O Património Arqueológico do Concelho deriva maioritariamente das pedreiras seculares que existem no Concelho. De forma generalizada, os achados arqueológicos do Concelho dão conta da presença humana no território, pelo menos durante o Paleolítico Médio, cujo término ocorre por volta de 30.000 a 28.000 a.C. Deste período Neandertal, resultaram artefactos em sílex encontrados nas freguesias de Ançã, Outil e Portunhos, atualmente expostos no Museu da Pedra.

A extração nas Pedreiras de Calcário, predominantes nas freguesias de Ançã, Outil, Portunhos e Vila Nova, têm produzido marcas da natureza antropológica, cultural e artística cujo valor patrimonial importa eternizar. Maioritariamente conhecidos como Pedra de Ançã, os calcários extraídos constituíram-se ao longo dos séculos como importante fator de desenvolvimento económico, utilizadas para esculturas e arquitetura da região, desde as variadas igrejas e capelas do Concelho às casas tradicionais.

3.1.5. Usos e Tradições

Não é só o seu património físico que se estabelece como vantagem para o Concelho. Também as suas tradições enriquecem a cultura e o carácter do Concelho. Cantanhede possui um conjunto de usos e costumes tradicionais que, embora comuns a outras regiões, mantém uma identidade própria, através de saberes e fazeres populares que se vão transmitindo de geração em geração. Os exemplos mais flagrantes são as manifestações religiosas, etnográficas e folclóricas, artes e ofícios, a gastronomia, nomeadamente as tremoceiras de Cadima, as boleiras de Ançã e a arte-xávega que se mantém uma atividade regular no Concelho de Cantanhede.

O artesanato tem também uma expressão vincada, principalmente no que se refere à Latoaria; Funilaria; Cantaria; Tanoaria; Cestaria; aos Abanos de Penas; às Miniaturas dos Palheiros da Praia da Tocha; à Cerâmica Pintada à Mão e aos Tamancos.

A Arte Xávega é a tradição com mais expressão, uma vez que remota a tempos antigos, mas que ainda perdura no quotidiano da Praia da Tocha. Também denominada pesca de arrasto, a Arte-xávega remonta ao século XIX, tempo em que

os pescadores saíam de barco para lançar as redes ao mar. As redes mediam cerca de 300 metros, atingindo em alguns casos 600 metros (nos barcos de quatro remos), eram feitas de linho, o que as tornava mais pesadas, sendo necessário muita gente para as transportar para o barco e, particularmente, para as puxar para a terra, sendo para isso utilizadas as juntas de bois, atualmente substituídas pelos tratores (Rota da Bairrada, 2018). Ainda nos dias de hoje os banhistas, aquando a saída das redes, juntam-se para ajudar e presenciar o momento em que a rede repleta de peixe é arrastada pela areia com o peixe ainda a saltar, para depois ser separado e vendido quer no local, quer na lota.

3.2. FOLK Cantanhede - Semana Internacional de Folclore

O FOLK Cantanhede é um festival internacional de folclore que ocorre anualmente na cidade e Concelho de Cantanhede. É organizado pelo Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede⁷ e conta com a atuação, em todo o Concelho, de grupos de folclore portugueses e internacionais.

Refletindo-se como uma iniciativa “assente em valores primordiais da vida, como é a "Paz" e a "Alegria" entre os povos, num ambiente fraterno que não distingue raças, ideologias e religiões” (FOLK Cantanhede, 2017), o FOLK Cantanhede teve a sua origem em 2006, com o objetivo de projetar a cidade de Cantanhede no país e no mundo (FOLK Cantanhede, 2017). Dois anos depois, em novembro de 2008, o festival recebeu o Certificado de Festival CIOFF⁸.

Desde a sua criação, o FOLK Cantanhede tem levado as diferentes culturas mundiais a todas as 19 freguesias do Município e a alguns concelhos vizinhos, através de espetáculos partilhados com associações locais, quer ao ar livre, quer através de atuações em instituições sociais do concelho.

Com a duração de uma semana, o FOLK Cantanhede é composto por:

- Desfile Internacional;
- Cerimónia oficial de abertura com hinos dos países;
- Gala Internacional de Abertura na Praça Marquês de Marialva;
- Galas de Freguesia - 14 espetáculos com dois países e uma associação local;

⁷ O Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede surgiu em 1983 com o intuito de preservar e divulgar o rico património cultural e as tradições locais do Concelho de Cantanhede. Especializados nos trajes, danças e cantares tradicionais, o Grupo realiza também atividades que remetem para a religião, gastronomia, medicina caseira e artesanato. É o organizador do festival CIOFF “FOLK Cantanhede – Semana Internacional de Folclore”, divulgando assim ao público português e estrangeiro as tradições do povo gandarez e bairradino (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2017).

⁸ O CIOFF (International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts) é um Parceiro Oficial da UNESCO, acreditado pelo UNESCO ICH Committee. Criado em 1970, o dever do CIOFF® é salvaguardar, promover e difundir a cultura tradicional e o folclore. Tem como principais objetivos: promover o património intangível, através de formas de expressão como dança, música, jogos, rituais, costumes e outras artes; servir os objetivos da UNESCO; apoiar as atividades dos seus membros e das organizações não governamentais que trabalham nas áreas do folclore e do património cultural; e servir a causa da paz e não-violência através da implementação dos objetivos; Atualmente, a filiação mundial do CIOFF abrange 103 países do mundo, com 63 seções nacionais, 23 membros associados, 3 membros parceiros e 14 membros correspondentes. Estima-se que mais de 1 milhão de pessoas, incluindo mais de 30.000 grupos folclóricos de dança e música e organizações de artes folclóricas, estão associadas ao CIOFF através das Seções Nacionais CIOFF espalhadas mundialmente. (CIOFF - International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts, n.d.)

- FOLK Expo - Exposição fotográfica de eventos anteriores e/ou outras;
- Noites das Nações - Espetáculos temáticos na Praça Marquês de Marialva;
- FOLK Art - Minifeira de artesanato todos os fins de tarde e noite;
- FOLK Famílias - Almoço nas famílias (5/6 pessoas de países diferentes almoçam em casas de habitantes de Cantanhede que oferecem o almoço);
- FOLK Oficina dança - Venha aprender as danças do mundo;
- FOLK Gastronomia - Jantar com pratos típicos de um dos países;
- FOLK Turismo - Visitas guiadas a Coimbra, Aveiro, região e praias;
- FOLK Intercâmbio - Reunião Geral com projeção de DVDs de cada país;
- Dia livre - A meio da semana com praia, piquenique e festa convívio;
- Desfile das Nações - Mostra de traje precedendo a última Gala;
- Gala Internacional de Encerramento – Atuações de todos os grupos convidados, Internacionais e Nacionais.

Na sua edição inaugural em 2006, o Festival apresentou-se com grupos de Portugal, Serra Leoa, Ucrânia, Itália, Turquia e México, declarando como seus objetivos principais:

1. Proporcionar aos cantanhedenses a possibilidade de conviver e conhecer novas culturas do Mundo;
2. Fomentar a Paz entre os povos mundiais através do Folclore e da Etnografia;
3. Colocar Cantanhede na rota dos Festivais Mundiais CIOFF.

Em 2007, a Portugal juntou-se a Espanha, o Perú, a Polónia, Timor-Leste e a Sérvia, numa edição de sucesso. No ano seguinte atingiu o seu objetivo de ser certificado pelo CIOFF, num evento que contou com a presença da Alemanha, Argentina, Hungria, Macedónia, México e novamente a Polónia. Em 2009, assente na premissa de contribuir fortemente para o desenvolvimento e enriquecimento cultural das gentes do Concelho de Cantanhede, ao fomentar o contacto com culturas diferenciadas, Cantanhede recebeu grupos do Canadá, França, Paraguai, Moldávia, Roménia e Coreia do Sul. Com os seus objetivos e premissas estabelecidos, o Festival continuou a prosperar, recebendo grupos da Bélgica, Bulgária, Eslováquia, Grécia, Lituânia e Tailândia em 2010; Brasil, República Checa, Chipre do Norte, Geórgia, a repetente Hungria e Indonésia em 2011; Estados Unidos da América, Bósnia e Herzegovina, Guadalupe (França), País Basco (Espanha) e Letónia em 2012; a Sérvia,

o Quênia, a Finlândia, a Bielorrússia e a Argentina em 2013; em 2014 participaram no Festival a Índia, a Macedónia, a Croácia, a Rússia e Istambul; em 2015 Cantanhede voltou a ser visitado pela Bélgica, Bósnia e Herzegovina, Índia, Indonésia e México e recebeu pela primeira vez o Gana, Costa Rica e Eslovénia; em 2016 o Festival contou novamente com a presença da Bósnia e Herzegovina, Timor-Leste e Polónia e contou ainda com a presença da Áustria, Colômbia, África do Sul, Nova Zelândia e Bolívia; em 2017 o Chile, a Eslováquia, a Espanha, a Lituânia, o México, o Perú e o Quênia foram os países representados na 12ª edição do FOLK Cantanhede – Semana Internacional de Folclore.

Na sua edição mais recente, em 2018, segundo o documento de apresentação oficial, o FOLK Cantanhede apresentou a sua missão de “consciencializar para a Importância da Identidade Cultural como fator de Valorização Humana e Equilíbrio Social” (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2018, p. 3). Neste sentido o evento estabelece como objetivos principais: promover e fortalecer a paz entre os povos, suprimindo as barreiras da cor, raças, religião e ideologias; proporcionar a proximidade e o conhecimento de culturas diferentes, por vezes em vias de extinção, contribuindo assim para a sua subsistência; organizar espetáculos de elevada qualidade, convidando grupos de índole cultural de todo o Mundo, através da rede CIOFF® e promover o Município de Cantanhede, a Região Centro e o País (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2018, p. 3).

A edição de 2018 contou, então, com a presença da Bolívia, da Croácia, da Guiné Bissau, da Hungria, da Sérvia, da Suíça, da Polónia e da Tailândia, concretizando um total de 55 países e 83 grupos diversificados ao longo das 12 edições do evento.

Relativamente ao impacto que o evento tem na comunidade, segundo o documento de apresentação de 2018, o evento impacta direta e indiretamente na economia local através dos custos financeiros de produção, das divisas e do movimento económico gerado; na cultura ao permitir a interação dos grupos participantes com associações culturais locais e enriquecendo a agenda cultural municipal e na sociedade ao despertar o interesse dos jovens para a prática do folclore e na consciencialização da importância do folclore como fator de valorização humana e equilíbrio social (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2018).

Ao longo das edições o número de espetadores tem aumentado gradualmente, com cerca de 40 000 no ano de 2017 (Gráfico 1).

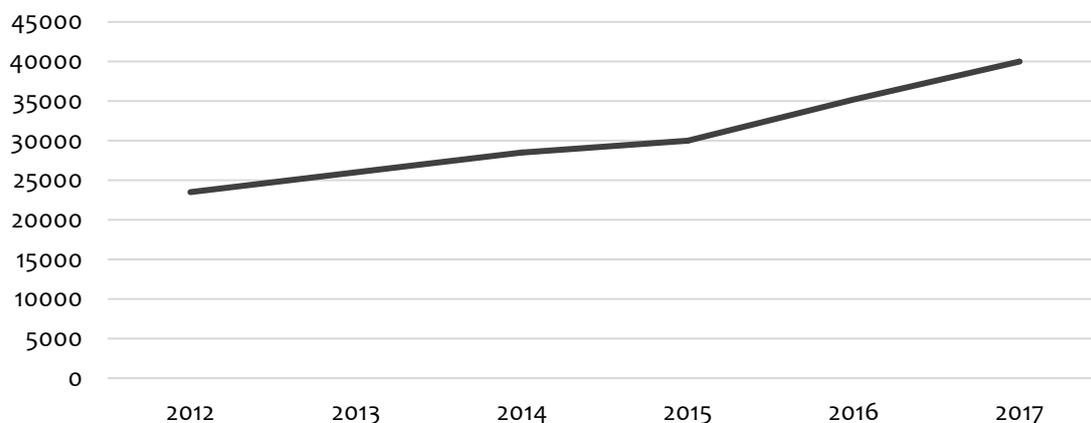


Gráfico 1: Evolução do Número de Espetadores por ano | Fonte: (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2018)

O número de grupos convidados estagnou em 2015, com oito grupos (Gráfico 2), revelando um padrão de gestão do evento que também é visível no ligeiro aumento dos cerca de 60 000€ investidos anualmente no evento desde 2016 (Gráfico 3).

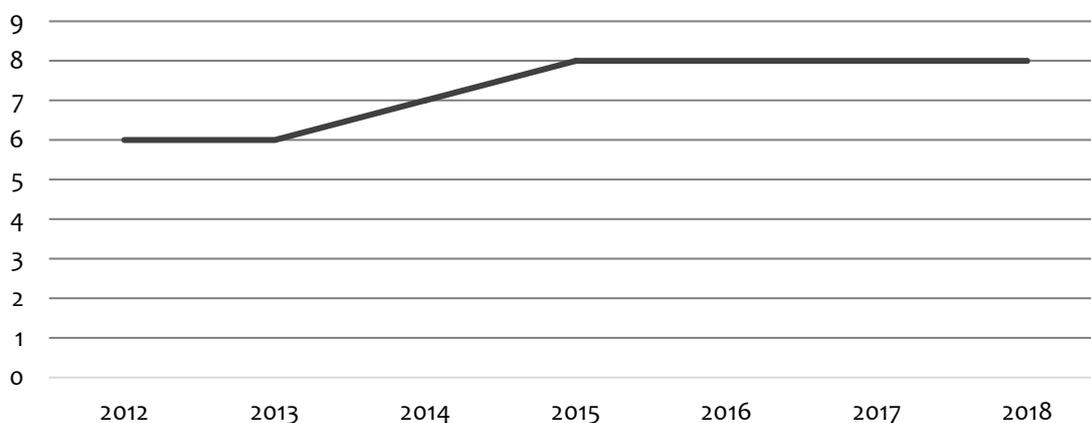


Gráfico 2: Evolução do Número de Grupos Participantes | Fonte: (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2018)

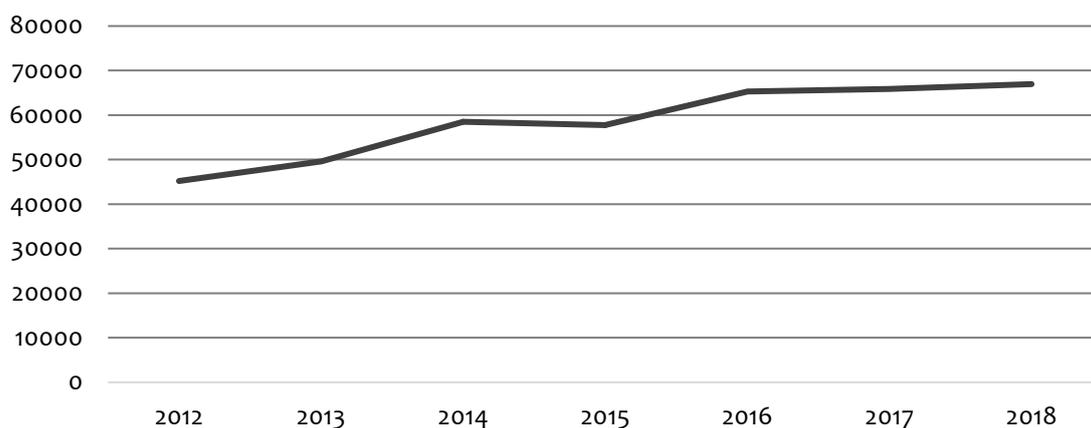


Gráfico 3: Evolução do Investimento | Fonte: (Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, 2018)

Em geral o FOLK Cantanhede revela-se um evento de elevada significância quer pelo seu número de visitantes, quer pelas entidades que envolve, seja em parcerias e protocolos, ou ao nível do voluntariado, que permite à comunidade local não só assistir ao evento, mas também fazer parte dele. Assim, o FOLK Cantanhede conta com o alto patrocínio da Câmara Municipal de Cantanhede; tem como patrocinadores oficiais a Caixa Crédito Agrícola e o Freixial Shopping, e também as 14 freguesias do Concelho; a Escola Pedro Teixeira como alto apoio logístico; o Turismo Centro de Portugal, a Fundação INATEL e a Federação do Folclore Português como apoios institucionais; a Adegas Cooperativas de Cantanhede como apoio logístico, assim como o stand de automóveis Febauto. Desta forma, é visível a dinamização de entidades e infraestruturas do Concelho que são envolvidas no FOLK Cantanhede, tornando-o num evento importante a analisar.

3.3. EXPOFACIC - Exposição/Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede

Tendo em conta a informação recolhida junto da Câmara Municipal de Cantanhede, em documentos por si disponibilizados e no website oficial da EXPOFACIC, será feita, de seguida, uma caracterização e contextualização do evento a analisar.

A EXPOFACIC é um evento que se realiza anualmente, entre julho e agosto, com duração de dez a 12 dias. A primeira edição ocorreu em setembro de 1991 e atualmente encontra-se na 28ª edição. É uma iniciativa organizada pelo Município de Cantanhede, coordenada por uma Comissão Organizadora por si nomeada e pela empresa municipal INOVA-EM⁹, que integra a Comissão Organizadora e é a entidade responsável pela gestão administrativa, financeira e logística do evento.

A Feira decorre num espaço aberto de cerca de dez hectares, o Parque Expo-Desportivo de S. Mateus, em Cantanhede. É organizado por diferentes setores, entre os quais o setor comercial, industrial e de serviços, o setor automóvel, de educação, agrícola, de exposições temáticas e culturais, a zona verde, as diversões, o setor gastronómico, o espaço lounge e *street food* e os palcos. No recinto existem 600 espaços divididos entre expositores, tasquinhas e oito palcos. Destaca-se o palco EXPOFACIC, onde se pode assistir a concertos musicais dos melhores artistas nacionais e internacionais e *stand up comedy* e o palco Super Bock, dedicado à música eletrónica. Nos restantes, existe uma programação variada de música, dança e artes performativas. A diversidade da oferta em termos de espetáculos é um dos fatores decisivos para a enorme afluência de público que, todos os anos, ocorre ao certame. Para além da presença de alguns dos mais prestigiados nomes do panorama musical

⁹ A Inova – Empresa de Desenvolvimento Económico e Social de Cantanhede, E.M.-S.A. é uma Empresa Local, constituída em 16 de abril de 2002, de capital 100% da Câmara Municipal de Cantanhede. Tem como Missão garantir a um custo socialmente aceitável a qualidade dos serviços públicos municipais de abastecimento de água, águas residuais e resíduos urbanos, bem como garantir que todas as restantes atribuições delegadas pelo Município de Cantanhede são desenvolvidas com critérios de eficácia e eficiência, promovendo-se a qualidade de vida das populações e obedecendo-se a critérios de sustentabilidade económico-financeira e ambiental. A sua visão é então, procurar ser uma entidade gestora de referência a nível nacional, relativamente aos serviços públicos de abastecimento de água, águas residuais e resíduos urbanos e contribuir para que Cantanhede seja um dos Concelhos com melhor qualidade de vida do país.

português, o programa inclui sempre como cabeça de cartaz um artista ou grupo internacional.

O evento envolve a participação dos principais agentes económicos e socioculturais do Concelho e a representação de um significativo número de prestigiadas empresas do País. Trata-se, portanto, de um evento que combina música, gastronomia, exposições e negócios, dirigido a múltiplos públicos, em particular para o público mais jovem e famílias, sendo visitado anualmente por cerca de 400 000 visitantes.

3.3.1. Historial

Antes da EXPOFACIC se estabelecer como Exposição/Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede, teve como antecessora a Feira/Exposição de S. Mateus, realizada anualmente no âmbito da Romaria de S. Mateus. Entre 1965 e 1969, esta Feira realizou-se nos primeiros dias de setembro, sendo que dia 21 de setembro se celebra o dia de S. Mateus, no recinto municipal do Campo da Feira. Esta Feira era de dimensão reduzida e focava-se nos fabricantes de utensílios agrícolas, já que a agricultura era o setor predominante na região.

Em 1991 surge então a EXPOFACIC, dinamizada pelo Dr. Albano Pais de Sousa, o então Presidente da Câmara Municipal de Cantanhede. Esta Feira estabelece-se com o objetivo de abrir portas aos produtos agrícolas, comerciantes e industriais do Concelho, assim como valorizar e estimular as potencialidades da região contribuindo para um progresso económico e social do concelho. Nas primeiras edições (entre 1991 a 1993), realizadas durante seis dias no mês de setembro, a Feira decorreu em pavilhões alugados à Associação Comercial e Industrial de Coimbra (ACIC), no recinto envolvente da Escola Secundária de Cantanhede e contou com apoios do Instituto Português da Juventude e de um conjunto de entidades do distrito. No primeiro ano a Feira contou com 66 expositores e cerca de 50 mil visitantes de todo o Concelho e Municípios limítrofes. A componente cultural esteve sempre presente, contando com a participação das Juntas de Freguesia, Associações Culturais, Escolas e artesãos. Além disso, havia sempre um programa de espetáculos aliciante, o que constituía um elemento de atração, refletindo-se, conseqüentemente, no sucesso do evento.

As primeiras mudanças substanciais ocorreram entre 1994 e 1997, sob a alçada do Presidente da Câmara, Dr. Rui Crisóstomo, cuja missão era o conhecimento e a valorização das potencialidades locais que contribuem de forma decisiva para a criação de uma imagem positiva da região e para o reforço da identidade coletiva. As mudanças começaram com a antecipação da data do evento para julho e agosto, para se articular com outras festividades do Concelho e muda-se do recinto da Escola Secundária de Cantanhede para o Parque Expo-Desportivo de S. Mateus, onde ainda hoje se realiza. Esta mudança teve como objetivo criar infraestruturas próprias para o evento ao invés do aluguer de pavilhões. Nesse ano, o evento começa a ganhar mais relevo na região, principalmente com o envolvimento da Associação Empresarial de Cantanhede (AEC) e da Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego (AD ELO).

Em 1998 surgiu um novo objetivo com o novo Presidente Dr. Jorge Catarino: ultrapassar o carácter local, apostando nas infraestruturas, nos equipamentos e no cartaz de espetáculos e animações, para mobilizar públicos bastante mais vastos. Este objetivo foi conseguido com a presença de 105 mil visitantes, mais de 80% em relação à edição anterior.

Em 1999, o certame foi visitado por 138 mil pessoas, um novo recorde, e albergou 290 expositores, demonstrando assim o crescimento anual da EXPOFACIC. Nesse ano realizou-se um Cortejo Histórico-Etnográfico, um desfile onde foram apresentados os tradicionais carros alegóricos elaborados pelas associações e coletividades do Concelho, tendo sido transmitido para todo o mundo através da RTP Internacional, durante cerca de duas horas, evidenciando o impulsionamento da EXPOFACIC não só a nível nacional, mas também internacional.

Já em 2000 a Feira registou um total de 165 mil visitantes e a gastronomia assumiu um lugar de destaque, já que cabe às diversas associações do Município dinamizar as tasquinhas revelando-se como um importante dinamizador do evento e da gastronomia do Concelho. Nessa edição este setor foi novamente ampliado para corresponder à procura dos visitantes.

Em 2001 o certame foi visitado por 190 mil pessoas e o número de stands aumentou para os 380, o que demonstra a relevância económica e sociocultural alcançada pelo evento.

Em 2002 a Empresa Municipal INOVA passa a constituir a comissão organizadora do evento. Inicialmente as suas funções passavam pelo acompanhamento personalizado a expositores e visitantes, pela dinamização de um espaço lúdico onde as crianças e jovens puderam dispor de diversos equipamentos: parque infantil e aparelhos para desportos radicais e o reforço da animação permanente por todo o recinto. Na abertura desta edição, o certame contou com a presença do então Primeiro Ministro, Dr. Durão Barroso, demonstrando o relevante estatuto que o certame adquiriu na Região e no País.

Em 2003 o número de visitantes voltou a aumentar para os 285 mil visitantes, o que despertou o interesse da comunicação social que apontou a organização da EXPOFACIC como referência nacional. Para essa edição a Câmara Municipal de Cantanhede adquiriu terreno que propiciou o alargamento do certame, criando novos motivos de interesse. Entre eles destaca-se a cabeça de cartaz desse ano, Daniela Mercury que teve 50 mil espectadores no seu concerto. Estes números ditaram a tendência de contratar um artista de renome internacional nas edições futuras. Nesta edição, foram incluídas ainda outras atrações, tais como a presença permanente de animadores de rua, a inclusão de um parque de diversões típico de feira popular e ainda o crescimento do espaço destinado ao artesanato.

No ano de 2004, como tinha sido tradição até então, o número de visitantes aumentou, novamente, para os 310 mil, superando em 10% o índice de afluência registado no ano anterior. Atraindo cada vez mais prestigiadas empresas de todo o País, a Feira voltou a ser reconhecida pela comunicação social e por representantes de importantes entidades públicas e privadas como a maior realização económica e festiva da Região Centro. Nesse ano, o grupo Scorpions foram os cabeça de cartaz.

Em 2005 foi a vez das rádios publicitarem a EXPOFACIC. Tanto a Antena 1, como a TSF referiram a importância económica e cultural da Feira e dedicaram programas ao evento e até no caso da TSF, uma transmissão em direto do recinto da Feira.

O ano de 2006 foi um ano de investimento não só nas infraestruturas e equipamentos, mas também na oferta diversificada, liderado pelo então Presidente da Câmara, Professor Doutor João Moura. O registo dos 354 mil visitantes do certame, teve origem nas melhorias introduzidas em termos de gastronomia, animação cultural e no cartaz de espetáculos. Os cabeças de cartaz foram os Simple

Minds e a cantora Ivete Sangalo, sendo que o programa contou com a presença de Rui Veloso, Tony Carreira, Santos & Pecadores, D'zrt, Boss AC, Marco Paulo, The Gift e Xutos e Pontapés.

Em 2007 e 2008 o certame voltou a ser visitado por milhares de pessoas, desta vez graças à qualidade do programa de espetáculos em que o concerto da cantora Nelly Furtado albergou mais de 50 mil pessoas em 2007 e em 2008 os internacionais Whitesnake e Bob Sinclair tomaram de assalto o palco principal da EXPOFACIC.

Em 2009 o número de visitantes continuou a subir desta vez para os 408 mil visitantes, novamente graças à aposta nos espetáculos. A banda James e a artista Joss Stone foram os cabeças de cartaz, e o DJ Pete Tha Zouk, Yves Larock, Deolinda, Daniela Mercury, Rui Veloso, Tony Carreira, Quim Barreiros, Mariza, João Pedro Pais, Platinumm ABBA, Just Girls, Buraka Som Sistema e Xutos & Pontapés, atuaram nos palcos do evento. A principal surpresa da edição de 2009 foi o European People's Festival¹⁰, uma vez que a sede da Aldeia Global, esteve presente no certame e providenciou a representação de algumas das principais manifestações culturais e etnográficas dos 14 países europeus representados nos sete palcos da EXPOFACIC. Cada delegação teve ao seu dispor um *stand* onde evidenciaram as potencialidades económicas, culturais e turísticas da sua região de origem, realizando-se ainda mostras de gastronomia e de artesanato.

Como não podia deixar de ser, em 2010 e 2011 o número de visitantes atingiu os cerca de 416 mil e 419 mil respetivamente. Nestas edições o certame albergou 600 expositores, 75% dos quais ocupados por agentes económicos de todos os setores de atividade, incluindo prestigiadas empresas do país; 43 tasquinhas das associações do Concelho que continuam a ter a responsabilidade de relevo na representatividade da gastronomia regional, perante a enorme procura a que se assistia e, em 2011, a primeira instalação de um picadeiro na zona agrícola, o setor que mais cresceu. Neste setor, a partir desta edição começaram a realizar-se atividades como o batismo equestre, concursos de saltos, demonstrações de equitação terapêutica e carrossel

¹⁰ European People's Festival é um festival pan-europeu de cultura e desporto, onde fazem parte 15 cidades europeias. É realizado anualmente, numa nação diferente à vez. O seu objetivo é proporcionar uma experiência aos cidadãos locais, para que possam ter a oportunidade de ver as diversas culturas dos países participantes, através dos diferentes espetáculos culturais, eventos desportivos e apresentações culinárias. É criada uma Vila Euro, em que cada delegação tem uma tenda onde podem dar a conhecer a sua cidade e nação (European People Festival, n.d.)

de alcaria. No setor da educação a XXI edição trouxe também novidades como a instalação do Champimóvel, um simulador interativo desenvolvido pela Fundação Champalimaud que permitiu às crianças e jovens uma viagem virtual pelo corpo humano. Em 2011 as noites do certame foram preenchidas pelos internacionais James Blunt, Morcheeba, Erik Morillo e DJ Pete Tha Zouk e pelos nacionais Deolinda, Áurea, Xutos & Pontapés, Tony Carreira, João Pedro Pais, Expensive Soul, Carlos do Carmo, Camané, Pedro Abrunhosa e Rui Veloso. É a partir destas edições que se estabelece os dias temáticos, sendo que cada dia é dedicado a uma temática, desde o Dia do Empresário, Dia do Agricultor, Dia do Ambiente ou Dia da Biotecnologia.

Em 2012 a organização da Feira começa a estabelecer-se segundo o mesmo modelo. Nessa edição o certame manteve os 600 expositores e as 43 tasquinhas, assim com a aposta nos artistas internacionais, nomeadamente Mika, Tim Royko & Cosmo Klein, Pablo Alborán e Booka Shade. As maiores novidades que surgiram na XXII edição foram os vários animais selvagens e exóticos que marcaram presença no sector agrícola; uma exposição sobre os meios de transporte utilizados desde o início do século XX para as deslocações à Feira de Cantanhede e emissão em direto do programa “Somos Portugal” da TVI, televisão oficial do evento, durante seis horas, que deu grande projeção à EXPOFACIC e a Cantanhede, tendência que se veio a manter nos anos posteriores. Nesse ano o certame foi visitado por cerca de 400 mil visitantes, entre os quais Assunção Cristas, a então Ministra da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território e pelo então Primeiro Ministro Pedro Passos Coelho.

Em 2013 o destaque foi novamente para o artista internacional, a banda Keane, que teve uma das maiores assistências de público até então. No palco principal atuaram ainda os artistas Richie Campbell, DJ Pete Tha Zouk, José Cid, Xutos e Pontapés. Tony Carreira, Os Azeitonas, Carminho, Steve Aoki, Buraka Som Sistema, Resistência, Expensive Soul, Gabriel O Pensador, Matiksoul, Rui Veloso e novamente a edição do “Somos Portugal” da TVI. O palco secundário tornou-se um dos principais motivos de interesse ao albergar os Dj’s após as atuações do palco principal. As principais novidades desse ano foram a instalação de um circuito de karting; um recinto com diversos animais selvagens exóticos no setor agrícola e duas exposições temáticas, uma sobre a evolução da produção vitivinícola e outra sobre a Arte

Xávega. A XXIII edição contou com 500 expositores, 43 tasquinhas e cerca de 440 mil visitantes.

O ano de 2014 foi o ano com maior afluência de visitantes com cerca de 500 mil visitantes atraídos pelos concertos de alguns dos nomes de maior sucesso do panorama internacional e nacional. Na XXIV edição subiram ao palco os cabeça de cartaz, Kaiser Chiefs, os ingleses Rudimental DJ Set e o compositor e DJ Borgeous, o artista Michael Calfan, a dupla Klingande e o angolano Anselmo Ralph, e ainda no panorama nacional, os concertos de Tony Carreira, Pedro Abrunhosa e Comité Caviar, Richie Campbell, Ana Moura, António Zambujo, GNR e Banda Sinfónica da Guarda Nacional Republicana, Mastiksoul, Buraka Som Sistema, DJ Ride, DJ Kura, We Trust, Ultraleve e Xutos e Pontapés, atraíram milhares de pessoas ao evento. De salientar o palco secundário que continuou a ganhar adeptos que procuravam concertos dos melhores Dj's. Nessa edição o público pôde visitar 500 expositores e 45 tasquinhas tendo sido a área agrícola, usualmente conhecida como a área dos animais, a mais visitada. De destacar a afluência das jornadas dos dias temáticos: Dia do Empresário, Dia do Agricultor, Dia da Floresta, Dia do Ambiente e Dia da Biotecnologia, que reuniram empresários e especialistas de cada área.

Em 2015 a EXPOFACIC celebrou as suas bodas de prata que assinalou com diversas exposições temáticas: “Pedras na Praça: arte pública de João Cutileiro”, em que foram expostas algumas das obras de arte públicas que o artista realizou nas últimas décadas, em duas perspetivas, em maquete e em fotografias das obras finais expostas em espaços públicos; a exposição de fotografia de João Catarino “Outras Terras, Outra Gente” em que se pode ver diversas imagens das duas viagens a outros países; exposição de fotografias das edições anteriores da EXPOFACIC selecionadas em concurso; exposição alfaias agrícolas, ferramentas, máquinas, equipamentos e outros artefactos do século XX que caracterizavam as profissões da altura; o Museu Delta Cafés que trouxe ao certame a história do café, da empresa e do seu fundador, assim como o Museu Sagres que mostrou a herança deixada pelos romanos na confeção da cerveja e a sua evolução. Nesta edição é importante salientar o Dia das Comunidades que contou com a participação de representantes das comunidades emigrantes em vários países, que constituiu o primeiro passo para a internacionalização da EXPOFACIC; a Noite Branca dedicada aos Bombeiros

Voluntários em que o lucro obtido através da venda de t-shirts reverteu para esta organização e a presença do programa “Somos Portugal”, da TVI emitido diretamente do certame. Relativamente ao cartaz de espetáculos, a aposta nos nomes internacionais continuou com o concerto da banda britânica James, do DJ sueco Alesso, do espanhol Pablo Alborán e dos brasileiros Natiruts. Ao nível do panorama nacional subiram ao palco nomes como os D.A.M.A., Buraka Som Sistema, Anselmo Ralph, Expensive Soul, DJ Pete Tha Zouk, Tony Carreira, Dengaz, Mastiksoul, Mariza e João Gentil, Pedro Cazanova, B4 Los Compadres e Diego Miranda, Miguel Araújo e os já habituais Xutos e Pontapés na noite de encerramento. Relativamente aos espaços de exposição os números mantiveram-se nos 500 expositores e nas 50 tasquinhas. Neste ano foi ainda inaugurando o EXPOFACIS Bus com o apoio da Transdev que fez viagens entre a EXPOFACIC e as cidades de Coimbra, Aveiro e Figueira da Foz para os visitantes. Uma boa opção para quem não tem transporte próprio ou para quem quer deslocar-se em segurança sem a preocupação da condução e do estacionamento.

O ano de 2016 revelou um evento já consagrado, que conjuga a maior feira de atividades económicas do país com um cartaz de espetáculos e animação direcionado para diferentes tipos de público. Na XXVI edição da EXPOFACIC, John Newman, Seu Jorge, Gabriel o Pensador e Juan Magan foram os cabeça de cartaz e no palco principal atuaram ainda The Gif, Deixem o Pimba em Paz, Boss AC, HMB, The Black Mamba, DJ Vibe, Xutos e Pontapés, DJ Ride, Tony Carreira, Nelson Freitas, Orelha Negra, Ana Moura, Carminho, Pedro Abrunhosa, Diogo Piçarra, António Zambujo, Miguel Araújo, DJEFF Afrozila e Rui Veloso. O espaço de exposições manteve-se nos 500 expositores. A grande novidade dessa edição foi a exposição “O Mundo dos Dinossauros”, que num espaço com mais de 1500m² proporcionou uma viagem ao mundo animal dos períodos triássico, jurássico e cretácico. De destacar que no dia 30 de julho, o Jornal da Uma e o Jornal das Oito da TVI foram emitidos em direto a partir de Cantanhede, com destaque para uma reportagem sobre temáticas locais, e para o especial de uma hora na TVI24 sobre aspetos relevantes do Concelho. Também a Rádio Comercial esteve presente nesta edição com emissões em direto durante os 11 dias de Feira. A intensa cobertura mediática desta edição demonstrou o reconhecimento nacional do certame. O EXPOFACIC Bus esteve novamente presente

nesta edição, desta vez com cinco linhas a partir de Aveiro, Coimbra, Águeda, Figueira da Foz/ Praia da Tocha e Praia de Mira em três horários diários. Durante os 11 dias do evento, por 1,20€ por viagem, o EXPOFACIC Bus assegurou transporte a quem o pretender apanhar ao longo desses percursos, com partidas às 19h00, 20h00 e 21h00 e regresso às 01h45, 03h00 e 05h00 da manhã.

Para a edição de 2017 a organização optou por alargar o certame mais 500 metros quadrados do que em 2016, para proporcionar uma circular mais livre e desimpedida dos visitantes. Das novidades da XXVII destaca-se a exposição “Arte em Peças” que encheu um espaço de 1500 metros quadrados com construções em LEGO; o Espaço Ciência “Com a cabeça na Lua”, em parceria com o Exploratório, Centro de Ciência Viva em Coimbra; Bordallo Pinheiro, com a colaboração do grupo Visabeira; “Namorar Portugal” e “Ciclo do Linho” numa parceria com o Município de Vila Verde. De destacar ainda o Espaço Lounge onde se encontra uma *Street Food*, com roulottes com as mais variadas ofertas, que se revelou uma aposta bem-sucedida. O cartaz de espetáculos desta edição contou com a presença de Richie Campbell, Dengaz, Kura, Jimmy P, Virgul, God Save The Queen, Redfoo and The Party-Rock Crew, Tony Carreira, D.A.M.A., Karetus, Diogo Piçarra, Salvador Sobral, Mariza, Cuca Roseta, UB40 featuring Ali Campbell, Astro, Mickey Virtue (em substituição dos The Cranberries que cancelaram a atuação), Naughty Boy, Agir, Aurea, Diego Miranda, C4 Pedro, Matias Damásio, Xutos e Pontapés e Brigada Vitor Jara. Em 2017 a EXPOFACIC esteve presente na FITUR - Feira Internacional de Turismo de Madrid, divulgando o evento e a cidade de Cantanhede.

Já em 2018 a grande aposta do certame foi na grande exposição “Titanic: A Reconstrução”, uma exposição inédita no país, de dez módulos e com a maquete do navio em grandes dimensões, numa tenda de 1500 metros quadrados que resultou de uma parceria com o Exploratório – Centro de Ciência Viva de Coimbra – e Fundação Titanic. Outra grande aposta desta edição foi a concretização de um conjunto de boas-práticas ambientais, de acordo com a distinção “Selo Verde 2018” e o estatuto de “Ecoevento”, apostando por exemplo, na distribuição gratuita de mais de 15 mil copos reutilizáveis e numa ação de reflorestação que terá lugar na Freguesia da Tocha, com a plantação de 8 000 árvores, que visa compensar as emissões de CO₂ e outros gases com efeito de estufa decorrente da realização do evento. De salientar a

presença de Marcelo Rebelo de Sousa, na primeira vez que um Presidente da República realizou uma visita institucional à Feira. Na edição mais recente do evento, o certame contou com uma área de cerca de 95 mil m² com 1 470 metros de perímetro ocupado, 600 espaços de exposição – com 500 expositores – 18 dos quais para escolas, 47 tasquinhas, a grande maioria de associações do concelho, sete palcos, 15 parques de estacionamento, 11 jardins, um hospital de campanha, um acampamento a 1 500 metros do recinto, dinamizado por escuteiros com capacidade para 500 pessoas e um sistema de limpeza geral do recinto e da envolvente que funciona todos os dias a partir das quatro horas da manhã. Ao nível dos espetáculos, o evento contou com os cabeças de cartaz James Arthur, Dire Straits Experience, The Waterboys e Marcelo D2 e também com concertos de Slow J, Club Banditz, Mishlawi, BeatBombers, Top Genius (Vasco Palmeirim e Nuno Markl), Hits do Pop Rock Português 80/90, Tony Carreira, Piruka, HMB, José Cid, Eduardo Madeira e Manuel Marques, Ana Moura, Calema, Nelson Freitas, Miguel Araújo, Azeitonas, Mastiksoul e Xutos e Pontapés.

De uma forma geral, a EXPOFACIC é um evento que envolve não só os principais agentes económicos e socioculturais do Concelho, mas também um número significativo de prestigiadas empresas do País. As associações do município têm grande importância na representação da gastronomia regional ao serem responsáveis por grande parte das tasquinhas e providenciarem, aos milhares de visitantes, pratos típicos da região. Cabe ainda a estas associações, às escolas e às juntas de freguesia a dinamização cultural que durante o evento mostram o que criaram durante aquele ano. De salientar que a variada oferta dos espetáculos é essencial para a atração de público. A EXPOFACIC aposta anualmente em talentos não só nacionais, mas também em grandes nomes internacionais.

Em conclusão, as constantes novidades, como as exposições temáticas, as melhorias de infraestruturas, o marketing apelativo e a procura em captar diversos públicos, tornam a EXPOFACIC num evento de sucesso, com enorme prestígio não só a nível regional, mas também a nível nacional.

De seguida será apresentada a planta do certame e setores correspondentes e ainda gráficos das principais evoluções nos últimos dez anos, particularmente do orçamento e do preço das entradas, sendo o último um fator relevante para a

afluência de visitantes ao certame. Optou-se por não representar graficamente a evolução do número de visitantes, uma vez que após 2014, a organização preferiu não valorizar a contagem devido aos constrangimentos encontrados em edições anteriores.

3.3.2. Setores e Planta do Certame

O certame é composto por dez setores, desde o comercial, ao gastronómico até ao espaço de diversões. Na Tabela 5 estão descritos cada um dos setores que estão graficamente representados na Figura 23.

Setor	Descrição
Comercial, Industrial e de Serviços	Composta por cerca de 300 espaços (stands), com dimensões entre os 3x3 m ² e aos 12x6 m ² , em espaço aberto, onde as empresas dos mais variados ramos de atividade, contactam com clientes, futuros clientes e parceiros. Está dividida em duas áreas, a área 1, que é a maior, junto à entrada principal, e a área 2, localizada a norte.
Automóvel	É composta por cerca de 33 espaços, com dimensões que variam entre os 100 e os 200 m ² , onde estão representadas as mais conceituadas marcas do setor automóvel.
Educação	Situado num pavilhão coberto, destina-se a albergar as instituições ligadas ao ensino, formação profissional e saúde do Concelho de Cantanhede. Neste espaço é possível encontrar as atividades que os alunos e professores desenvolveram ao longo do ano letivo, bem como os serviços disponibilizados pelas instituições ligadas ao setor da saúde.
Agrícola	Conta com cerca de 60 espaços, que se dividem em duas grandes áreas: a de exposição de produtos e serviços e a de animais. A primeira é ocupada com stands, com as dimensões de 6x3 m ² , complementada por um espaço livre reservado à exposição de maquinaria, equipamento e alfaias agrícolas. Na área reservada à exposição de animais, encontramos espécies desde bovinos, ovinos, caprinos, asininos, equinos, suínos e leporídeos, bem como um considerável número de espécies selvagens como o porco-espinho, lama, canguru de Bennett, lebre-da-patagónia, avestruz, flamingo, répteis, anfíbios entre outros. É também nesta área que se localiza o Picadeiro, com cerca de 1 500 m ² , que possui um programa próprio de animação diário.

Exposições Temáticas e Culturais	Instaladas em tendas que variam entre os 200 m ² e os 1 500 m ² , pretende-se difundir a ciência, o conhecimento e a cultura, tendo como objetivo fins pedagógicos, de entretenimento e lazer.
Zona Verde	Com uma área de 100x70 m ² , é neste relvado, que são colocados os insufláveis, os ateliês de pintura, as oficinas de trabalhos manuais e as restantes atividades lúdicas para os visitantes mais jovens.
Diversões	A Feira Popular visitada maioritariamente pelos mais jovens, contém cerca de 14 diversões, entre carrosséis, matraquilhos, pista de carros de choque e atrações radicais.
Gastronómico	São cerca de 50 tasquinhas, exploradas na sua grande maioria por associações e coletividades do Concelho de Cantanhede que servem produtos gastronómicos característicos da Bairrada, da Gândara e do Baixo Mondego, tais como o Leitão da Bairrada, a Chanfana, a Sardinha na Telha, os doces conventuais, entre outras típicas iguarias da região. Estão também representadas três carnes nobres, a Marinhoa, a Aroquesa e a Maronesa e a gastronomia de São Tomé e Príncipe. Esta área é complementada com o pão com chouriço, as pizzas, os doces regionais, os presuntos, os enchidos, os queijos ou o porco no espeto.
Espaço Lounge / Street Food	Espaço localizado na zona mais a norte do recinto, onde os visitantes podem descansar, relaxar, ouvir música e provar iguarias servidas por operadores de “comida de rua”, com grande diversidade de petiscos que aliam rapidez e qualidade.
Palcos	São 7 palcos onde decorrem os espetáculos musicais e de artes performativas. Destacam-se o palco EXPOFACIC, onde se assiste aos concertos de artistas nacionais e internacionais e stand up comedy e o palco Super Bock, com a música eletrónica. Os restantes são preenchidos com danças, música popular, bandas de garagem, bandas de covers, novos talentos e karaoke.

Tabela 5: Setores Presentes no Certame | Fonte: (EXPOFACIC, n.d.-b)



Figura 23: Planta do Certame | Fonte: (EXPOFACIC, n.d.-a)

3.3.3. Evolução do orçamento e preço das entradas

Ao estar na categoria dos grandes eventos, a EXOFACIC beneficia anualmente de um orçamento considerável para melhorar as infraestruturas do certame, para contratar artistas que cativem os mais diversos públicos, assim como para albergarem as exposições de grandes dimensões, como tem feito nos últimos anos.

Apesar do elevado investimento, este é um evento autossustentável em que todos os anos as receitas cobrem as despesas. Parte das receitas passa pela bilheteira, pelo que é uma mais valia analisar a evolução dos preços das entradas. Neste setor há três preços a analisar: o passe geral, o preço do bilhete diário e o preço do bilhete pontual, que corresponde ao dia do cabeça de cartaz internacional.

Relativamente à evolução do orçamento, houve três momentos de maior destaque: de 2008 a 2011 em que o orçamento oscilou entre o 1 200 000€ e o 1 300 000€, valor que se estabilizou até 2015, quando foi aumentado para 1 450 000€. Este aumento verificou-se novamente em 2017, para o 1 500 000€ e mais substancialmente em 2018 para o 1 607 000€, e teve como origem a aposta nas grandes exposições temáticas e na melhoria das infraestruturas. O objetivo da comissão organizadora passa pela estabilização do evento, ao invés do seu aumento, pelo que se prevê que as apostas de orçamento passem cada vez mais pela melhoria das infraestruturas do certame.

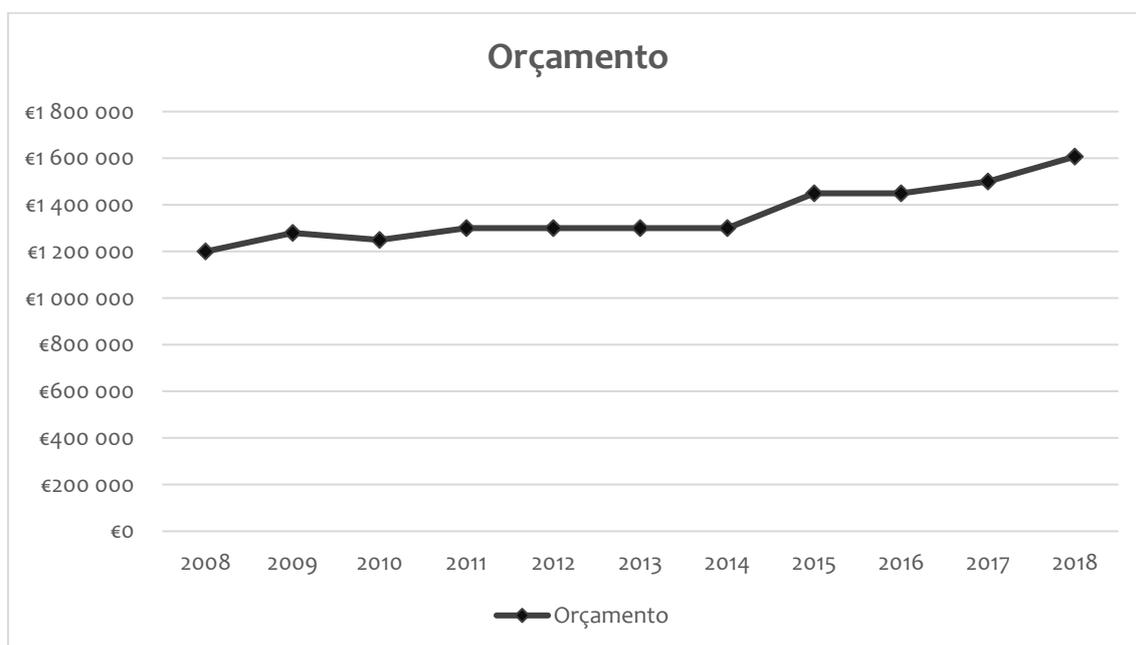


Gráfico 4: Evolução do Orçamento | Fonte: Elaboração Própria

Relativamente à evolução dos preços dos bilhetes diários, a tendência tem sido o aumento de 0.50€, de dois em dois anos, com exceção de após 2014 que estabilizou nos 4€. Em 2008 o bilhete diário tinha o valor de 2.50€, em 2010 aumentou para 3.00€, assim como em 2012 para 3.50€ e em 2015 para os 4.00€, onde estabilizou até atualmente. A maior oscilação verifica-se nos bilhetes pontuais, os adquiridos para os

espetáculos dos cabeça de cartaz internacionais. O valor destes bilhetes, nos últimos dez anos variaram entre os 8€ e os 15€. Relativamente ao preço dos bilhetes gerais, a análise torna-se mais complexa, uma vez que nos anos de 2014 a 2016, os bilhetes gerais adquiridos até duas semanas antes do evento tiveram um desconto de 10€, custando 40€ ao invés dos 50€ anunciados. Nos restantes anos o preço do bilhete geral oscilou entre os 30€ e os 40€, sendo que nos últimos dois anos a organização manteve o valor de 35€ sem qualquer desconto.

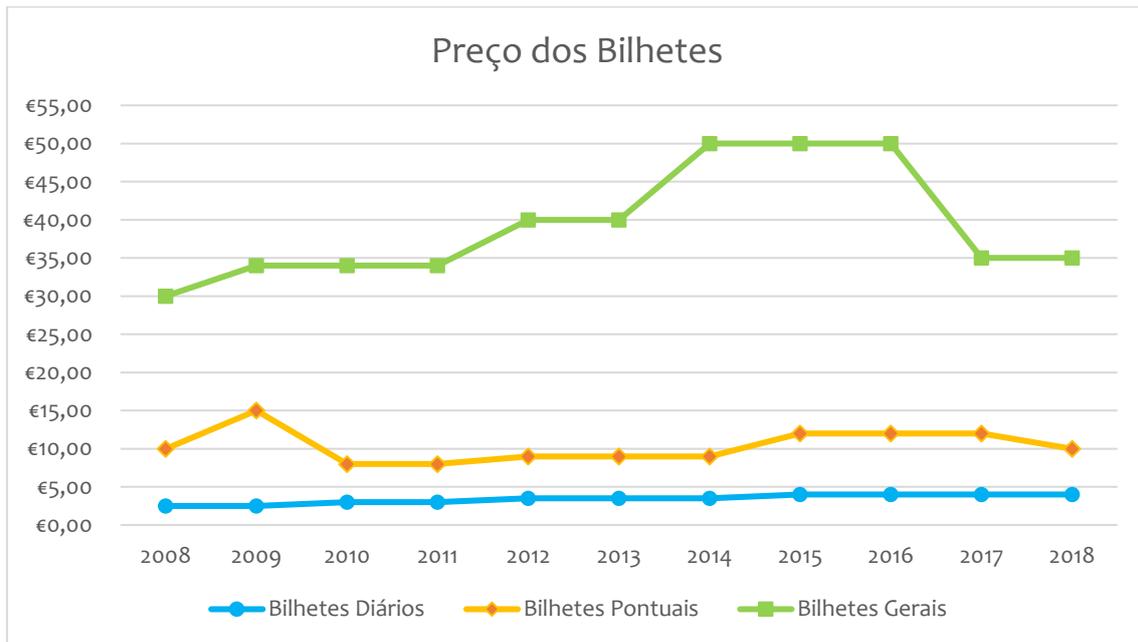


Gráfico 5: Evolução do Preço dos Bilhetes | Fonte: Elaboração Própria

A EXPOFACIC devido à sua dimensão requer muita logística, pelo que para a sua organização são mobilizados imensos recursos humanos. A preparação da feira do ano seguinte começa logo após o término da feira anterior, sendo o primeiro passo a constituição de uma nova comissão organizadora. Durante um ano, esta comissão trabalha arduamente para garantir o sucesso de uma nova edição, desde a escolha dos artistas, às escolhas das exposições temáticas, passando pela escolha das empresas presentes no certame, quais as melhorias necessárias a aplicar, tendo em conta o feedback de visitantes, artistas e dos próprios expositores, e acima de tudo, garantir que a feira continua a ser bem sucedida sem pôr em causa o bem estar da população e do ambiente.

Capítulo 4 -Metodologia

Após realizar a revisão de literatura, presente no Capítulo 2 – Enquadramento Teórico, e introduzir os casos a estudar, descritos no Capítulo 3 – Casos de Estudo, torna-se essencial proceder ao estudo prático. A metodologia de investigação permite a obtenção de variados conhecimentos nas perspetivas quer teóricas, quer práticas, já que para compreender os fenómenos/problemáticas é necessário recorrer à teoria que nos elucidará na prática (Fortin, 1999). Desta forma, o presente capítulo reflete sobre a metodologia seguida na presente dissertação.

Segundo a Organização Mundial do Turismo, no turismo a investigação é de importância extrema para que se entenda os fenómenos e conseqüentemente a tomada de decisão e para que previsão futura de determinados acontecimentos seja facilitada (OMT, 2001). Desta forma, não só a análise de dados secundários é importante e de onde advém benefícios como a redução dos custos financeiros e temporais, mas também a recolha de dados primários é essencial. Na presente dissertação a recolha de dados primários foi realizada através de uma metodologia qualitativa, escolha justificada mais adiante.

A revisão de literatura para além de resultar no enquadramento teórico, permite também a identificação dos objetivos e hipóteses de investigação tais como a escolha da metodologia a utilizar baseada em estudos realizados anteriormente.

Relativamente aos métodos de recolha e análise de dados é necessário identificar a população em estudo, o instrumento e método de investigação utilizado, assim como os métodos de análise de dados utilizados.

4.1. Enquadramento

Segundo a OMT (2001, p. 5), a metodologia de investigação em turismo é “o processo de investigação em turismo é o agregado do processo empírico-experimental, procedimentos, técnicas e estratégias para atingir um conhecimento científico, técnico e prático dos feitos e realidades turísticas”. Para este organismo o processo de investigação é dividido em sete etapas: (1) decisão e justificação do problema; (2) construção do modelo teórico; (3) determinação da população em estudo e da amostra; (4) codificação e obtenção dos dados; (5) análise dos dados; (6)

adequação da investigação aos objetivos e (7) conclusões do estudo.

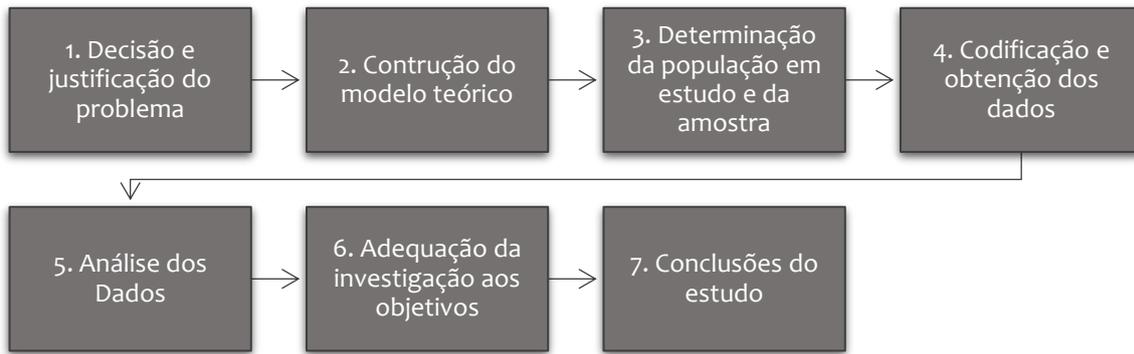


Figura 24: Etapas de Investigação segundo OMT, 2001 | Elaboração Própria

De acordo com Quivy & Campenhoudt (2005), qualquer investigação deve responder a princípios estáveis e idênticos, mesmo que sejam utilizados diferentes caminhos que resultem em conhecimento científico. Neste contexto,

“um procedimento é uma forma de progredir em direção a um objetivo. Expôr o procedimento científico consiste, portanto, em descrever os princípios fundamentais a pôr em prática em qualquer trabalho de investigação. Os métodos não são mais do que formalizações particulares do procedimento, percursos diferentes concebidos para estarem mais adaptados aos fenómenos ou domínios estudados” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 25).

A rutura, a construção e a verificação são os princípios estáveis e idênticos a que qualquer investigação deve respeitar. A rutura é o primeiro ato do procedimento científico e “consiste precisamente em romper com os procedimentos e as falsas evidências, que somente nos dão a ilusão de compreendermos as coisas” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 26). A construção permite a rutura, já que esta só é possível através de um sistema concetual organizado que exprima a lógica que o investigador supõe estar na base do fenómeno a estudar. É a partir daqui que se prevê qual o plano de investigação a seguir, as operações a aplicar e quais os resultados que daí devem advir. Após a construção do quadro teórico de referência que sustenta a proposição a ser defendida, esta é verificada (ou experimentada) por dados que lhe deem legitimidade (Quivy & Campenhoudt, 2005). A acompanhar os três atos de investigação, existe as etapas do procedimento que, segundo estes autores são sete: (1) pergunta de partida; (2) exploração; (3) problemática; (4) construção do modelo

de análise; (5) observação; (6) análise das informações e (7) conclusões. A Figura 25, adaptada de Quivy & Campenhoudt (2005), apresenta os atos e as etapas de um processo de investigação e a sua relação entre si.

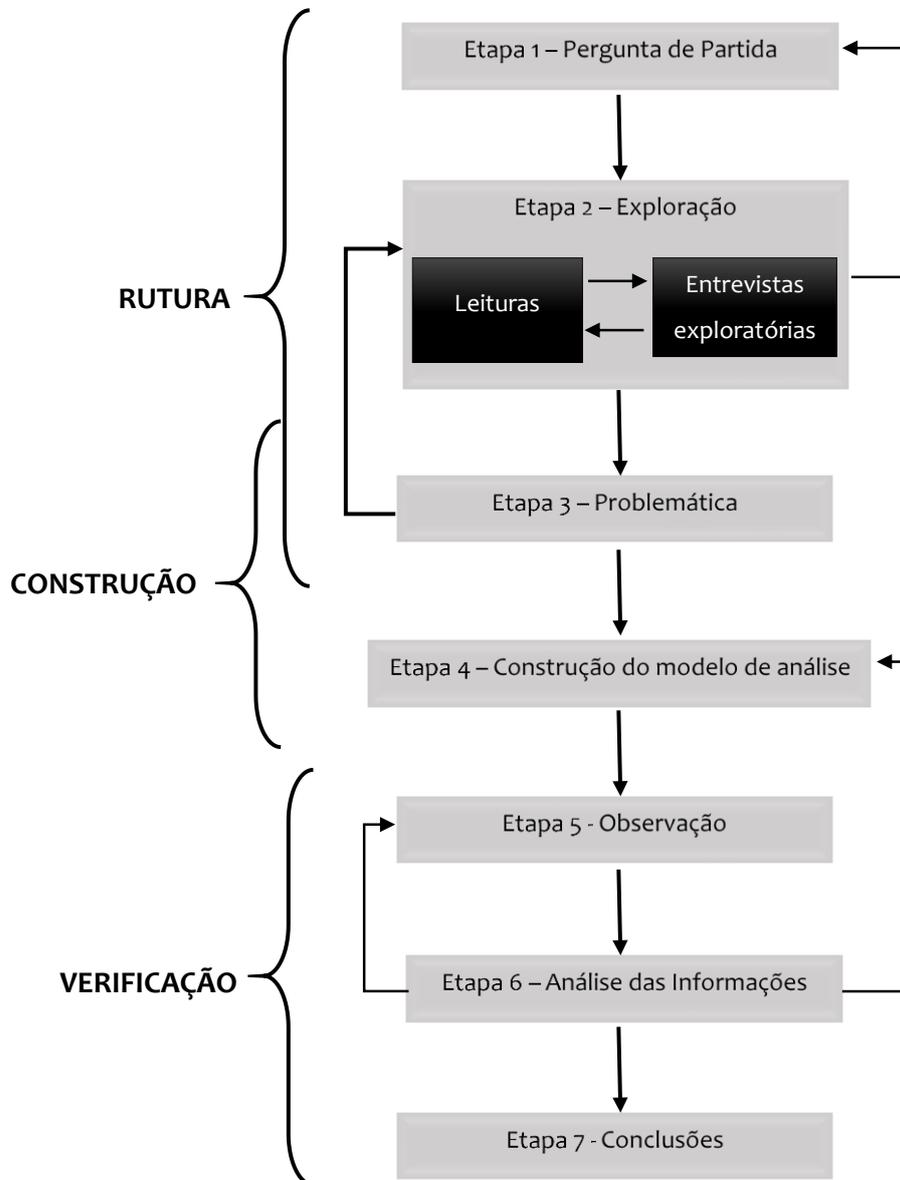


Figura 25: Etapas de Investigação segundo Quivy & Campenhoudt (2005) | Elaboração Própria

Para Veal (2017), um processo de investigação deve sumarizar como é que a pesquisa é conduzida na sua totalidade. Este processo pode ser considerado de várias maneiras, mas para este autor, divide-se em dez passos essenciais: (1) seleção do tema; (2) revisão da literatura; (3) conceber o quadro conceptual; (4) definir a questão de investigação; (5) enumerar as necessidades de informação; (6) decidir a estratégia de investigação; (7) obter autorização da ética (se aplicável) (8) realizar as

pesquisas; (9) Comunicar as conclusões e (10) armazenar os dados. A enorme variedade de abordagens que podem ser utilizadas numa pesquisa, reflete que os projetos de pesquisa não seguem de forma precisa a sequência apresentada, nem incluem todos os tópicos. Sobretudo os primeiros quatro tópicos raramente acontecem de forma linear e sequencial, pelo que Veal (2017), optou por representar estes elementos num círculo, implicando que são necessários vários circuitos antes de se prosseguir para o elemento cinco. Na Figura 26 adaptada de Veal (2017), é representado as etapas de um projeto de investigação.

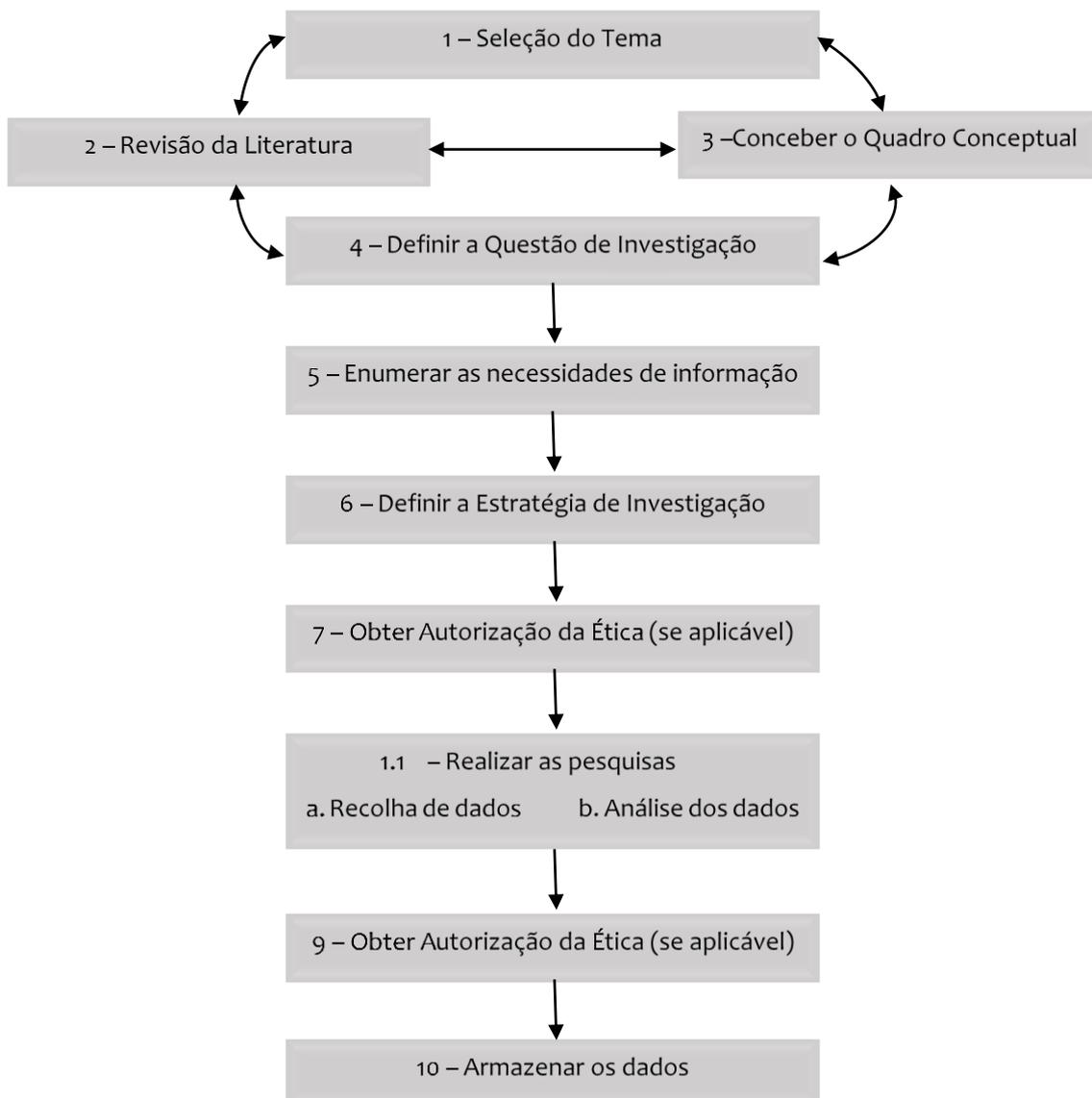


Figura 26: Etapas de Investigação segundo Veal (2017) | Elaboração Própria

Fortin (1999) defende que o processo de investigação é composto por três fases essenciais:

1. Fase Conceptual;
 - a. Escolher e formular um problema de investigação;
 - b. Rever a literatura pertinente;
 - c. Elaborar um quadro de referência;
 - d. Enunciar o objetivo, as questões de investigação ou as hipóteses.
2. Fase Metodológica;
 - a. Escolher um desenho de investigação;
 - b. Definir a população e a amostra;
 - c. Definir as variáveis;
 - d. Escolher os métodos de recolha e de análise de dados.
3. Fase Empírica.
 - a. Recolha de dados;
 - b. Análise de dados;
 - c. Interpretação dos resultados;
 - d. Comunicação dos resultados.

Estas etapas embora sejam apresentadas de forma linear e segmentada, elas não são totalmente independentes umas das outras, já que muitas vezes se sobrepõem permitindo uma melhor clarificação do objeto de estudo. Desta forma,

“por exemplo, na fase conceptual, a primeira etapa consiste em definir um tema ou um domínio de investigação. Com a segunda etapa este domínio será examinado por meio dos trabalhos anteriores, redefinido, depois apoiado por um quadro conceptual ou teórico (terceira etapa), o qual fornecerá uma perspectiva ao estudo” (Fortin, 1999, p. 38).

Com base nos modelos descritos, procedeu-se à realização do modelo de investigação da presente dissertação. A primeira etapa é a definição da problemática da investigação, através da questão de investigação, seguindo-se a definição dos objetivos gerais e específicos. A terceira etapa é a revisão da literatura, seguindo-se a definição da metodologia e hipóteses de investigação. Procede-se de posteriormente à recolha dos dados, nomeadamente a definição da população em estudo, assim como o instrumento e método de inquirição utilizados, sendo no presente caso a entrevista, cujos dados serão analisados e as hipóteses testadas

através da análise de conteúdo das entrevistas realizadas. Para concluir, será fundamental proceder às conclusões da investigação, para responder à questão de investigação e retirar os principais resultados.

4.2. Questão de Investigação e Objetivos

De acordo com Fortin (1999), a fase conceptual é uma fase crucial de um projeto de investigação, uma vez que é nesta fase que surge a ideia e conseqüentemente a pergunta e os objetivos que irão coordenar todo o estudo. Para a autora, “a ideia pode resultar de uma observação, da literatura, de uma irritação em relação com um domínio particular, ou ainda de um conceito” (Fortin, 1999, p. 39). Após surgir a ideia, o investigador entende que só uma noção é muito vasta tendo que delimitar o campo de investigação. Em consequência, o passo seguinte é proceder à revisão de literatura relacionada com o domínio de investigação, que fornecerá ao investigador, através da compreensão de estudos já efetuados, o contexto da sua investigação nos conhecimentos atuais. Esta revisão permite não só “delimitar um quadro conceptual ou teórico que forneça uma perspetiva ao estudo”, como também “sugere o tipo de questão a colocar e o método apropriado para responder à questão” (Fortin, 1999, p. 39).

Relativamente à presente dissertação, a ideia surgiu do conceito de portfólio de eventos adaptado ao Concelho de Cantanhede, uma vez que o município é palco de diversos eventos ao longo do ano e dois deles de uma dimensão considerável. Assim, após realizar a revisão de literatura sobre o conceito de eventos, tipologia, as suas potencialidades para o destino, enquanto produto turístico, e sobre o seu potencial num portfólio de eventos, detalhado no Capítulo 2 – Enquadramento Teórico, a questão de investigação define-se como:

Qual a potencialidade da implementação de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede?

Para responder à questão de investigação, foi definido um objetivo principal: **entender quais as potencialidades e os entraves que um portfólio de eventos tem para o Concelho de Cantanhede**, proporcionando contributos práticos para uma potencial implementação de um portfólio de eventos para Cantanhede, e que se encontra diretamente relacionado com a questão de investigação.

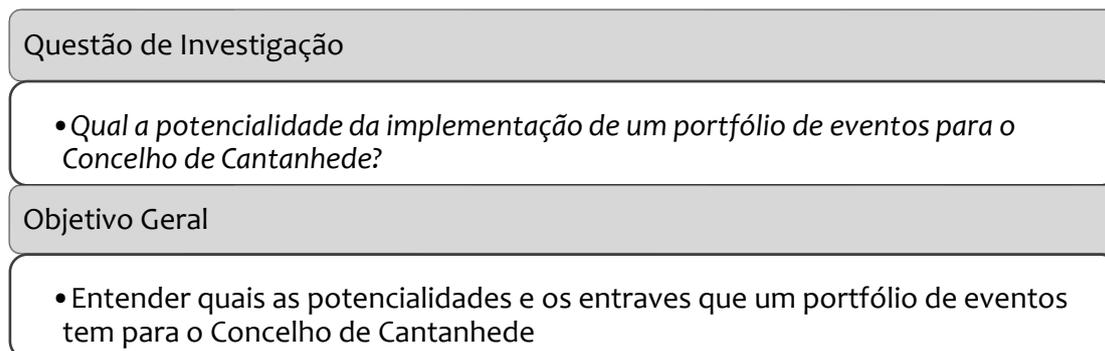


Figura 27: Questão de Investigação e Objetivo Principal | Elaboração Própria

Para cada capítulo foram definidos objetivos específicos que se subdividiram em tarefas correspondentes, com a intenção de atingir a resposta à questão de investigação.

		Objetivos Gerais	Objetivos Específicos
<i>Capítulo 1 - Introdução</i>			
Enquadramento Teórico	Capítulo 2	Entender de que forma os eventos beneficiam o turismo e o destino onde têm lugar.	<ul style="list-style-type: none"> → Clarificar o conceito de turismo de eventos; → Conhecer a tipologia de eventos; → Entender os impactos dos eventos no destino, a sua importância e o seu potencial enquanto produto turístico; → Entender o conceito de portfólio de eventos, o seu valor para o destino e os modelos de planeamento.
Casos de Estudo	Capítulo 3	Conhecer as potencialidades turísticas e os eventos mais impactantes no Concelho de Cantanhede.	<ul style="list-style-type: none"> → Clarificar as potencialidades do Concelho de Cantanhede enquanto destino turístico; → Enquadrar os eventos de maior escala realizados na cidade: EXPOFACIC e FOLK Cantanhede;
<i>Capítulo 4 – Metodologia de Investigação</i>			
Investigação Empírica	Capítulo 5	Demonstrar os riscos e oportunidades de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede	Descrever e avaliar a opinião dos organizadores dos eventos abordados, assim como do governo local, acerca da potencialidade de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede.
<i>Capítulo 6 - Conclusões</i>			

Tabela 6: Objetivos por Capítulo | Elaboração Própria

4.3. Revisão da Literatura, Quadro Conceptual e Hipóteses

Pretende-se que a abordagem metodológica adotada seja coerente e adequada ao cariz e objetivos da presente investigação, pelo que a revisão de literatura é uma fase crucial num projeto de investigação, uma vez que permite delimitar um domínio de investigação, permitindo conhecer as correntes conceptuais, teóricas e as metodologias utilizadas, assim como conhecer o que falta investigar num determinado domínio de investigação e permite ainda construir um quadro conceptual que estruturará a investigação (Fortin, 1999; Veal, 2017). De acordo com Fortin (1999, p. 74),

“a revisão de literatura é um processo que consiste em fazer o inventário e o exame crítico do conjunto de publicações pertinentes sobre um domínio de investigação. No decurso desta revisão, o investigador aprecia, em cada um dos documentos examinados, os conceitos em estudo, as relações teóricas estabelecidas, os métodos utilizados e os resultados obtidos. A síntese e o resumo destes documentos fornecem ao investigador a matéria essencial à conceptualização da investigação.”

Na presente dissertação, a revisão de literatura elaborada divide-se em dois capítulos diferentes, sendo eles o enquadramento teórico e a caracterização dos casos de estudo. Para realizar esta recolha de dados teóricos, recorreu-se ao levantamento bibliográfico e documental, em que se realizou uma extensa análise em livros sobre a temática, artigos científicos, páginas online, documentos oficiais da Câmara Municipal de Cantanhede, revistas científicas, material publicitário, dissertações de mestrado, teses de doutoramento e outros documentos que se revelaram pertinentes no aprofundamento e esclarecimento da temática em estudo. Na Tabela 7 estão representadas as principais referências bibliográficas utilizadas nos capítulos mencionados.

	Principais Referências Bibliográficas
<p>Capítulo 2</p> <p>- Turismo de Eventos</p> <p>- Gestão e Planeamento de eventos</p>	<p>Allen, J., O’Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2002); Andersson, T. D., Armbrrecht, J., & Lundberg, E. (2012); Andersson, T. D., & Getz, D. (2008); Andersson, T. D., Getz, D., Gration, D., & Raciti, M. M. (2017); Bowdin, G., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011); Chalip, L. (2004, 2005, 2006); Chalip, L., & Costa, C. A. (2005); Getz, D. (1991, 2005, 2007, 2008, 2013); Getz, D., Andersson, T., & Larson, M. (2007); Getz, D., & Page, S. J. (2016); Getz, D., Svensson, B., Peterssen, R., & Gunnervall, A. (2012); Goldblatt, J. (2000, 2011); Hall, C. M. (1997); Harrison-Hill, T., & Chalip, L. (2005); Mossberg, L. (2000); O’Toole, W. (2011); Richards, G. (2015); Richards, G., & Palmer, R. (2010); Watt, D. (2007); Ziakas, V. (2010, 2013, 2014); Ziakas, V., & Costa, C. A. (2011a; 2011b).</p>
<p>Capítulo 3</p> <p>- Concelho de Cantanhede</p> <p>- Folk Cantanhede</p> <p>- EXPOFACIC</p>	<p>Câmara Municipal de Cantanhede. (n.d.); CantanhedeGo. (2016); EXPOFACIC. (n.d.); FOLK Cantanhede. (2017); Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede. (2017); Rota da Bairrada. (2016).</p>

Tabela 7: Principais Referências Bibliográficas | Elaboração Própria

Os capítulos principais são divididos em subcapítulos que abordam temáticas complementares:

(2) Enquadramento Teórico:

- **Turismo de Eventos**, esclarece o conceito e evolução deste tipo de turismo, a tipologia dos diversos eventos, assim como o seu impacto e importância para o destino e o seu potencial como produto turístico;
- **Gestão e Planeamento em Eventos**, focalizado no conceito de portfólio de eventos, na sua contextualização, no modelo de gestão e planeamento estratégico a si associado, bem como no seu valor para o destino.

(3) Casos de Estudo:

- **Concelho de Cantanhede**, caracteriza o concelho, tendo em conta os seus atributos e as suas atrações numa perspetiva de interesse turístico e cultural;
- **FOLK Cantanhede e EXPOFACIC**, onde se caracterizam os eventos, tendo em conta o seu historial, evolução e importância para o Concelho.

A revisão de literatura estabeleceu as bases para ser construindo um quadro

conceptual, que de acordo com Veal (2017) é um dos passos mais importantes e mais difíceis do projeto de investigação. Segundo Fortin (1999, p. 93), “o quadro de referência é uma generalização abstrata que situa o estudo no interior de um contexto e lhe dá uma significação particular, isto é, uma forma de perceber o fenómeno em estudo.” Desta forma, construiu-se um quadro conceptual que englobasse as temáticas da revisão de literatura, mas que também demonstrasse a pertinência do presente estudo. Assim:

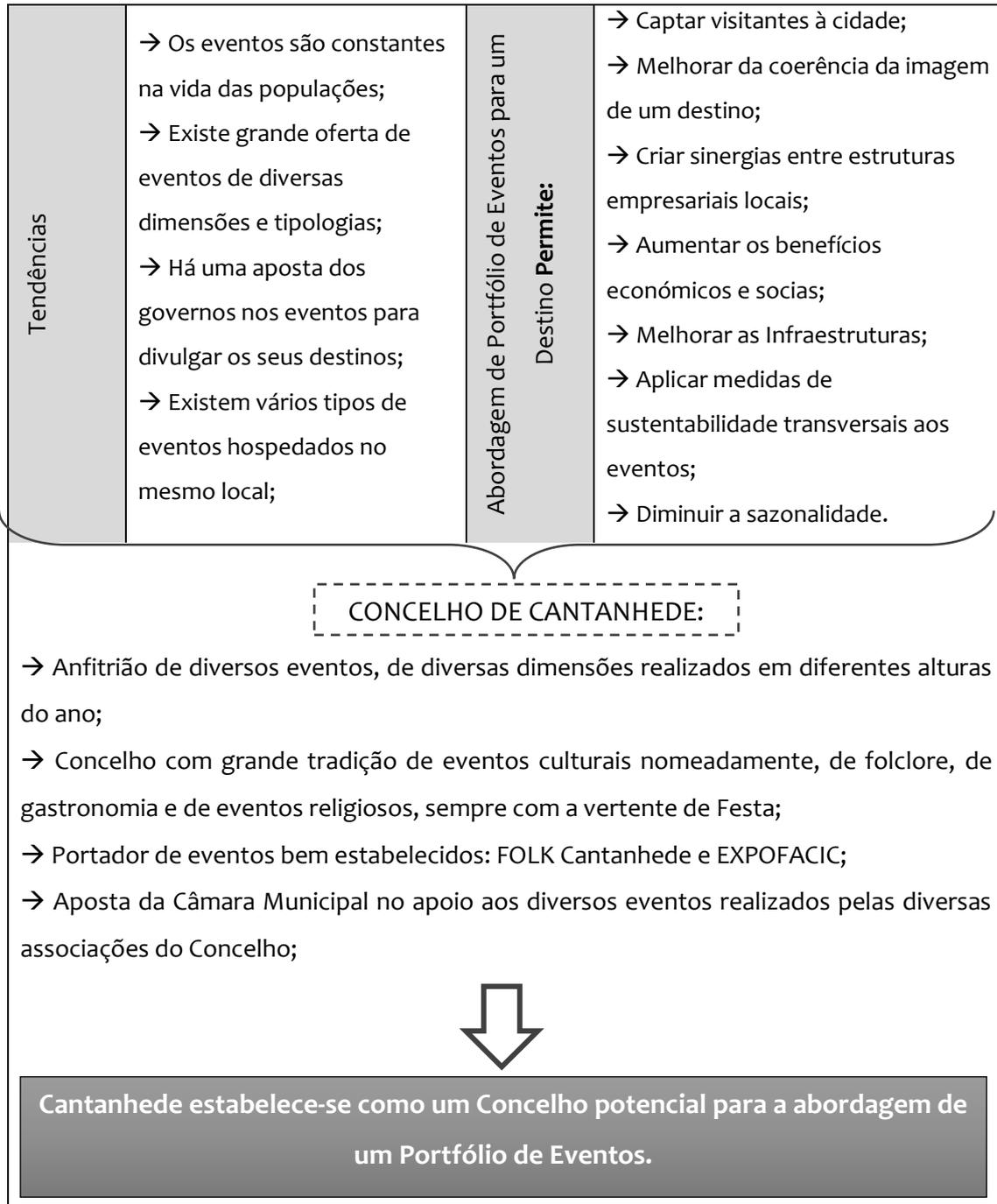


Tabela 8: Quadro Conceptual | Elaboração Própria

Após ter o quadro conceptual definido é necessário estabelecer as hipóteses que devem ser testadas. “As hipóteses são a base da expansão dos conhecimentos quando se trata de refutar um teoria ou de a apoiar” (Fortin, 1999, p. 102) e podem ser construídas através do método indutivo ou do método dedutivo. O método indutivo apoia-se na observação para estabelecer as ligações entre os fenómenos e construir a base para a formulação de hipóteses, ou seja, “o investigador observa tendências, padrões ou associações entre fenómenos e utiliza estas observações como base para uma tentativa de explicação ou de predição” (Fortin, 1999, p. 102); já no método dedutivo as hipóteses são construídas tendo por base a teoria que poderá influenciar a prática, ou seja, “com a ajuda do raciocínio dedutivo, o investigador elabora suposições teóricas ou hipóteses baseadas em princípios científicos gerais (...) as hipóteses dedutivas emanam da teoria, que serve de ponto de partida, e são aplicadas a situações particulares.” (Fortin, 1999, p. 102). Enquanto o método indutivo parte de generalizações para casos específicos, o método dedutivo parte de observações específicas e resultam em generalizações (Fortin, 1999). De forma geral, “uma hipótese é, portanto, uma preposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 136).

As hipóteses da presente dissertação apresentadas na Tabela 9, foram construídas segundo o método indutivo, sendo que partem da generalidade de casos de estudo analisados na revisão da literatura e aplicadas ao caso específico do Concelho de Cantanhede.

Hipótese	Número
Os eventos são um foco de atração turística para a cidade de Cantanhede.	H01
A cidade tem eventos bem estabelecidos na sua estrutura.	H02
A evolução dos eventos acompanhou as necessidades da população.	H03
Na perspetiva dos organizadores dos eventos, a população participa ativamente nos eventos da cidade.	H04
Na perspetiva dos organizadores dos eventos, a população sente-se satisfeita com a realização dos eventos.	H05
Existe comunicação entre os diversos eventos da cidade.	H06
Existe sinergias entre os diversos eventos.	H07
As interações entre eventos são uma mais valia para a coesão da imagem do destino Cantanhede.	H08

Os eventos incorporam na sua realização as empresas da cidade.	H09
A cidade tem eventos potenciais a serem inseridos num portfólio de eventos.	H10
Os eventos da cidade refletem a cultura e o carácter da cidade.	H11
A Câmara Municipal aposta nos eventos do Concelho.	H12
A Câmara Municipal desempenha um papel importante na organização dos eventos.	H13
A Câmara Municipal é a entidade principal na implantação de um portfólio de eventos.	H14

Tabela 9: Hipóteses | Elaboração Própria

Após a revisão da literatura realizada, o quadro conceptual e as hipóteses construídas, procede-se à operacionalização do estudo, nomeadamente o método de investigação utilizado e os procedimentos de recolha dos dados primários a abordar no segmento seguinte.

4.4. Operacionalização do estudo

4.4.1. Método de Investigação Utilizado

Os dados primários podem ser recolhidos de várias formas, designadamente através da metodologia quantitativa, qualitativa ou de ambas, dependendo dos casos.

Segundo a OMT (2001, p. 76), no caso específico do turismo, a metodologia quantitativa “permite estudar e sistematizar a evolução da realidade turística (...), conhecer a evolução de um determinado destino turístico valorizando a sua gestão a curto e longo prazo (...) [e ainda] analisar os erros e as conquistas observadas no passado com o objetivo de estabelecer políticas e potenciar as estratégias futuras”. A metodologia qualitativa em turismo “é uma forma sistemática de interpretar a realidade e de entendimento dos fenómenos turísticos, com os instrumentos que proporcionam a visão da realidade, opiniões e experiências quer dos investigadores, quer dos grupos de observadores, informadores e participantes na investigação” (OMT, 2001, p. 224). Deste modo a metodologia qualitativa deve ser usada quando a análise quantitativa não é suficiente, nem se aplica para descrever certos fenómenos e comportamentos turísticos, uma vez que neste caso são recolhidas grandes quantidades de informação relativamente detalhada sobre um número reduzido de casos (OMT, 2001; Veal, 2017). As duas metodologias devem ser vistas como complementares ao invés de concorrentes, uma vez que ambas constituem meios de

se aproximar da realidade, mas através de formas diferentes (OMT, 2001).

Para a presente dissertação considera-se a metodologia qualitativa a mais adequada para a investigação, uma vez que se trata da análise de um fenómeno, de uma possibilidade, ou seja, é necessário recorrer à experiência dos organizadores de eventos de Cantanhede para se conseguir entender se a estrutura governamental e cidadina está preparada para adotar uma abordagem de portfólio de eventos.

A metodologia qualitativa pode ser utilizada segundo diversos métodos: o estudo fenomenológico, a teoria fundamentada e a abordagem etnográfica. O estudo fenomenológico tem como objetivo compreender um fenómeno de forma a obter a sua essência do ponto de vista das pessoas diretamente envolvidas na experiência, tomando o indivíduo como unidade de referência. A teoria fundamentada pretende gerar, como o próprio nome indica, uma teoria a partir dos dados recolhidos no terreno e nas pessoas que possuem uma experiência pertinente, incidindo tanto no indivíduo, como na comunidade. A abordagem etnográfica incide na comunidade e descreve um sistema cultural do ponto de vista das pessoas que partilham essa mesma cultura (Fortin, 1999). Apesar das diferenças, em todos os métodos a relação não é de perito, mas entre sujeito-objeto, marcada pela intersubjetividade, ou seja, “o sujeito produtor de conhecimentos está, enquanto ser humano, ligado ao seu objeto e o objeto, igualmente um sujeito humano, é dotado de um saber e de uma experiência que se lhe reconhece” (Fortin, 1999, p. 148). Desta forma, os participantes no estudo possuem experiência no fenómeno particular, possuem conhecimento pertinente e partilham a mesma cultura (Fortin, 1999).

Na análise fenomenológica os dados são recolhidos através de entrevistas em profundidade a indivíduos diretamente ligados à experiência que se pretende analisar, mas também por observação direta, observação participante ou através de diários. A escolha dos participantes é feita seguindo-se “critérios de seleção que assegurem um relação íntima dos participantes com a experiência que se quer descrever e analisar” (Fortin, 1999, p. 149), sendo que o número varia entre os menos de dez e os 30, dependendo da profundidade que se quer obter. O investigador após a recolher a informação analisa-a, segundo temáticas que surjam aquando a leitura da informação, entendendo quais as mais frequentes e que correspondem à estrutura do fenómeno. A informação é depois explicitada pelas palavras do

investigador e dos participantes, num entendimento do fenómeno, da sua estrutura e do seu contributo para a comunidade (Fortin, 1999).

A presente investigação assenta numa abordagem fenomenológica, uma vez que se apoia no conhecimento, na experiência dos organizadores de dois grandes eventos na cidade de Cantanhede e na sua entidade de governo. Para esta análise foram realizadas entrevistas aos organizadores principais da EXPOFACIC – um representante da Câmara Municipal de Cantanhede e o representante da Empresa Municipal INOVA -, um representante do FOLK Cantanhede, e ao alto cargo da Câmara Municipal de Cantanhede.

4.4.2. População e amostra em estudo

“Uma população é uma coleção de elementos ou de sujeitos que partilham características comuns, definidas por um conjunto de critérios. O elemento é a unidade de base da população junto da qual a informação é recolhida. (...) A amostra é um subconjunto de uma população ou de um grupo de sujeitos que fazem parte da mesma população. (...) Deve ser representativa da população visada, isto é, as características da população devem estar presentes na amostra selecionada.” (Fortin, 1999, p. 202).

Para a presente investigação, estabeleceu-se como população em estudo os eventos realizados no Concelho de Cantanhede, uma vez que o Concelho tem uma grande variedade de eventos ao longo do ano, como gastronómicos, como as feiras gastronómicas do Bolo de Ançã, o Tapas e Papas, o Festival do Leitão, o Festival das Favas, Feira do Tremçoço, o Festival do Negalho da Bairrada entre outros; eventos culturais, tais como festivais de folclore como o FOLK Cantanhede, de música como o Festival Internacional de Música de Cantanhede, o Rock no Monte, o Rock Of Cantanhede, ou de teatro, como o Ciclo de Teatro Amador; eventos desportivos tais como o Cantanhede Ladies Open ou o Open Internacional de Cantanhede e ainda a Feira-Festa EXPOFACIC. Face aos muitos eventos realizados por todo o Concelho, torna-se pertinente, não só pensar numa abordagem de Portfólio de Eventos que permita a gestão sustentável dos eventos e partilha de conhecimento e experiências

entre si, mas também selecionar uma amostra a estudar, tendo em conta o tempo disponibilizado para a realização do presente estudo.

Neste sentido, foram contactados através de email, os organizadores da EXPOFACIC, nomeadamente um representante da Câmara Municipal e um representante da empresa municipal INOVA; do FOLK Cantanhede e dos eventos desportivos Cantanhede Ladies Open e Open Internacional de Cantanhede. A escolha destes quatro eventos resultou do facto de serem eventos de grande escala, internacionais que mobilizam não só, visitantes, mas também uma elevada logística. Dos pedidos de entrevista efetuados foram obtidas duas respostas positivas: de ambos representantes da EXPOFACIC e do FOLK Cantanhede. Dos eventos desportivos não foi obtida resposta, pelo que após contacto telefónico se verificou não existir interesse por parte das respetivas organizações em participar no estudo. Tornou-se necessário procurar novas fontes de informação que sustentassem o estudo pelo que se definiu ser pertinente realizar entrevistas aos governadores do município, nomeadamente a altos cargos da Câmara Municipal de Cantanhede, sendo um deles o responsável pela promoção de diversos eventos culturais na cidade. Das duas entrevistas pretendidas, foi apenas realizada uma delas. Ao fim de diversas trocas de emails e chamadas telefónicas, não se verificou disponibilidade por parte de um dos altos cargos em realizar a entrevista. Assim, a amostra do presente estudo reflete-se em dois representantes da EXPOFACIC, no representante do FOLK Cantanhede e no testemunho do alto cargo da Câmara Municipal de Cantanhede.

Tendo em conta que os eventos realizados no concelho têm o aval da Câmara Municipal e o objetivo do presente estudo é entender quais as potencialidades e os entraves que um portfólio de eventos tem para o Concelho de Cantanhede, a amostra escolhida permite verificar as hipóteses anteriormente apresentadas de forma consistente.

4.4.3. Instrumento de Recolha de Dados

O instrumento selecionado para a recolha de dados foi a entrevista.

“A entrevista é um modo particular de comunicação verbal, que se estabelece entre o investigador e os participantes com o objetivo de

colher dados relativos às questões de investigação formuladas”
(Fortin, 1999, p. 245)

As entrevistas foram dirigidas segundo uma lógica semiestruturada, compostas por um conjunto de questões-guia que serviram de base para a condução das entrevistas, mas que não foram colocadas aos entrevistados de forma rígida ou segundo a ordem das anotações, dando assim liberdade ao entrevistado de falar abertamente, com as suas próprias palavras e pela ordem a que melhor se adaptou. Ao investigador coube a função de redirecionar a entrevista para os objetivos, cada vez que o entrevistado se afastava. Segundo (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 192), numa entrevista semiestruturada

“o investigador dispõe de uma série de perguntas-guias, relativamente abertas, a propósito das quais é imperativo receber uma informação da parte do entrevistado. Mas não colocará necessariamente todas as perguntas pela ordem em que as anotou sob a formulação prevista. Tanto quanto possível, «deixará andar» o entrevistado para que este possa falar abertamente, com as palavras que desejar e pela ordem que lhe convier.”

O método de entrevista semiestruturada foi escolhido, para a presente investigação, por se determinar ser o mais adequado para analisar um caso específico, principalmente, para adquirir informação sobre os seus dados, pontos de vista dos organizadores, quais os sistemas de relações existentes entre os eventos e como funciona a organização dos respetivos eventos. Este método permitiu a profundidade dos elementos obtidos relativamente aos eventos específicos e ainda a partilha das experiências dos principais atores do campo estudado. No entanto este método tem as suas limitações, nomeadamente a informação obtida não se apresenta imediatamente sob forma de análise pelo que é necessário elaborar métodos de análise específicos, assim como aquando a análise o investigador deve “incluir uma elucidação daquilo que as perguntas do investigador, a relação de troca e o âmbito da entrevista induzem nas formulações do interlocutor” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 194).

4.4.4. Elaboração do guião das entrevistas

Para as quatro entrevistas apresentadas, foi necessário elaborar dois guiões distintos: um deles apresentado aos organizadores do FOLK Cantanhede e da EXPOFACIC e o segundo apresentado ao alto cargo representante da Câmara Municipal de Cantanhede. O motivo pelo qual se optou por guiões diferentes, prende-se com o facto de se pretender obter uma relativa homogeneidade de respostas por parte dos organizadores dos eventos, ao serem-lhe apresentadas as mesmas questões, e ao diferenciar o guião apresentado ao alto cargo representante da Câmara Municipal o objetivo passou por verificar se as entidades organizativas e a governança da cidade estariam ou não em sintonia relativamente ao tema abordado.

O guião apresentado ao primeiro grupo de entrevistados - organizadores da EXPOFACIC e FOLK Cantanhede -, foi estruturado em três secções diferentes e complementares: Secção 1: Caracterização do Evento; Secção 2: Papel do Evento na Comunidade e Secção 3: Portfólio de Eventos. As questões que constam nas duas secções iniciais, têm a sua pertinência para validar a hipótese H1, H2, H3, H4, H5, H9 e H10 (apresentadas na Tabela 9), uma vez que refletem a história do evento, permitindo entender se é um evento bem estabelecido; se acompanhou as necessidades da população; se a população participa ativamente no evento; se os eventos incorporam as empresas da região e se os eventos são de facto um foco de atração à cidade de Cantanhede. Já a secção 3 é pertinente para avaliar as hipóteses H6, H7, H8, H11, H12, H13 e H14, uma vez que aborda a temática específica de um portfólio de eventos, as sinergias, comunicações e estruturas organizativas que justificarão a mais valia de um portfólio de eventos para a cidade de Cantanhede. De salientar que a Secção 3 é transversal às quatro entrevistas realizadas, sendo que para esta secção foi adaptada, do estudo e avaliação de portfólio de eventos de Ziakas & Costa (2011a), a análise de quatro pontos, representados na Tabela 2 do subcapítulo 2.2.1 Portfólio de Eventos. Desta forma, as questões elaboradas sobre a possível implementação de um portfólio de eventos no Concelho de Cantanhede encontram-se representadas na Tabela 10.

<p>Carácter do Portfólio de Eventos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Um portfólio de eventos deve conter vários tipos de eventos ou apenas eventos do mesmo tipo? ➔ Acha que os eventos da cidade refletem a cultura e carácter da cidade? ➔ Dos eventos realizados na cidade, quais refletem e mais cativam as pessoas para as causas sociais?
<p>Inter-relação de Eventos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Os eventos estão relacionados entre si? De que forma? ➔ Quais são as lacunas que existem na relação entre os eventos? Qual o potencial dos eventos ao se inter-relacionarem? ➔ Os diferentes eventos complementam ou reforçam os benefícios desejados pela e para a comunidade?
<p>Rede de relações inter- organizacional de eventos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Que organizações constituem a rede de organização de eventos? ➔ Quais as organizações que desempenham um papel mais significativo nesta rede? ➔ A comunicações entre as entidades é recorrente ou apenas ocorre aquando o evento?
<p>Capacitação da comunidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Como é que um portfólio de eventos pode ser inserido na estrutura organizativa da cidade? ➔ Qual será a melhor forma para desenvolver um portfólio de eventos? ➔ Quais os maiores impasses que podem ocorrer?

Tabela 10: Questões de análise de um portfólio de eventos adaptadas de Ziakas & Costa (2011a) | Elaboração Própria

A questões-guia das entrevistas realizadas aos representantes da EXPOFACIC e FOLK Cantanhede encontram-se sintetizadas na Tabela 11.

	Questões
Secção 1: Caracterização do Evento	<p>História do Evento;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Antes de mais gostaria que me falasse um pouco da história e desenvolvimento do evento. Assim sendo, como surgiu o evento? 2. Que grandes mudanças foram registadas ao longo das edições? <p>Modelo de gestão do evento e lacunas;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Qual a missão do evento na sua realização? 2. Quais os objetivos atuais do evento? 3. Realizaram alguma alteração na forma de organizar o evento? O que motivou essa alteração? 4. Organizar um evento só é possível se existirem voluntários que auxiliam na sua execução. Como criam a vossa base de voluntários? 5. Existem lacunas que ainda não foram preenchidas? Quais? <p>Mais valia para a comunidade:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Em que medida acredita que o evento contribui para o desenvolvimento e dinamização da cidade? 2. Perceciona que os habitantes estão contentes com o desempenho do evento? 3. Na sua perspetiva, o evento responde às necessidades e desejos da população? <p>Visitantes: Internacionais e nacionais:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O evento obtém em média quantos visitantes? 2. São mais visitantes nacionais ou internacionais? 3. Tem-se assistido a alguma alteração no padrão de visitantes?
Secção 2: Papel do Evento na Comunidade	<p>Comunicação entre os eventos;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe alguma comunicação entre os eventos na cidade? 2. A comunicação decorre formalmente, através de reuniões, por exemplo, ou informalmente, através de troca de ideias? <p>Colaboração com outras entidades;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acha que a colaboração com outras entidades na organização do evento pode contribuir para o sucesso do evento? De que forma? 2. Como é que essa colaboração pode existir? <p>Evolução dos eventos da cidade ao longo das edições;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Na sua opinião, os eventos têm sido um foco de atração de visitantes à cidade? <p>Gostaria de fazer alguma alteração na forma de planear, gerir e produzir os eventos da cidade?</p>
Secção 3: Portfólio de Eventos	<p>Um portfólio de eventos compõe um conjunto de eventos de vários tipos interligados entre si que ocorrem na mesma cidade. Permite criar coesão entre os eventos, facilitando a comunicação entre entidades organizadoras para que possam trabalhar em conjunto, para atingir objetivos comuns contribuindo para o sucesso dos eventos. Na sua perspetiva, os organizadores dos eventos da cidade trabalham em conjunto na organização dos eventos?</p> <p>Terminadas as perguntas técnicas, para concluir, qual a sua opinião relativamente à existência de um portfolio de eventos composto por: políticas organizativas que resguardassem o património da cidade e que simultaneamente tivesse em conta as necessidades da comunidade e das comissões organizadores? Seria uma mais valia para a cidade?</p>

Tabela 11: Questões-guia das entrevistas aos representantes da organização dos eventos estudados | Elaboração Própria

Para além das questões relacionadas com a abordagem de Portfólio de Eventos evidentes na Tabela 10, foram ainda expostas ao alto cargo representante da Câmara Municipal de Cantanhede as seguintes questões:

1. Enquanto responsável pelo Município de Cantanhede, qual a sua perspetiva relativamente aos eventos realizados no município?
2. Quais são os que têm mais sucesso e/ou atraem mais visitantes?
3. Quais os mais lucrativos para a cidade, quer a nível económico, quer a nível social?
4. Qual o papel da Câmara Municipal na organização dos eventos realizados?
5. Há comunicação ativa entre as organizações dos diferentes eventos?
6. Concorda que a existência de uma sinergia entre os diferentes eventos poderá contribuir beneficemente para estabelecer uma imagem coesa da cidade?
7. Os eventos podem-se potenciar mutuamente, complementando-se e desenvolvendo-se a nível de projeção e divulgação?
8. Tendo em conta que existem eventos já bem estabelecidos, como o caso da EXPOFACIC e do FOLK, na sua perspetiva, qual o evento com maior potencial que ainda está por desenvolver?
9. Enquanto governante da cidade, quais as lacunas que precisam de ser preenchidas no que se refere à gestão dos eventos?
10. Para concluir, qual a sua opinião relativamente à criação de um portfolio de eventos para Cantanhede, que crie sinergias entres os diversos eventos e que seja composto por: políticas organizativas que resguarde o património da cidade e que simultaneamente tenha em conta as necessidades da comunidade e das comissões organizadores?

Tabela 12: Questões-guia da entrevista com o alto cargo representante da Câmara Municipal | Elaboração Própria

As entrevistas foram elaboradas de forma presencial e decorreram durante o mês de setembro do ano 2018.

Após a recolha dos dados é necessário proceder à sua análise, tópico a abordar no segmento seguinte.

4.4.5. Análise de dados

A análise das entrevistas realizou-se numa perspetiva de análise *within-case*, ou seja, cada uma das quatro entrevistas analisou-se integralmente na sua individualidade e após essa análise particular, os resultados foram cruzados entre entrevistas, numa perspetiva de análise *cross-case*, em que se percebeu as temáticas, referências, afirmações e todos os aspetos comuns entre as entrevistas.

Os dados recolhidos através das entrevistas foram analisados segundo a

abordagem de análise de conteúdo, que segundo Quivy & Campenhoudt (2005, p. 227) permite a “possibilidade de tratar de forma metódica informações e testemunhos que apresentam um certo grau de profundidade e de complexidade, como, por exemplo, os relatórios de entrevistas pouco diretivas.” Desta forma, cada uma das entrevistas em particular foi analisada segundo uma análise temática de avaliação, que “incide sobre os juízos formulados pelo locutor. É calculada a frequência dos diferentes juízos (ou avaliações), mas também a sua direção (juízo positivo ou negativo) e a sua intensidade” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 228). Assim, seguindo a sequência de análise apresentada por Bardin (2011), as análises *within-case* foram elaboradas segundo o esquema apresentado na Tabela 13.

Análise temática	Dividir o texto em alguns temas principais;
Características associadas ao tema central	Extrair significados associados ao tema na mente da pessoa entrevistada;
Análise sequencial	Dividir a entrevista em sequências segundo as temáticas abordadas e respetivos desvios;
Análise de oposições	Encontrar opiniões que possam ser opostas e interpretá-las no contexto da investigação.

Tabela 13: Etapas de análise de entrevistas | Elaboração Própria

Após a elaboração da análise a cada uma das entrevistas, procedeu-se a uma análise categorial cruzada, ou seja, as quatro entrevistas serão cruzadas segundo a perspectiva de um portfólio de eventos, ou seja, de acordo com as quatro etapas de análise de um portfólio de eventos enunciadas anteriormente, as opiniões dos entrevistados são cruzadas para se encontrar quais as que coincidem e quais as que divergem com o propósito de verificar as hipóteses inicialmente propostas. Optou-se pela análise categorial na análise *cross-case*, uma vez que este tipo de análise “privilegia a repetição da frequência dos temas, com todas as entrevistas juntas (...) permite a relativização, o distanciamento; mostra as constâncias, as semelhanças, as regularidades.” (Bardin, 2011, p. 95)

A análise dos resultados obtido será explícita no capítulo que se segue.

Capítulo 5 - Análise dos Resultados

No presente capítulo são apresentados os resultados das quatro entrevistas realizadas. O capítulo é estruturado essencialmente em duas partes: a análise caso a caso, ou seja, será apresentada uma análise de cada uma das entrevistas na sua individualidade, refletindo os temas que surgiram em cada uma das entrevistas; a segunda parte apresenta a análise cruzada, ou seja, será apresentada a análise das quatro entrevistas em conjunto relativamente à temática de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede.

5.1. Análise Caso a Caso

Neste segmento serão apresentadas as temáticas abordadas nas entrevistas conduzidas. De salientar que foram entrevistas semiestruturadas, pelo que as temáticas, embora complementares e relacionadas com o presente estudo, diferem entre entrevistas.

Os Entrevistados serão nomeados de Entrevistado 1, 2, 3 e 4 devido a questões de confidencialidade com os entrevistados, evitando futuras suscetibilidades. As entrevistas foram organizadas tendo em conta a sua data de realização.

5.1.1. Entrevista 1

No dia 13 de agosto de 2018 foi realizada uma entrevista a um funcionário do quadro médio superior da Câmara Municipal de Cantanhede e membro da Comissão Organizadora do evento anual EXPOFACIC, relativa à organização do mesmo e à generalidade dos eventos no Concelho de Cantanhede. Segue a respetiva análise.

1. A EXPOFACIC enquanto evento

A EXPOFACIC é um evento que teve na sua génese uma parceria entre a Câmara Municipal de Cantanhede e a ACIC (Associação Comercial e Industrial de Coimbra). À Câmara Municipal cabia custear o evento, organizá-lo e promovê-lo. À ACIC cabia toda a montagem logística do certame.

Na sua evolução, a EXPOFACIC contou com três momentos que potenciaram o evento: o seu início em que começou como um evento bem estruturado em parceria

com a ACIC, associação que já organizava outros eventos importantes, ajudando assim a projetar a EXPOFACIC; a introdução do conteúdo festivo com espetáculos musicais que deram um enorme incremento à Feira, atraindo público diversificado e mais visitantes, ao aliar a mostra económica com os espetáculos de entretenimento e o último momento de grande importância para o evento foi a junção da INOVA-EM à organização do evento, que lhe deu o impulso final para se estabelecer com a sua importância atual.

“(…) a partir dessa parceria estabelecida com a Associação Comercial e Industrial de Coimbra, da ACIC, que já era promotora de um dos maiores certames realizados na região centro, que era a ACIC - Feira e Exposição Comercial e Industrial de Coimbra que infelizmente acabou por deixar de se fazer ao longo destes últimos anos. De facto, é um momento marcante, porque foi um momento de arranque em que a feira só por si já valia um lugar de relevo no centro do país (...) O segundo aspeto também muito positivo nasceu no segundo ano do primeiro mandato do Dr. Rui Crisóstomo que deu um forte impulso na EXPOFACIC, trouxe grande parte do que é a festa (...) Para além de manter a matriz da promoção económica da região e do concelho teve um forte impulso e um grande impulso naquilo que se pode denominar como uma mostra, festa. (...) A meio do percurso encontrou uma empresa municipal denominada por INOVA EM que lhe deu o impulso e que a projetou para o maior certame que se faz em Portugal deste género e um dos maiores da Península Ibérica.” – Entrevistado 1

A EXPOFACIC surgiu com o objetivo de “aproveitar o evento para divulgar a economia do concelho projetando também os seus empresários e fundamentalmente projetar toda a sua valência do ponto de vista associativo e comunitário” (Entrevistado 1). Este objetivo é fiel em todas as 28 edições do evento, no entanto, foi-lhe acrescido o compromisso da componente festiva, que se revelou o grande impulsionador da EXPOFACIC. Nas palavras do Entrevistado 1, “Criar aqui sinergias no sentido de dar a componente da atratividade e notoriedade que um certame de natureza só comercial e industrial, uma mostra só dessa natureza, de

forma nenhuma, não consegue atingir os patamares de notoriedade que lhe deu com o incremento da festa”.

Relativamente à estrutura organizativa da EXPOFACIC, a organização do evento é composta por cerca de 220 funcionários da Câmara Municipal e da INOVA-EM que se encarregam de organizar todo o evento. Não existem pessoas que exerçam apenas as funções da EXPOFACIC, “são funcionários do município, são funcionários da empresa municipal, que acumulam nas tarefas anuais as tarefas de organização do certame” (Entrevistado 1). De apoio à organização, anualmente existem voluntários que desempenham tarefas ao nível da promoção da vigilância em tendas, do acompanhamento de grupos, entre outros. Estes voluntários, que são pessoas da comunidade interessadas no evento, são destacados consoante as necessidades que vão surgindo, quer da organização, quer dos promotores, expositores ou outros parceiros. Segundo o Entrevistado 1, “esperamos que as pessoas nos procurem e sem o compromisso da inscrição acolhemos os seus dados e disponibilizamos aos operadores que eventualmente possam vir a precisar dessa colaboração.”

No que concerne ao número de visitantes, a EXPOFACIC desde 2015 que deixou de referir essa contabilização, porque na sua perspetiva não existe uma contagem totalmente real, já que de acordo com os protocolos, os expositores têm a acesso a um determinado número de bilhetes que podem ou não ser utilizados, podem existir pessoas que no mesmo dia entram e saem do certame mais do que uma vez ou até em casos extremos, pessoas que entram no certame sem qualquer bilhete válido, uma vez que se refere a um recinto ao ar livre. Apesar disso, a média que se tem mantido ao longo dos anos é de 400 mil pessoas. De acordo com o entrevistado 1,

“Não há uma métrica fiável porque o número de bilhetes vendidos pode não ser real. Então vejamos, um expositor que é a essência da feira, estamos a falar de 500, pela negociação que tem com a comissão organizadora recebe 50 ou 100 convites e pode comprar com 50% de desconto N convites. Portanto 500 pessoas à partida dispõem 10 mil bilhetes, certamente podemos pensar que são todos utilizados, mas podem não ser. E por outro lado podem comprar determinado tipo de convites com um objetivo e depois podem não os utilizar. (...) também

há as pessoas que não têm convite, mas também não têm bilhete e estão lá dentro. É um recinto aberto, é de fácil acesso (...). O certame no geral e em média atinge as 400 mil pessoas. É esse o número que tem existido nestes últimos anos.”

Destes 400 mil visitantes anuais, segundo os inquéritos de satisfação¹¹, “as pessoas quando são inquiridas, e naturalmente podem ser do concelho ou fora do concelho, 98,2% respondem que voltam à EXPOFACIC” (Entrevistado 1), mostrando o patamar de notoriedade que o certame adquiriu. Esta notoriedade é portadora de novas responsabilidades e problemas, nomeadamente a EXPOFACIC não pode crescer mais, uma vez que na perspetiva do Entrevistado 1, “o Concelho de Cantanhede não tem suporte em termos de munícipes, em termos do que é a sua vivência, o número de pessoas que habitam no Concelho de Cantanhede não tem suporte para que efetivamente a EXPOFACIC possa crescer” e também porque há cada vez mais dificuldades em captar visitantes fora do circuito normal que é a Região Centro. A EXPOFACIC estabelece-se assim como um projeto cada vez mais coletivo entre a comissão organizadora e os *stakeholders* locais, todavia, estas parcerias levantam novos problemas, em particular a vontade dos parceiros de lucrarem o máximo com o evento, o que se reflete nos visitantes. Para o entrevistado 1,

“Os parceiros têm que perceber que não podem querer ganhar em 11 dias o que não ganham nos restantes 350 e poucos dias (...) Há muitos atores que conhecendo como conhecem o valor que a EXPOFACIC tem, de vez em quando esquecem-se que esse valor será altamente prejudicado se deles próprios não houver uma atitude condigna. Quem nos procura pela gastronomia tem que ser bem servido e tem que pagar o justo valor daquilo que consome. Não é justo, e verifica-se algumas vezes esse pecado que o consumidor - o nosso visitante - não é bem servido, penaliza a comissão organizadora, mas sobretudo penaliza o Concelho.”

¹¹ No que se refere à satisfação da comunidade com a organização do evento, o entrevistado acreditou não lhe ser possível responder concretamente pelo que referiu outras temáticas, nomeadamente os inquéritos de satisfação do evento, novas responsabilidades e novos problemas que surgem com o aumento da notoriedade do evento.

Também os *stakeholders* locais, na perspetiva do Entrevistado 1, ainda não têm noção de que quanto mais bem sucedido for o evento, quanto mais interagirem com o evento, mais benefícios terá também para si, uma vez que quantas mais pessoas visitarem o Concelho, mais probabilidade tem de aumentar as suas vendas durante aquele período em que se realiza o evento.

“Os verdadeiros interessados, isso é a minha opinião pessoal naturalmente, os verdadeiros interessados e os agentes económicos que mais lucram com a EXPOFACIC, curiosamente são aqueles que mais costas voltadas estão ao certame. Agentes ligados ao consumo imediato. Estamos a falar dos similares, das hotelarias, dos restaurantes, estamos a falar hipoteticamente dos combustíveis e sucessivamente. O empresário, ele não percebe que quanto mais eventos houver, quanto mais a EXPOFACIC pujante for, que mais atratividade tenha, mais ele tem hipótese de vender os 40 cafés.”
(Entrevistado 1)

2. O papel da Câmara Municipal nos eventos da cidade

Apesar da questão inicial se direccionar para a ligação e comunicação entre os eventos da cidade, o Entrevistado 1 achou mais pertinente abordar a temática do papel da Câmara Municipal nos eventos da cidade. Deste modo, segundo a sua perspetiva enquanto funcionário da Câmara Municipal, para além de garantir as necessidades básicas da população, nomeadamente abastecimento de água, gestão dos resíduos sólidos, gestão do ajardinamento e dos espaços de lazer, a Câmara tem também em elevada consideração o setor reprodutivo, principalmente relativa ao entretenimento, lazer e culturalização dos seus munícipes. Neste contexto inserem-se os eventos, que são uma forma de fazer crescer a economia local e também de corresponder a uma parte da qualidade de vida das pessoas. Assim, nas palavras do Entrevistado 1, “a Câmara Municipal há muito tempo que entendeu que é muito mais importante, na área da cultura e do lazer, na área do entretenimento, ser um agente desenvolvimento do que ser um promotor.” Desta forma, a Câmara Municipal apoia os eventos através do investimento financeiro e maioritariamente do investimento logístico, tornando-se assim num “forte parceiro, um grande aliado dos promotores

locais”. Contudo não cabe à Câmara opinar sobre a organização dos eventos que apoia, uma vez que estes têm total autonomia. De acordo com o Entrevistado 1, “a Câmara Municipal tem sempre por desígnio o apoio a esse tipo de atividades, o apoio logístico e financeiro, mas sempre distante da sua organização, salvo, como lhe disse e repito, salvo algo que venha a ferir a sua missão.”

A Câmara Municipal tem um papel central nos eventos da cidade apenas como parceira, salvo algumas exceções como é o caso da EXPOFACIC, em que é promotor do próprio evento. A Câmara tem assim o papel de impulsionadora dos eventos, uma vez que alguns dos eventos começdos por si, são entregues a outras instituições que têm por objetivo dar continuidade ao iniciado. Neste sentido a Câmara Municipal estabelece a base dos eventos que pode ser ou não aproveitada pelas partes interessadas em dinamizá-los. De acordo com o Entrevistado 1 a Câmara Municipal “centraliza a sua atividade naquilo que a Câmara consegue fazer, no fundo, criar condições, para que os agentes económicos que a rodeiam também tenham e criem valor. (...) A Câmara Municipal não chama a si a municipalização da cultura, a Câmara Municipal gere os espaços culturais que tem, promove as atividades em função desses espaços.”

3. Profissionalização do setor dos eventos

Quando questionado pela pergunta *os organizadores de eventos da cidade partilham objetivos comuns*, o entrevistado 1 teve como primeira resposta “Eu julgo que não”. Na sua perspetiva, os eventos não partilham de objetivos comuns, porque não têm aptidão para aprender uns com os outros, ou seja, não há predisposição dos promotores de eventos em partilhar experiências e conhecimentos para que possam melhorar o seu evento. Nas suas palavras,

“os nossos agentes estão muito longe, no meu ponto de vista, de perceber a dimensão dos outros. Quer isto dizer que nós para podermos avaliar o que fazemos primeiro temos que avaliar o que os outros fazem, e normalmente as pessoas fecham-se na sua concha e não conseguem perceber que por muito bem que façam, há sempre quem faça melhor ou há sempre quem faça pior”.

Neste seguimento, “o concelho é fértil em bons eventos, mas peca mesmo muito por as pessoas não terem o sentido de profissionalismo” (Entrevistado 1), no sentido em que como os promotores não têm abertura para conhecerem o que é feito e como é feito noutros eventos, não conseguem avaliar corretamente que se o que fazem no seu evento é benéfico ou não para ele. Neste contexto, para o Entrevistado 1 o futuro passará pela profissionalização do setor, que contará com pessoas formadas na área da organização e gestão de eventos que terão capacidade para avaliar o que é feito e entender que “um evento para além de uma ação de entretenimento é sobretudo um agente económico, ou seja, não podemos confundir um mordomo da festa com a pessoa que vive da festa”.

Em conclusão, para o Entrevistado 1 a profissionalização do setor dos eventos é uma mais valia para o incremento da qualidade dos eventos em Portugal, assim como para as suas vantagens para o destino. Desta forma, na sua perspetiva, cabe às câmaras municipais, associações e a todos os promotores de eventos munirem-se de profissionais em eventos “de gente com mais qualidade, a saber fazer as coisas mais bem feitas, mais rentabilizadas, com outras performances e que a profissão de organizador de eventos vá ser uma realidade”.

5.1.2. Entrevista 2

No dia 10 de setembro de 2018 foi realizada uma entrevista ao representante do evento anual FOLK Cantanhede, relativa à organização do mesmo e à generalidade dos eventos no Concelho de Cantanhede. Segue a respetiva análise.

1. O FOLK Cantanhede enquanto evento

O FOLK Cantanhede surge em 2006 sob a alçada de uma associação cantanhedense, o Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede, num contexto de Festival CIOFF, ou seja, numa participação internacional do grupo, ao entrar em contacto com a realidade destes festivais, alguns já implementados em Portugal, a associação assumiu o compromisso de “que iríamos fazer nascer um Festival CIOFF todos os anos, e isto estamos a falar em novembro de 2005, e em 2006 arranca o primeiro FOLK Cantanhede, digamos foi tudo muito rápido” (Entrevistado 2). O evento não conta só com dança e grupos de folclore, mas também com gastronomia, artesanato e oficinas de dança, “as chamadas áreas culturais do CIOFF porque um festival CIOFF não é só dança, não é só música” (Entrevistado 2). Em 2006 e 2007 o evento foi assistido por avaliadores internacionais e em 2008 recebe o certificado de Festival CIOFF no Congresso Internacional do CIOFF em Istambul.

Ao nível da evolução dos eventos, houve dois momentos marcantes: o primeiro momento foi a criação de uma comissão executiva para organizar o festival, composto pelos cinco membros da direção do Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede e por oito pessoas externas ao grupo que são convidadas a integrar a equipa organizativa. Atualmente “a comissão executiva organizadora do FOLK Cantanhede são 13 pessoas” (Entrevistado 2). Para o Entrevistado 2 o facto de ter pessoas externas ao grupo, permite ter perspetivas mais amplas que de outra forma não teriam. Exemplo disso foi o segundo momento marcante na evolução do evento, a criação do Espaço FOLK que, nas palavras do Entrevistado 2,

“foi uma sugestão de uma pessoa que estava connosco e que nos mostrou, nos fez ver que o FOLK Cantanhede estava a crescer, mas estava a crescer fechado, não se estava a abrir corretamente para a

sociedade e fê-lo em boa hora, o Espaço FOLK tem sido realmente um sucesso”.

O Espaço FOLK foi inaugurado em 2014, em parceria com a Junta de Freguesia de Cantanhede para responder à lacuna que existia de que “não havia um espaço onde a comunidade pudesse confraternizar mais próxima com as pessoas que vêm, grupos que vêm, portanto, o espaço FOLK colmatou essa falha, essa terá sido a grande, grande novidade nos últimos anos” (Entrevistado 2).

Juntamente com a comissão executiva, trabalham no FOLK Cantanhede voluntários que desempenham diversas tarefas de apoio, tais como o acompanhamento de grupos. A base de voluntários começou com a bolsa de voluntários da Câmara Municipal, em que as pessoas se iam inscrevendo, sendo que de ano em ano esse número de inscrições foi aumentando substancialmente, principalmente a partir de 2008. Desde essa data, as pessoas passaram a procurar diretamente a organização do evento e atualmente o evento dispõe de um formulário online e, segundo o Entrevistado 2, “este ano tivemos fora mesmo do grupo, pessoas que não têm nada a haver com o grupo, 40 e muitas inscrições, 45, com mais 50 de grupo, portanto, estamos ali 100 voluntários a trabalhar diariamente”. O facto de o grupo permitir voluntários fora do seu seio de ação, permite que a comunidade possa estar em “contacto com a realidade interna do FOLK Cantanhede” (Entrevistado 2).

Ao nível da gestão do evento, um aspeto importante mencionado pelo Entrevistado 2, é a capacidade da comissão executiva de “traduzir apoio financeiro em apoio logístico”. Apesar do seu orçamento atual rondar os 70 mil euros, grande parte do financiamento do FOLK Cantanhede é feito em géneros, ou seja, as entidades de apoio ao FOLK, tais como o supermercado Intermarché, as bombas de gasolina BP, a Escola Pedro Teixeira e a Câmara Municipal de Cantanhede, mais do que apoio financeiro, fornecem ao FOLK Cantanhede: alimentos, combustível, espaço para alojamento e montagens e transportes, respetivamente, como forma de patrocínio, ou seja, em vez destas entidades financiarem em forma de numerário, que posteriormente será gasto pelo evento no seu negócio, financia em géneros. Na

perspetiva do Entrevistado 2, “o FOLK Cantanhede é um evento que consegue sobreviver mais à custa do apoio logístico em vez do apoio financeiro”.

Relativamente aos espetadores do evento, notou-se uma grande alteração no padrão de visitantes, uma vez que o evento passou de totalmente gratuito, a parcialmente pago. O FOLK Cantanhede começou com um evento totalmente gratuito em que os espetadores assistiam ao evento de pé. Com o passar dos anos foram melhoradas as condições e foram postas cadeiras para os espetadores. Atualmente, a Gala Final, o último espetáculo que engloba todos os grupos participantes a atuarem num grande espetáculo, conta com 2000 lugares de bancada e o custo de 5€. Para além deste, apenas o espetáculo realizado no Conservatório de Coimbra é pago, todos os restantes nas várias freguesias do Concelho são gratuitos. A decisão de cobrar entrada no último espetáculo, prendeu-se, segundo o Entrevistado 2, com o facto de “que o último espetáculo, neste momento nós estamos a tentar direcioná-lo para aquelas pessoas que realmente vivem o FOLK Cantanhede, vivem mesmo, de início até ao fim, vão ver os grupos às freguesias e depois no final querem ver o espetáculo por inteiro.”, logo o facto de cobrar bilhete no último espetáculo permite “filtra(r) um bocadinho quem vai à praça ver o espetáculo, ou quem para lá porque esta de passagem” (Entrevistado 2).

Apesar de alguns espetáculos serem pagos, o Entrevistado 2 afirma que “nunca vamos chegar a uma totalidade dos espetáculos pagos, nós entendemos que a cultura deve conseguir chegar a toda a gente.”

2. Contributo do FOLK Cantanhede para a comunidade

O FOLK Cantanhede, na perspetiva do Entrevistado 2, é um evento bastante enriquecedor da comunidade em quatro perspetivas diferentes. A primeira perspetiva remete para a culturalização da comunidade, uma vez que ao ser um evento que traz ao concelho a cultura de regiões e etnias muito específicas, tais como da Nova Zelândia ou da Tailândia, por exemplo, permite que a comunidade tenha contacto direto e ao vivo com essas culturas. Nas suas palavras,

“Atrevo-me a dizer que a grande maioria das pessoas que vem ao FOLK Cantanhede, se não houvesse o FOLK Cantanhede nunca veriam coisas

que viram aqui em cima deste palco, nunca, ao vivo, na televisão, hoje em dia na internet, mas ao vivo, nunca conseguiriam ver. Portanto isso faz com que as pessoas fiquem, que consiga cultivar também a nossa comunidade, portanto isso é muito importante”.

A segunda perspetiva reflete-se na dinamização cultural e económica da cidade, ou seja, durante os 11 dias de duração do evento, existem mais visitantes que para além de se envolverem na vida da cidade, partilhando e absorvendo experiências, também vão consumir e utilizar os serviços da cidade, movimentando a economia local.

A terceira perspetiva prende-se com a internacionalização do nome da cidade, uma vez que os visitantes, os grupos participantes no evento, quando voltam aos seus países de origem ou quando se deslocam a outros festivais, levam consigo o nome FOLK Cantanhede e a sua experiência da cidade, que quanto mais positiva for, mais repercussões terá na divulgação do destino. Para manter a experiência dos grupos o mais positiva possível e para colmatar lacunas do evento, todos os anos a comissão executiva entrega aos grupos participantes um relatório de avaliação para que os grupos possam avaliar o evento, a organização e a sua experiência no destino. Segundo o Entrevistado 2, os grupos que participam no FOLK “são grupos que participam em festivais deste género em todo o mundo, portanto trazem muita experiência acumulada de outros festivais (...) experiências que nós gostamos de beber e ficar com essa informação.” A escolha do nome FOLK Cantanhede teve em cuidado a inclusão do nome da cidade pela organização, uma vez que na sua perspetiva “também é uma forma de estarmos a exportar o nome da cidade”.

A última perspetiva do contributo do FOLK Cantanhede para a comunidade refere-se à dinamização do associativismo durante o evento e novamente aqui em duas perspetivas: a primeira perspetiva remete para o Espaço FOLK em que as tasquinhas aí existentes são dinamizadas, exploradas por empresas e associações locais, o que permite que essas associações e empresas beneficiem do evento quer pelo consumo extra dos grupos participantes, quer pelo consumo dos habitantes que se deslocam ao Espaço FOLK para interagir com esses mesmo grupos; a segunda perspetiva prende-se com facto de a estrutura das Galas de Freguesia ser constituída

por dois grupos internacionais e uma associação local, daquela freguesia, que permite à associação participante partilhar o seu trabalho num contexto multicultural. Desta forma, esta colaboração entre o FOLK Cantanhede e as associações locais permite que, segundo o Entrevistado 2, “também outras associações possam de alguma forma beber um bocadinho do FOLK Cantanhede, da organização do evento.”

3. Complementaridade entre eventos

De acordo com o Entrevistado 2, tem-se assistido a uma divulgação conjunta dos eventos, nomeadamente de eventos gastronómicos. Anualmente são divulgados todos os eventos gastronómicos que se realizarão no destino. Na perspetiva deste Entrevistado “começa a haver um bocadinho mais de interligação entre os diversos eventos que salpicam o calendário anual do Concelho de Cantanhede”. No entanto a complementaridade entre eventos não existe. Existem variados eventos que decorrem uns seguidos dos outros, mas não há comunicação, nem partilha entre esses eventos e as mesmas tarefas são levadas a cabo diversas vezes, por todas as organizações. Para o Entrevistado 2, seria uma mais valia esses eventos se juntarem e criarem um grande evento, ou nessa impossibilidade, comunicarem entre si, para que as infraestruturas utilizadas num evento possam ser aproveitadas para o seguinte. Isto não só permite diminuir os gastos financeiros com montagens e desmontagens dessas infraestruturas, com também permite que o tempo dispensado com essa logística possa ser utilizado de outra forma dando resposta muitas vezes a lacunas existentes no evento. Nas palavras do Entrevistado 2,

“quer dizer estamos aqui a criar uma serie de eventos a sobrecarregar tudo e todos quando, ok, querem trazer coros internacionais, querem trazer bandas internacionais, nós já temos aqui um festival internacional, que por acaso se chama Semana Internacional do Folclore, mas se calhar até podemos trocar-lhe o nome e porque não juntar isto tudo e em vez de recebermos só grupos folclóricos ou grupos culturais, recebemos bandas filarmónicas e recebemos também coros? Fazemos um grande evento ou melhor um evento

ainda maior. Isto não é fácil ainda entende? Não é, porque não há muita gente a conseguir estar no associativismo e conseguir ter esta perspetiva de abrangência e perceber que aquilo que estamos a fazer numa associação, é para bem da comunidade não estamos a fazer nada para nós e não nos devemos fechar. (...) Não se querem misturar, são coisas diferentes, não vamos misturar, tudo bem, ok, mas aproveitamos as infraestruturas de uns para os outros e se nós temos o alojamento preparado para 250 pessoas numa escola, temos um palco, temos bancadas, temos tudo montado, gastamos uma pipa de massa nisto, então cola, a seguir cola este, a seguir cola o outro, embora na minha perspetiva isto estar tudo junto, daria outra grandiosidade.”

Da parte da organização do FOLK Cantanhede, aquando a criação do Espaço FOLK, foi proposta a junção a outro evento, gastronómico, decorrente na mesma altura, em que o Espaço FOLK seria esse evento, uma vez que se realizam no mesmo lugar e o evento FOLK em si, no seu esplendor continuaria a circular pela cidade. Esta proposta não foi aceite, uma vez que não houve abertura política para concretizar este plano.

5.1.3. Entrevista 3

No dia 20 de setembro de 2018 foi realizada uma entrevista ao representante da empresa municipal INOVA e membro da Comissão Organizadora do evento anual EXPOFACIC, relativa à organização do mesmo e à generalidade dos eventos no Concelho de Cantanhede. Segue a respetiva análise.

1. Alterações e impactos na comunidade

Relativamente às alterações levadas a cabo no evento, na perspetiva do Entrevistado 3, nos últimos anos não se tem assistido a grandes alterações, uma vez que a EXPOFACIC é um evento com um “modelo muito próprio (...) que se foi consolidando ao longo de 28 anos”. As alterações no evento que efetivamente acontecem são as alterações do topo da hierarquia da comissão organizadora, aquando as eleições e respetivas alterações “da composição do executivo camarário” (Entrevistado 3), e as pequenas alterações de inovação, ou seja, são alterações no âmbito das medidas diferenciadoras para manter a atratividade do evento. Nas palavras do Entrevistado 3, um evento “tem de ter sempre novidades, tem de ser sempre alguma coisa diferente, até porque as pessoas são muito exigentes atualmente.”

No que se refere à missão da EXPOFACIC, de acordo com o Entrevistado 3, o evento tem dois objetivos: o primeiro é “promover o município, de dar a mostrar a sua realidade socioeconómica, quer através das empresas, das IPSS, das associações, das juntas de freguesia”, promoção essa que já atinge o nível nacional ao ser uma das maiores Feiras-Festa do género a realizar-se no país; o segundo objetivo remete para a vontade da EXPOFACIC em ser um evento que, não só dinamize a economia local, mas em que a população se reveja.

Relativamente ao segundo objetivo enunciado, o impacto da EXPOFACIC é visível, a nível económico, não só durante os 11 dias de duração do evento, mas também nos dois meses de montagens anteriores ao evento e no mês de desmontagens seguintes ao evento. Durante todo este tempo “há uma movimentação de empresas e de pessoas na cidade muito especial, muito significativa. Isso é uma mais valia em termos sociais, em termos económicos, é uma mais valia para Cantanhede” (Entrevistado 3)

No que se refere à perspetiva da comunidade perante o evento, o Entrevistado 3 entende que o facto de a EXPOFACIC se realizar num local central da cidade provoca “uma grande pressão de várias naturezas numa determinada zona e isso traz dificuldades, consumos, infraestruturas, rede viária, ambiente geral, produção de resíduos, a questão sonora... tudo isto é uma alteração profunda num período muito curto de tempo em determinada zona, que é uma zona urbana”, no entanto apesar destas inconveniências para a população local, a avaliação que a organização do evento tem é positiva, sendo que nas palavras deste Entrevistado,

“as pessoas querem que isto se faça, as pessoas revêm-se na EXPOFACIC. A EXPOFACIC é, digamos, o evento anual em que todo o município, em que todas as pessoas do Concelho estão presentes. (...) para a população do Concelho de Cantanhede, há aqui na EXPOFACIC a clara sensação de que é a Festa do Concelho e a Festa deles e isso é bom.”

2. A EXPOFACIC e os restantes eventos da cidade

Segundo em Entrevistado 3, quando há eventos que se aproximam da data de realização da EXPOFACIC, o evento tem o cuidado de criar parcerias com esses eventos. Exemplo disso foi num ano “em que o FOLK se aproximou muito em termos de datas da EXPOFACIC e o que aconteceu foi uma parceria em que os grupos passaram todos pela EXPOFACIC, temos essa abertura e fizemo-lo” (Entrevistado 3). Fora disso, a EXPOFACIC não tem grande interação com os outros eventos, podendo marcar presenças pontualmente. O que a EXPOFACIC proporciona aos outros eventos locais é através de meios logísticos que têm disponíveis na sua montagem e estrutura. De salientar que isto só é possível de acontecer, no contexto de Empresa Municipal, ou seja,

“a INOVA, enquanto entidade que organiza e gere a Feira EXPOFACIC, do ponto de vista administrativo, logístico e financeiro, a INOVA apoia todos os eventos de outra natureza que se fazem no Município de Cantanhede e o Município é rico neste aspeto: tem muita coisa, muitos eventos culturais, gastronómicos, tem muita coisa e nós INOVA apoiamos enquanto empresa municipal, enfim, agora a EXPOFACIC é

um evento, tem 11 dias de duração, é ali que se faz e portanto tem outro objetivo.”

Enquanto evento a EXPOFACIC não tem ligações com os restantes eventos locais, todavia a INOVA-EM enquanto empresa municipal presta apoio a todos os eventos do Concelho, seja qual for a sua tipologia, principalmente ao nível de infraestruturas e montagens equipamentos.

5.1.4. Entrevista 4

No dia 25 de setembro de 2018 foi realizada uma entrevista ao alto cargo da Câmara Municipal de Cantanhede relativamente à organização dos eventos no Concelho de Cantanhede. Segue a respetiva análise.

1. Os eventos do Concelho e as suas potencialidades turísticas

O Concelho de Cantanhede é portador de um vasto leque de eventos, sejam eles eventos promovidos pela Câmara, ou por Associações do Concelho. Os eventos do Concelho são, então, de dois tipos, tendo em conta quem os organiza: os eventos municipais promovidos pela Câmara Municipal, eventos “que o próprio município através seja da área cultural ou desportiva entende como sendo as iniciativas interessantes e importantes para a comunidade” (Entrevistada 4), como é o caso da EXPOFACIC e do Ciclo de Teatro Amador e os eventos promovidos pelas associações locais, como é o caso das vinte e três feiras gastronómicas do Concelho.

Cabe à Câmara Municipal, de acordo com a Entrevistada 4, providenciar aos seus munícipes uma oferta “diversificada, e que vá ao encontro das várias camadas etárias, mas também dos vários graus de gosto, dos nossos munícipes”. Desta forma, a Câmara Municipal apoia e é parceira de todos os eventos cuja realização acha conveniente. Essa parceria pode ir desde o apoio financeiro ao apoio logístico, dependendo do que as associações pretendem potenciar. De uma forma geral, pode ser dito que todos os eventos “que se fazem no Concelho, do ponto de vista associativo, autárquico, sejam justas de freguesia ou não, são sempre partilhados com o Município” (Entrevistada 4). Isto não é só benéfico para os eventos em termos de apoio, mas também para o Concelho, uma vez que a Câmara Municipal ao ter acesso a todos os eventos realizados, alerta os promotores de possíveis sobreposições e repetições de eventos no mesmo local, num curto espaço de tempo.

Algo que foi repetidamente mencionado pela Entrevistada 4, foi a potencialidade dos eventos ao nível turístico. No seu ponto de vista,

“o turismo tem obrigatoriamente de ter uma componente económica, isso é fundamental e ao mesmo tempo tem de se ter uma agressividade no ponto de vista da divulgação, portanto, a imagem e a comunicação

têm de ser fortes, nós neste momento estamos a refazer a lógica que tínhamos da imagem em termos de turismo e sobretudo retirar-lhe, porque era quase exclusiva, era o turismo ligado à cultura e não é isso, para mim o turismo tem de estar ligado à parte económica, utilizando a cultura naquilo que tem de ser potenciado, é evidente, portanto, não pode ser tão redutor pensar que o turismo é algo para divulgar os monumentos, as rotas ou isso, não, tem de ser algo muito mais abrangente e, portanto, cada vez mais estas áreas têm de ser vistas desta mesma forma.”

Neste contexto, segundo a Entrevistada 4, a EXPOFACIC é o evento com maior potencial por diversas razões: é o evento que tem mais adesão; é a maior Feira-Festa do país; é o evento onde a comunidade mais se revê, uma vez que tem nele envolvidas todas as associações do concelho que querem partilhar o seu trabalho de ao longo do ano, conjugando assim “tudo aquilo que ao longo do ano as freguesias e as associações gostam de fazer, porque todas elas estão representadas nesta mesma feira (...) conjuga, digamos que, a força associativa de todas as freguesias naquele espaço e durante aquela altura do ano, e portanto é aquela mais simbólica em termos do impacto de números também e da adesão que as pessoas têm”. De salientar que este evento tem grande impacto na dinamização da economia local, maioritariamente visível no setor da restauração e do comércio imediato, sendo que esse impacto começa nos meses anteriores ao evento aquando as montagens, continuam durante os 11 dias de evento e abrandam nos meses de desmontagens das infraestruturas necessárias para o evento. Nas palavras da Entrevistada 4,

“a EXPOFACIC tem de ser entendida como um ato turístico determinante para a região e para o país e, portanto, tem de ser trabalhado nesse mesmo sentido, não pode ser só, e já era bastante, a EXPOFACIC ser pensada como algo em termos da divulgação económica, comercial, industrial e agrícola, que é importante, mas se nós analisarmos os inquéritos, as pessoas já vêm à feira por outro tipo de razões, do que propriamente por esta. O que é que isto significa? Que esta base económica que para nós é o cerne da feira, tem de

continuar, naturalmente que sim, esta é a base, mas pode vir a ser potenciada e eles próprios beneficiam com isso, de tudo aquilo que está e que tem sido acrescentado à própria feira, e portanto, Cantanhede, durante aquela época entre julho e agosto, tem de ser vista pelas entidades nacionais e regionais como um ponto de atração turística, por isso é que nós fazemos divulgação fora de portas, por isso é que a televisão e as rádios e toda essa divulgação é feita para que se atraia à região mais pessoas.”

As feiras gastronómicas do Concelho são também fortes candidatas à potencialização do turismo no Concelho. Estas feiras são uma forma das localidades potenciarem e divulgarem o que têm de bom, os seus produtos diferenciadores, as suas tradições. Estas feiras conjugam sempre a gastronomia com o entretenimento, com o espetáculo musical, numa componente “muito portuguesa de gostar de estar à mesa, mas ao mesmo tempo também o convívio e a conjugação com a outra parte em que nos sentimos bem” (Entrevistada 4), refletindo a cultura e identidade do povo português. Aleado a isso, muitas destas feiras estão localizadas em espaços característicos e diferenciadores do Concelho, como é o caso da Feira do Tremoço, na Praia Fluvial dos Olhos da Fervença, pelo que a Feira não só potencia o local ao atrair visitantes, mas vai potenciar o Concelho, uma vez que o este é o conjunto de todas as regiões e das suas potencialidades. Neste sentido e de acordo com a Entrevistada 4, a “tónica do turismo em termos dos eventos, nós estamos a tentar potenciar cada vez mais”.

Ainda nesta perspetiva e ainda que numa vertente mais específica, a Entrevistada 4 referiu dois eventos que têm capacidade para crescer e tornarem-se num foco de atração. São eles o Campeonato do Mundo de Ginástica e o Dixieland. O Campeonato do Mundo de Ginástica¹², é um evento desportivo, uma competição de ginástica que começou com uma iniciativa da Câmara Municipal e foi entregue posteriormente à associação local CantanhedeGym. Para a Entrevistada 4, é um evento que “se está cada vez mais a impor (...) cada ano, um após o outro, tem mais

¹² O Campeonato do Mundo de Ginástica ou Open Internacional de Cantanhede foi um dos eventos escolhidos para analisar nesta investigação, no entanto não houve possibilidade de realizar a entrevistas com os responsáveis.

países que vêm até Cantanhede”. Já o Dixieland foi um festival de Jazz que por questões financeiras teve de ser colocado em *stand by*. Está neste momento a ser repensado em novos moldes pela Câmara Municipal, numa perspetiva de voltar a realizar o evento “dando-lhe uma outra roupagem” para “potenciar algo de diferenciador” (Entrevistada 4). Apesar de ser um evento muito específico, com espetadores muito particulares, conseguia atrair “muita gente aqui, a Cantanhede, portanto há pessoas aqui em Cantanhede que gostariam que nós retomássemos o Festival de Jazz, mas também como uma oferta para a região” (Entrevistada 4).

Todos os eventos mencionados têm potencial para se tornarem focos de atração turística para o Concelho de Cantanhede, no entanto, estes não são os únicos, porque na perspetiva da Entrevistada 4,

“há áreas, pelo espaço em que estão integradas podem ter eles próprios oportunidade de se abalançarem mais e crescerem mais e sobretudo aqueles que têm aqueles produtos mais característicos para poder oferecer à comunidade. Cada vez mais o turismo é atraído e as pessoas são atraídas pelas coisas diferenciadoras, por aquilo que é um pouco diferente do que se faz nos outros locais, portanto, esses terão com certeza essa possibilidade de cada vez mais crescer e podem contar com a Câmara, naturalmente.”

A análise caso a caso, sugere que as hipóteses 01, 02, 03, 04, 05 e 09 são confirmadas, uma vez que o Concelho tem eventos que são foco de atração a cidade e ao concelho, nomeadamente a EXPOFACIC, o FOLK Cantanhede e as Feiras Gastronómicas espalhadas pelo Concelho, sendo estes eventos, os eventos melhor estabelecidos na cidade. Relativamente às hipóteses relacionadas com a população, a evolução dos eventos acompanhou as necessidades de constante inovação. Isto resulta na satisfação da população com os eventos realizados, sendo que no caso específico da EXPOFACIC, a população consegue rever-se no evento. Algo que é valorizado nos eventos do Concelho são os *stakeholders* locais: é visível uma preocupação por parte dos promotores dos eventos na integração de empresas locais, associações e até mesmo pessoas individuais nos seus eventos, seja como apoiantes, patrocinadores ou meros voluntários.

5.2. Análise Cruzada

Neste segmento serão analisadas as respostas dos entrevistados relativamente à temática do portfólio de eventos.

A análise apresenta-se segundo as etapas de análise de um portfólio de eventos propostas por Ziakas & Costa (2011a), adaptadas para o presente estudo, segundo os seus objetivos e necessidades.

Como forma de contextualizar os entrevistados, antes de serem expostas quaisquer questões relativas a um portfólio de eventos, foi-lhes lida uma pequena explicação do que consiste um portfólio de eventos:

Um portfólio de eventos compõe um conjunto de eventos de vários tipos interligados entre si que ocorrem na mesma cidade. Permite criar coesão entre os eventos, facilitando a comunicação entre entidades organizadoras para que possam trabalhar em conjunto, para atingir objetivos comuns contribuindo para o sucesso dos eventos.

1. Inter-relação Entre os Eventos

Após a explicação sobre em que consiste um portfólio de eventos, a primeira pergunta apresentada aos entrevistados foi: *Na sua perspetiva, os organizadores dos eventos da cidade trabalham em conjunto na organização dos eventos?* As opiniões dos responsáveis pela organização dos eventos foram unânimes, na medida em que, na sua perspetiva não há comunicação entres os eventos do Concelho, estes não trabalham em conjuntos para atingirem objetivos comuns para o destino, como é visível nas citações apresentadas:

“Eu julgo que não. É a minha opinião pessoal, porque as pessoas não têm educação de base para perceber que nos eventos há algo que caracteriza o que deve ser um verdadeiro agente de desenvolvimento”
(Entrevistado 1).

“Não, não trabalham, claro que não trabalham, é que não trabalham e não só, como não trabalham como nem sequer muitos deles querem ouvir sequer falar disso (...) quando se fala em unir esforços ou unir eventos as pessoas querem as coisas separadas” **(Entrevistado 2)**

“Não. Não, acho que estou a perceber a sua ideia, acho que tem de haver uma partilha” (**Entrevistado 3**).

A causa apontada pelos entrevistados para esta negação em partilhar conhecimentos e experiências advém de um sentido de protagonismo, em que todos os promotores querem ter o melhor evento e por isso não têm abertura para contribuir conjuntamente para objetivos comuns de benefício não só para o destino, mas também para o evento.

“Não existe porque não há a tal cultura de proximidade, cada um é por si. Eu quero fazer melhor do que o outro, eu quero fazer o meu, estou-me altamente a “marimbar” para o outro” (**Entrevistado 1**).

“Isto tem um bocado a haver com o protagonismo essencialmente: as pessoas continuam a gostar de protagonismos e, nós temos que ter algum, também é bom perceber que as pessoas gostam de nós e que gostam do nosso trabalho, mas também não é preciso estarmos aqui a pormo-nos em cima, fazermos uma estátua para que as pessoas percebam isso, as pessoas percebem isso naturalmente, quem trabalha, quem não trabalha para a comunidade” (**Entrevistado 2**).

“nós como somos uma empresa municipal e temos a incumbência de organizarmos a EXPOFACIC e não estamos de facto muito preocupados com os outros eventos” (**Entrevistado 3**).

Já a Entrevistada 4 tem uma noção diferente. Na sua perspetiva, há comunicação e inter-relação entre os eventos no sentido em que todos os eventos passam pela Câmara Municipal e por isso há uma coordenação entre os eventos no sentido de não se sobreporem nas mesmas datas e nos mesmo locais. No entanto a comunicação não é realizada entre promotores dos eventos, mas sim por intermédio da Câmara Municipal, o que reflete o enunciado anteriormente de que de facto os eventos da cidade organizam-se de forma individual e independente. De acordo com a Entrevistada 4, “tudo isto é conjugado e potenciado e trocam-se impressões sobre aquilo que deve ser realmente feito do ponto de vista organizativo, com toda a liberdade que as pessoas têm de o fazer, claro.”

Apesar de não haver esta inter-relação entre os eventos realizados no Concelho, há a consciência de que a existência de uma inter-relação e complementaridade entre eventos seria uma mais valia para o Concelho, na medida em que de acordo com os Entrevistados 2 e 3, seria possível captar mais públicos. Nas suas palavras:

“nós por exemplo, tomando este exemplo de podermos juntar folclore com bandas filarmónicas e com coros, ou grupos corais, nós conseguiríamos captar públicos diferentes, por exemplo este público não gosta de folclore, mas gosta de coros, não gosta de coros mas gosta de bandas filarmónicas, nós se calhar conseguíamos no mesmo evento ter várias perspetivas de públicos” **(Entrevistado 2)**.

“O potencial é a motivação das pessoas para visitar os eventos. Os eventos precisam de gente e de facto essa ligação poderia ser uma mais valia, potenciando a adesão das pessoas aos eventos” **(Entrevistado 3)**.

2. Carácter do Portfólio de Eventos

Relativamente ao carácter do portfólio de eventos foram apresentadas as seguintes questões:

- 1. Um portfolio de eventos deve conter vários tipos de eventos ou apenas eventos do mesmo tipo?*
- 2. Acha que os eventos da cidade refletem a cultura e carácter da cidade?*
- 3. Dos eventos realizados na cidade, quais refletem e mais cativam as pessoas para as causas sociais?*

Referentemente à pergunta 1, as respostas foram unânimes. Todos os entrevistados concordam que um portfólio de eventos deve ser composto por vários eventos de várias tipologias.

“Não, do meu ponto de vista ele deve ser multifacetado” **(Entrevistado 1)**.

“Não, deve ter vários, independentemente da tipologia, se o objetivo é o aproveitamento das estruturas, a tipologia não interessa”
(Entrevistado 2).

“Vários tipos” **(Entrevistado 3).**

“Não, eu acho que pode ter vários. Quer dizer, há a divulgação de forma diferenciadora, se nós estamos a divulgar naquela altura concreta aquele evento, pois, pode haver uma divulgação só para aquele, mas eu continuo a achar que há conjugações que só beneficiam um conjunto de eventos, essa forma de portfólio conjunto”
(Entrevistada 4).

A pergunta 2, obteve também respostas coincidentes, uma vez que todos os entrevistados são da opinião de que os eventos realizados com Concelho refletem a cultura e o carácter da cidade, sendo que o Entrevistado 2 defende que “os eventos que neste momento se realizam na cidade refletem realmente o que a cidade é, mas também influenciam um bocadinho a cidade” e a Entrevistada 4, reflete que a força associativista do Concelho prima as características da comunidade do Concelho. O Entrevistado 1, para além de afirmar que alguns eventos refletem o carácter e a cultura da cidade, tem a preocupação de que o concelho precisa de “evoluir para outro tipo de eventos, mais eruditos, um evento mais focalizado nas chamadas minorias”.

Já a pergunta 3 desta etapa foi a que suscitou opiniões mais variadas entre os entrevistados. O Entrevistado 1 acredita que o apelo às causas sociais são uma questão de “moda”, nas suas palavras “Em relação a essa questão nós vivemos muito do drama, aliás nós, estamos a falar da população do Concelho, responde, e veja o que se passou nos incêndios e o que se passa no apoio a pessoas que tenham uma fatalidade, doenças degenerativas, ou coisa do género, portanto isso é uma moda, do meu ponto de vista, a resposta é que está na moda“. Já o Entrevistado 2 defende que há uma preocupação genuína com as causas sociais e que as associações do Concelho estão a utilizar os eventos para criarem consciência para essas mesmas causas, contudo é da opinião de que se as associações se juntassem para criar um evento comum para a mesma causa, o impacto e os benefícios seriam maiores. Na

perspetiva do Entrevistado 3, é a EXPOFACIC que cativa mais as pessoas para as causas sociais. Já a Entrevistada 4 acredita que o conceito social é muito abrangente e “que qualquer evento, [que] se envolve na vida da freguesia, está a ter uma componente fortemente social.”.

3. Rede de Relações Inter- organizacionais de Eventos

Referente a esta etapa, existiam três perguntas-chave a realizar aos entrevistados:

1. *Que organizações constituem a rede de organização de eventos?*
2. *Quais as organizações que desempenham um papel mais significativo nesta rede?*
3. *A comunicações entre as entidades é recorrente ou apenas ocorre aquando o evento?*

No entanto, com as respostas obtidas na etapa 1, excluiu-se a pergunta 3 da presente etapa, uma vez que ficou esclarecido desde início de que não há comunicação entre as entidades organizadores dos eventos e que a única relação entre elas é através da Câmara Municipal.

No que concerne às restantes questões apresentadas, é concludente que a Câmara Municipal e as Associações do Concelho são quem constituem a rede de eventos, uma vez que é delas que parte a organização dos diversificados eventos do Concelho. É também evidente, não só pelas respostas obtidas na pergunta 2 desta etapa, mas também ao longo das entrevistas, que a Câmara Municipal é quem desempenha o papel mais preponderante nesta rede. Isto é evidente não só no facto de ser promotora do maior evento da cidade, a EXPOFACIC, mas também porque apoia todos os eventos levados a cabo pelas variadas associações, gerindo-os em termos de datas e locais, colocando-se, portanto, como uma entidade central na organização dos eventos da cidade.

Segundo os entrevistados,

“A Câmara Municipal tem um papel preponderante que é obrigar as pessoas a comungarem e a centralizar a sua atividade de forma a que não se sobreponham uns aos outros” (**Entrevistado 1**).

“A Câmara Municipal faz o Ihe compete. Apoia as variadíssimas associações que criam cultura, porque digamos assim as câmaras municipais tem como seu objetivo criar, dar cultura às pessoas,, portanto se tem as associações que estão muito mais preparadas para o fazer, portanto eles no fundo em vez de estarem a criar cultura diretamente, apoiam quem está por dentro do assunto e cria essa cultura. Por isso é que a Câmara Municipal está por trás de todos os eventos culturais que se organizam na cidade e fora dela”
(Entrevistado 2)

“a Câmara Municipal é quem aglomera esta questão, todos os eventos que são realizados no Município de Cantanhede passam na Câmara Municipal” **(Entrevistado 3)**.

4. Capacitação da Comunidade

A última etapa relativa à criação de um portfólio de eventos na cidade sugere que a implementação desta abordagem deve ter origem na Câmara Municipal, uma vez que, como todos os eventos passam por esta entidade, ela tem acesso às informações sobre eventos, nomeadamente a sua tipologia, datas de realização, espaços a potenciar, temáticas, objetivos, capacidades e limitações. É na Câmara Municipal que se encontra a estrutura necessária para se criar um portfólio de eventos com as políticas necessárias para desenvolver cada evento na sua particularidade e em coletividade, estabelecendo objetivos comuns entre eventos que tenham em vista não só a projeção da imagem coerente do Concelho, mas também o seu bem estar e diversidade.

Quando confrontados com a pergunta *quais os maiores impasses que podem ocorrer*, três dos entrevistados apontaram que o maior impasse aquando construção de um portfólio de eventos seria conseguir captar a atenção dos promotores envolvidos nos eventos. Essa seria a maior dificuldade, uma vez que, após ultrapassada, os promotores teriam maior consciência dos benefícios que um portfólio de eventos comporta tanto para o Concelho como para os eventos em particular.

“É assim eu não quero dizer que se houvesse uma grande força para se fazer esse tal de portfólio com essa junção ou colar os eventos, aproveitando as estruturas de uma situação para a outra, se houvesse realmente esse trabalho, eu diria que as associações iriam acabar por aderir mas iriam haver algumas desistências iniciais, tenho a certeza disso também” (**Entrevistado 2**).

“Primeiro tem de se conseguir juntar toda a gente. Essa é a primeira grande dificuldade. Depois de se juntar toda a gente, acho que seria fácil, não estou a ver grandes dificuldades. Acho que a primeira dificuldade é conseguir dar esse passo de juntar toda a gente a uma mesa e definir uma estratégia para uma situação desta natureza, chegar a um consenso, acho que é a maior dificuldade, a partir daí só vejo benefícios” (**Entrevistado 3**).

“Essa conjugação, digamos dos promotores, acho que não, acho que as pessoas todas percebem que se divulgarem os seus eventos, mesmo em conjugação com os outros, todos estão a beneficiar” (**Entrevistada 4**).

O Entrevistado 1 abordou um outro impasse relativamente à construção de um portfólio de eventos: o facto de um evento que se realiza anualmente deixar de acontecer devido a desavenças entre os promotores, como o próprio afirma, “é mesmo muito difícil a Câmara Municipal ir para um portfólio de eventos quando sabe que 90% dos eventos dependem da vontade e da autoestima e da oportunidade. Quer isto dizer que basta só a um grande evento haver uma desavença para o evento ficar quieto e parado.” Também a questão financeira comportada pela construção de um portfólio de eventos foi referida, no entanto, segundo a Entrevistada 4 “nada de transcendente que não possamos ultrapassar”.

De ressaltar que já há uma preocupação por parte da Câmara Municipal em divulgar os seus eventos de forma conjunta, através da agenda Cantanhede Convida, que engloba todos os eventos a realizar no Concelho durante o ano. Esta aposta advém da intenção do Município em projetar o turismo em Cantanhede fazendo-o também através dos eventos, já que segundo a Entrevistada 4, “os eventos contribuem para essa mesma felicidade e, portanto, sejam eventos de alguém que vem de fora, ou sejam os eventos programados internamente, tem de ser algo que tem de ser visto não com uma simples noção de festa, mas como algo que está a contribuir para a força associativa do Concelho para a força económica e turística do

Concelho que está conjugado mas essencialmente para o bem estar e felicidade das pessoas”. O Entrevistado 2 também refere a potencialidade dos eventos na questão turística ao afirmar que “se nós conseguíssemos pegar nestes eventos, num grande leque de eventos, bons eventos, tínhamos o portfólio associarmos isto à capacidade turística que Cantanhede tem, estamos a falar de algo que teria um grande retorno para o concelho”.

A análise conjunta sugere que as hipóteses 06 e 07 não se verificam, na medida em que se averiguou não existir comunicação, inter-relação ou sinergias entre os eventos da cidade, uma vez que estes atuam de forma individual, separadamente de qualquer estrutura organizativa de eventos. Já a hipótese 08 é também sugerida a sua confirmação na medida em que os entrevistados acreditam que a interligação entre os eventos constitui uma mais valia para o destino, no sentido de captar visitantes à cidade. Os resultados sugerem que as hipóteses 11, 12, 13 e 14, por sua vez também se verificam, ou seja, é unânime entre os entrevistados que os eventos do Concelho refletem a cultura e o carácter do Município, assim como a Câmara Municipal aposta nos eventos do Concelho e desempenha neles um papel importante, o que consequentemente sugere a verificação da última hipótese de que a Câmara Municipal deve ser a entidade principal na implantação de um portfólio de eventos.

Capítulo 6 – Conclusões

6.1. Principais considerações

O principal objetivo da presente dissertação estabeleceu-se com entender as potencialidades da realização de eventos no Concelho de Cantanhede e proporcionar contributos práticos para uma potencial implementação de um portfólio de eventos para Cantanhede, no sentido de capitalizar sobre as potencialidades identificadas.

Para entender os benefícios que os eventos poderão ter para um destino, foi elaborado um enquadramento teórico que explicitasse quais as vantagens dos eventos para o destino, quais os seus impactos e consequentemente como os potenciar de forma sustentável. Assim, os eventos têm a capacidade de gerar receita para o destino, dinamizando a sua economia ao produzir emprego e movimentando a utilização de serviços não só aquando a realização dos eventos, mas também durante os momentos de preparação que antecedem o evento, sendo que estes têm a capacidade de dar dinamismo às cidades e melhorar as suas condições de vida (Richards & Palmer, 2010). No entanto, os eventos não resultam apenas em vantagens: um evento pode não corresponder às necessidades de uma população e por isso ganhar uma conotação negativa para o local; pode sobrecarregar as estruturas de uma cidade e por consequência agravar problemas estruturais já existentes; ou pode revelar-se extremamente prejudicial para a vida quotidiana da comunidade onde está inserido. Desta forma, o sucesso dos eventos depende de diversos fatores, sendo eles a capacidade dos gestores de conseguirem identificar, prever e gerir os impactos provenientes dos eventos e a capacidade de comunicação com os *stakeholders* (Bowdin et al., 2011), sendo que se torna evidente a necessidade de gerir e planear conscientemente os eventos de uma comunidade. É neste contexto que se enquadra a abordagem de um portfólio de eventos, tema central da presente dissertação.

Um portfólio de eventos pode ter vários significados, porém é transversal que esta abordagem se comporta como a conjugação de eventos de um destino que estão inter-relacionados através da partilha de recursos e objetivos comuns, sendo que todos os eventos trabalham juntos para a imagem coesa e dinamização do

destino. Por consequente, a gestão de um portfólio de eventos deve, não só, ter em vista a sua autossuficiência, mas também deve produzir benefícios intangíveis para a cultura e sociedade do destino (Andersson et al., 2017).

Cantanhede é portadora de variados eventos ao longo do ano, desde feiras gastronómicas a decorrer um pouco por todo o Concelho, a eventos artísticos como é o caso do Ciclo de Teatro Amador, a eventos desportivos, como o Open Internacional de Cantanhede e ainda grandes eventos culturais como é o caso da EXPOFACIC e do FOLK Cantanhede, pelo que se tornou pertinente analisar as potencialidades do Concelho na sua generalidade.

Os eventos anuais segundo os entrevistados desta investigação representam a comunidade residente, coincidindo com o defendido por Getz (2007) de que os eventos são uma forma de expressão cultural de uma comunidade que resulta da necessidade humana de se experienciar e se identificar coletivamente. O Concelho de Cantanhede tem, no entanto, outras variadas potencialidades turísticas, nomeadamente a sua gastronomia que é vastíssima e muito particular, como o caso do Leitão da Bairrada, o Bolo de Ançã e os Negalhos; a sua praia oceânica, portadora de Bandeira Azul há 28 anos consecutivos, e a sua praia fluvial de uma beleza particular; os seus parques e jardins espalhados pelo Concelho que proporcionam atividade de lazer; os seus espaços culturais, como os museus representativos das tradições e costumes da população desde os seus primórdios; a sua riqueza de património religioso, já que se pode encontrar no concelho 15 igrejas e oito capelas datadas entre o século XI e o século XVIII das mais variadas correntes arquitetónicas e ainda o seu património natural composto por zonas dunares, ribeiras, lagoas e fontes de uma beleza peculiar característica do Concelho.

O facto de Cantanhede se encontrar no centro geográfico de Coimbra, Aveiro e Figueira da Foz, dificulta a sua expansão turística, todavia os eventos estabelecem-se como uma vantagem competitiva do Concelho e por isso, como uma forma de potenciar as suas características diferenciadoras. Os eventos são cada vez mais encarados como indispensáveis para o crescimento do turismo, sendo muitas vezes usados como geradores de visitas adicionais ou até mesmo criados com o propósito de ser atração principal (Dimanche, 2008). Contudo como Cantanhede já tem uma estrutura de eventos bem constituída, é mais vantajoso avaliar a possibilidade de criar

um portfólio de eventos para o Concelho, do que criar novos eventos. O objetivo passa por potencializar as tradições, os eventos a cultura que já existe no Concelho, mais do que criar novos pontos de atração e de reconhecimento. A expansão turística de Cantanhede deve passar por potencializar os eventos que já existem numa estrutura integrada. Para isso realizaram-se entrevistas aos responsáveis pelos maiores eventos da cidade: a EXPOFACIC e o FOLK Cantanhede e à responsável pelo Município cujo intuito foi conhecer a estrutura da cidade, as suas potencialidades, entender como os eventos se organizam, quais as suas características diferenciadoras, perceber se é viável a implantação de um portfólio de eventos para o Concelho e como é que essa implantação se deve processar.

O FOLK Cantanhede é um evento bastante particular no Concelho, quer pela sua missão, quer pela sua estrutura organizativa. O evento convida ao Concelho grupos culturais das mais variadas regiões do Mundo, de todos os continentes, dando o exemplo particular da Nova Zelândia, da Tailândia e de África. Sendo um Festival CIOFF, a sua organização está “assente em valores primordiais da vida, como é a "Paz" e a "Alegria" entre os povos, num ambiente fraterno que não distingue raças, ideologias e religiões” (FOLK Cantanhede, 2017). Durante os dias do evento, ocorrem atuações por todas as freguesias do Concelho de Cantanhede, em Montemor-o-Velho e em Coimbra, numa perspetiva de descentralização do evento, ou seja, a organização do FOLK Cantanhede prima por fazer chegar a cultura diferenciadora dos seus convidados ao maior número de públicos possível, ao levar o evento às freguesias. Neste sentido não são as pessoas que vão ao FOLK Cantanhede, mas o FOLK Cantanhede que vai às pessoas. Esta característica é extremamente benéfica uma vez que dinamiza todo o Concelho e não apenas um local. Em alguns casos as juntas de freguesia em “que a maior parte delas tinham as suas semanas culturais, ou o seu evento de folclore, que potenciavam as suas associações, estão a utilizar essa época em que têm cá essa oferta de espetáculos diferenciadores, juntando com outras iniciativas que a própria freguesia tinha” (Entrevistada 4). Nota-se que há uma grande preocupação do evento em englobar a comunidade naquilo que é a essência do evento. O FOLK Cantanhede é organizado pelos membros da direção do Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede à qual se juntam pessoas convidadas, da comunidade, externas ao Grupo que permitem à organização ter várias visões sobre

as necessidades da comunidade, sobre a evolução do evento e sobre como este se pode desenvolver de forma integrada e sustentável. O evento é realizado para a comunidade e exemplo flagrante é o Espaço FOLK do evento que promove o contacto da população com as culturas distintas dos convidados e ainda a cada vez mais procura da comunidade em ser voluntária neste evento, uma vez que se assistiu a um aumento gradual das inscrições ao longo das edições. É possível afirmar que o FOLK Cantanhede é um evento bem constituído na comunidade Cantanhedense, sendo um evento candidato à inclusão num portfólio de eventos.

De salientar que a organização deste evento tem uma preocupação evidente de que os eventos do Concelho devem trabalhar em conjunto para benefício da comunidade e do destino, nomeadamente na partilha de recursos para evitar sobrecarregar os espaços e as pessoas.

A EXPOFACIC por outro lado é o maior evento do Concelho de Cantanhede. É um evento enraizado na comunidade há 28 anos e por isso já é considerado a festa mais característica do Concelho. Localizada no Parque Expo-desportivo de S. Mateus central na cidade de Cantanhede, a EXPOFACIC é essencialmente caracterizada pela diversidade de atividades do certame: é uma Feira Industrial e Agrícola, com cerca de 500 expositores que divulgam os seus produtos e os seus serviços; é um Festival com vários palcos e em diferentes locais do certame com espetáculos de música de grandes nomes nacionais e internacionais, com espetáculos de dança, com espetáculos de folclore e é uma Feira Gastronómica uma vez que estão representados no certame os variados pratos típicos do Concelho. A EXPOFACIC espelha a comunidade no evento, uma vez que todas as associações do Concelho estão representadas no certame, seja através de atuações musicais e culturais, seja através das tasquinhas, ou através dos stands de exposições. Todas as associações desde da saúde, da educação, da assistência social, à cultura têm lugar no certame. Esta inclusão da comunidade no evento é benéfica não só para o evento, uma vez que as associações de uma localidade vão atrair os habitantes dessa localidade e consecutivamente aumentar o número de visitantes ao certame, mas também é benéfica para as associações que têm oportunidade de divulgar o trabalho que desenvolvem ao longo do ano, criando assim na comunidade um sentimento de identificação da sua cultura, da sua essência naquele evento. Neste sentido, o

objetivo principal da EXPOFACIC é “aproveitar o evento para divulgar a economia do concelho projetando também os seus empresários e fundamentalmente projetar toda a sua valência do ponto de vista associativo e comunitário” (Entrevistado 1). Enquanto o FOLK Cantanhede é organizado por uma associação local, a EXPOFACIC é organizada totalmente pelo Município. Na sua organização estão envolvidos funcionários da Câmara Municipal e da Empresa Municipal INOVA, que às suas tarefas anuais acumulam a EXPOFACIC, sendo que não há uma comissão profissionalizada e apenas dedicada à organização do evento.

Devido à sua dimensão, a EXPOFACIC é grande dinamizadora da economia do Concelho, uma vez que atrai à cidade cerca de 400 mil visitantes por ano, visitantes esses que muitas vezes não só consomem no evento, mas também nos serviços da cidade, como cafés, restaurantes ou supermercados. É inegável de que a EXPOFACIC é bastante impactante na vida da comunidade. Também a nível de divulgação há uma grande preocupação por parte da organização em divulgar o evento e a cidade. A divulgação é realizada de forma intensiva nas redes sociais, na televisão e na rádio, o que permite um maior alcance aos variados públicos alvo. Pela sua dimensão e estabilidade, este é também um evento a inserir num portfólio de eventos, uma vez que é portador de modelos de gestão, experiências e noções bem estabelecidas que poderão beneficiar o desenvolvimento de outros eventos.

6.2. Contributos práticos

Neste contexto, de acordo com os resultados da presente investigação, como é que se deverá proceder à implantação de um portfólio de eventos no Concelho de Cantanhede?

Tendo em conta a análise dos dados recolhidos, os eventos do Concelho não se encontram interligados. Há uma cultura do “cada um por si”, em que cada evento trabalha apenas para si mesmo, para os seus objetivos, para a sua concretização sem haver abertura a uma partilha de tarefas nem de objetivos comuns para o Concelho. Na perspetiva dos entrevistados, a maioria das organizações responsáveis pelos eventos ainda não têm em vista os benefícios que a comunicação entre eles pode ter para os eventos em particular, mas acima de tudo para o destino, quer através da partilha de infraestruturas, quer através de divulgação integrada, ou através da

criação de uma imagem coesa e apelativa do destino. A primeira etapa para a implementação de um portfólio de eventos terá de ser reunir os principais organizadores de eventos, desde as juntas de freguesias, às associações e entender qual as potencialidades de cada evento, como se podem complementar entre si e estabelecer objetivos comuns que promovam o destino, não obstante de cada organização ser independente na organização do seu evento.

O segundo passo deve ser encontrar uma entidade que leve a cabo a implantação do portfólio de eventos. Relativamente à informação obtida nas entrevistas realizadas, seria a Câmara Municipal a entidade melhor qualificada para desempenhar este papel, uma vez que todos os eventos do Concelho passam pela Câmara Municipal que providencia o seu apoio. Desta forma, é aqui que se concentram todas as informações sobre os eventos, é a entidade central da estrutura organizativa de eventos e, por isso, tem a capacidade e legitimação de juntar as associações e entidades envolvidas neste processo. Assim, sugere-se que a proposta de um portfólio de evento tenha origem na estrutura da Câmara Municipal. Sendo que existe já uma perspetiva de portfólio na questão de divulgação de eventos, através da agenda Cantanhede Convida que publicita todos os eventos anuais a realizar no Concelho, a criação de um portfólio de eventos com políticas comuns e estratégias integradas entre eventos, seria o passo lógico a seguir.

Mas, o que deve compor um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede?

Um portfólio de eventos para Cantanhede deve ter na sua constituição eventos de todas as tipologias realizados no Concelho. Propõe-se, numa fase inicial, que os eventos incluídos sejam o FOLK Cantanhede e a EXPOFACIC, como já explicado anteriormente, e as Feiras Gastronómicas. Propõe-se estes eventos uma vez que são eventos já estabelecidos na comunidade e cada um deles tem características diferenciadoras e modelos de gestão consistentes.

No que se refere às políticas comuns, propõe-se que sejam tidas em conta as questões ambientais e estruturais da cidade, nomeadamente de proteção do ambiente e do património. Neste caso sugere-se que a divulgação dos eventos seja realizada maioritariamente por meio digital, através de uma página online direcionada para os eventos, por *newsletters* enviadas por e-mail aos munícipes

inscritos no Concelho, diminuindo, portanto, o uso do papel na produção dos cartazes e evitando que estes sejam afixados em locais de proteção como árvores e edifícios. De salientar que a divulgação nos meios de comunicação social são uma mais valia para a atração de visitantes, pelo que se propõe que parte da atenção disponibilizada num portfólio de eventos seja direcionada para esta questão.

No concernente das estratégias estruturais, é proposto que haja uma partilha de materiais e infraestruturas de apoio aos eventos, ou seja, os eventos inseridos no portfólio devem partilhar os seus materiais, numa perspetiva de diminuição de gastos. Os eventos devem ter à sua disposição materiais base, como estruturas de palco, cadeiras, bancadas, stands, entre outros que são transversais a todos os eventos. Deste modo são evitados custos duplicados. Sempre que possível os eventos semelhantes deveriam ser aproximados para que se pudesse aproveitar as estruturas já montadas.

Ainda sobre a estratégias estruturais, é proposto que quando possível se dê primazia a eventos com maior dimensão ao invés de pequenos eventos fracionados, isto significa sempre que possível, eventos com temáticas semelhantes se agreguem, mantendo a sua individualidade. Isto permite criar uma imagem coesa dos eventos da cidade, sendo que um evento maior com várias atividades, divididas por alguns dias é mais benéfico do que um evento pontual, uma vez que dá mais oportunidades às pessoas de verem os espetáculos e de segmentarem os espetáculos que mais lhe interessam. Esta perspetiva pretende captar vários tipos de público ao mesmo evento e aumentar a estada média no Concelho, uma vez que os visitantes podem querer participar em atividades realizadas em dias diferentes e poderão optar por pernoitar no Concelho.

Por fim, existe a consciência de que os eventos em Cantanhede ainda têm de se desenvolver, pelo que a proposta de um portfólio de eventos poderá ser uma forma de incentivar a esse desenvolvimento de fazer mais e melhor. Nas palavras do Entrevistado 1, a Câmara Municipal “tem que apoiar, tem que dialogar com as pessoas, tem que as formar e depois começar a expurgar o que está menos bem. Nós não estamos ainda na fase, que fique claro do meu ponto de vista, de expurgação, estamos ainda na fase de potenciar que façam”, sendo que um portfólio de eventos pode ser entendido como uma maneira de formar os organizadores de eventos da

cidade, como uma forma de os consciencializar que a união de esforços aquando a realização dos eventos é mais benéfica do que pejorativa, tanto para quem organiza os eventos, como para o destino e para a comunidade.

Concludentemente o objetivo proposto para a presente investigação – entender as potencialidades de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede e contribuir para conseguir delas os melhores resultados - foi atingido, uma vez que ao nível das oportunidades, a existência da abordagem de um portfólio de eventos no Concelho poderá permitir que os eventos de menor dimensão possam crescer sob a alçada e tutela dos eventos de maior escala; poderá permitir a diminuição de custos de montagens, mão-de-obra e materiais, uma vez que os eventos partilhariam os mesmos recursos, sempre que possível em simultâneo, como forma de prevenir a sobrecarga do destino; poderá permitir a melhoria da coesão da imagem do destino, já que é proposto que os eventos trabalhem em conjunto para dar resposta a necessidades da comunidade, consequentemente melhorando a qualidade do lazer e entretenimento do destino e, como há abertura de alguns eventos em partilhar experiências, conhecimentos e de estarem inseridos numa abordagem de portfólio de eventos, pode tornar-se o catalisador necessário para a viabilidade da implantação desta abordagem no Concelho. No entanto, a implantação de um portfólio de eventos pode conter riscos que impeçam o seu funcionamento pleno, nomeadamente a resistência por parte das associações, que organizam os eventos, em partilhar esforços, ideias e recursos; a falta de profissionais em organização e gestão de eventos poderá dificultar que o destino absorva as vantagens e os benefícios potenciados por um portfólio de eventos; os custos financeiros inerentes a uma abordagem desta natureza podem não conseguir ser suportados pelas associações e entidades ligadas à organização de eventos do Concelho; e a diversidade e quantidade de eventos e de tipologias que existem em Cantanhede pode dificultar a coesão de um portfólio de eventos, pelo que é essencial fazer uma seleção consciente dos eventos a serem inseridos num portfólio para evitar a sua sobrecarga estrutural.

Em conclusão, é evidente que o Concelho de Cantanhede tem eventos bem estabelecidos que atraem visitantes ao Concelho, especialmente à cidade. São eventos em que a comunidade participa ativamente e se revê neles. São eventos que

contam com o apoio do governo local e que refletem o carácter de Cantanhede, aumentando o significado cultural do destino, potenciando e divulgando as tradições da comunidade, assim como a sua evolução ao longo dos tempos. Desta forma, a criação de um portfólio de eventos para o Concelho de Cantanhede apresenta-se como uma abordagem pertinente e possível de ser concretizada, tendo em conta as informações obtidas na presente investigação.

6.3. Limitações e Sugestões para Investigações Futuras

Ao longo da elaboração da presente investigação surgiram limitações que encaminharam o estudo por caminhos alternativos.

A principal limitação encontrada está diretamente relacionada com o tempo disponível para a realização da investigação. Devido ao curto espaço de tempo em que a dissertação foi elaborada, não foi possível analisar todos os eventos possíveis de ser incluídos num portfólio de eventos. Por consequência foram escolhidos quatro eventos para análise: EXPOFACIC, FOLK Cantanhede, Open Internacional de Cantanhede e Cantanhede Ladies Open.

O primeiro constrangimento defrontado refere-se com o facto de não ter sido possível analisar dois dos eventos nomeados, uma vez que as entidades responsáveis pela organização desses eventos não demonstraram interesse em participar no estudo. Por este motivo a amostra em análise ficou limitada a dois casos de estudo: EXPOFACIC e FOLK Cantanhede. Neste sentido foi necessário procurar novas fontes de informação, pelo que se optou por entrevistar membros do governo local. Esta escolha levou a um segundo constrangimento, o facto de não ter sido possível realizar a entrevista com um dos altos cargos da Câmara Municipal por falta de disponibilidade do mesmo. Assim, solucionou-se que a amostra se estabeleceria nos representantes de cada evento: dois da EXPOFACIC - um de cada entidade responsável pela sua organização -, um do FOLK Cantanhede e no alto cargo da Câmara Municipal.

O terceiro constrangimento que surgiu ao longo da investigação relacionou-se com o facto de alguns dos entrevistados não se sentirem confortáveis com o tema em estudo, tendo sido durante a entrevista a primeira vez em que tiveram contacto

com o conceito de portfólio de eventos, na sua abordagem de planeamento estruturado dos eventos, o que levou a um constante desvio do tema na sua génese.

Finalmente, uma importante limitação, para a investigação, encontrada relaciona-se com a implementação prática de um portfólio de eventos no Concelho de Cantanhede, uma vez que apenas foram entrevistados membros de topo da hierarquia das entidades responsáveis pela organização de eventos. Estes membros têm como encargos tomar as decisões mais benéficas para os eventos, no entanto não foi analisada a perspetiva de quem, efetivamente, operacionaliza os eventos e que poderiam partilhar experiências que permitissem uma melhor consciência sobre a potencialidade da abordagem de portfólio de eventos para o Concelho.

Apesar das limitações encontradas, a investigação foi realizada com sucesso, todavia, em investigações futuras será pertinente: analisar vários eventos do Concelho, nomeadamente as feiras gastronómicas que têm um papel de destaque na cultura de eventos do Concelho, assim como os eventos desportivos que estão, ainda, muito fechados em si mesmos, quer ao nível de atração de visitantes, quer ao nível da divulgação. Será benéfico analisar a perspetiva dos residentes relativamente aos eventos para que se possam detetar lacunas, necessidades e desejos que a comunidade possa ter e conseqüentemente criar medidas no portfólio de eventos que correspondam às perceções da comunidade e entender quais as limitações e potencialidades das associações na organização dos eventos, para que se possa propor medidas políticas e estratégias que permitam às associações e entidades envolvidas no portfólio de eventos, retirarem de forma plena os benefícios sustentados por esta abordagem.

Em conclusão da presente dissertação, os eventos são uma forma de potenciar o turismo nas suas mais variadas vertentes. Permitem captar o turista ao destino, que terá maior tendência a utilizar os serviços, infraestruturas e realizar atividades complementares, dinamizando a economia do destino e potenciando a sua cultura. Nesta perspetiva, Cantanhede é um Concelho rico em eventos e tem um potencial turístico considerável, contudo esta é uma vertente pouco explorada, embora já exista intenção do atual governo de potenciar o turismo no Concelho através de uma forte divulgação e parcerias intermunicipais. Desta forma, um portfólio de eventos

pode ser entendido como um meio para potenciar o turismo no Concelho, uma vez que os eventos ao estarem interligados entre si, detêm mais atividades para o visitante realizar, o que poderá incentivar o turista a pernoitar no destino, aumentando o seu tempo de visita no Concelho e, naturalmente a receita local. Tendo por base a presente dissertação e elaboração de investigações futuras com maior profundidade, a abordagem de um portfólio de eventos poderá ser implantada com sucesso no Concelho de Cantanhede.

Referências Bibliográficas

- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2002). *Festival and special event management* (2º). Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Andersson, T. D., Armbrecht, J., & Lundberg, E. (2012). Estimating Use and Non-use Values of a Music Festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(3), 215–231. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.725276>
- Andersson, T. D., & Getz, D. (2008). Stakeholder Management Strategies of Festivals. *Journal of Convention & Event Tourism*, 9(3), 199–220. <https://doi.org/10.1080/15470140802323801>
- Andersson, T. D., Getz, D., Gration, D., & Raciti, M. M. (2017). Event portfolios: asset value, risk and returns. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(3), 226–243. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2017-0008>
Permanent
- Associação de Moradores da Praia da Tocha. (2017). Praia da Tocha. Retrieved August 27, 2018, from <http://www.associacaomoradorespraia.tocha.pt/facilities.html>
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Events Management* (3º). Reino Unido: Elsevier Ltd.
- Britto, J., & Fontes, N. (2002). *Estratégia para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph.
- Câmara Municipal de Cantanhede. (n.d.). Turismo em Cantanhede: Município de Cantanhede. Retrieved August 21, 2018, from <https://www.cm-cantanhede.pt/mcsite/Content/?MID=2&ID=134&MIID=267&AID=14>
- Câmara Municipal de Cantanhede. (2013). Roteiro de Cantanhede.
- CantanhedeGo. (2016). O Que Visitar - Descubre Cantanhede - Cantanhede Go. Retrieved August 24, 2018, from <http://www.cantanhedego.pt/conteudos/webapp/descobre/?idc=9&title=descobre-cantanhede&idioma=en>
- Chalip, L. (2004). Beyond Impact: A general model for sport event leverage. In B. W. Ritchie & D. Adair (Eds.), *Sport Tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pp. 226–252). Clevedon: Channel View.
- Chalip, L. (2005). Marketing, media, and place promotion. In J. Higham (Ed.), *Sport Tourism: destinations: Issues, opportunities and analysis* (pp. 162–176). Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport and Tourism*, 11(2), 109–127. <https://doi.org/10.1080/14775080601155126>
- Chalip, L. (2017). *Event Bidding, Legacy, and Leverage* (Vol. 23). London: SAGE Publications Ltd.

- Chalip, L., & Costa, C. A. (2005). Sport event tourism and the destination brand: Towards a general theory. *Sport in Society*, 8(2), 218–237. <https://doi.org/10.1080/17430430500108579>
- CIOFF - International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts. (n.d.). CIOFF - International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts - About CIOFF®. Retrieved September 4, 2018, from <http://www.cioff.org/about-intro.cfm#Overview>
- De Liu, Y. (2015). Event-led strategy for cultural tourism development. *Disp*, 51(2), 28–40. <https://doi.org/10.1080/02513625.2015.1064645>
- Derrett, R. (2007). Festivals, events and the destination. In I. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, S. Drummond, & U. McMahon-Beattie (Eds.), *Festivals and events management: an international arts and culture perspective* (pp. 32–49). Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Dimanche, F. (2008). From attractions to experimental marketing: the contribute of event to “new” tourism. In C. Kronenberg, S. Mueller, M. Peters, M. Pikkemaat, & K. Weiermair (Eds.), *Change management in tourism* (pp. 173–184). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Direção Geral do Património Cultural. (2018). DGPC | Museus e Monumentos | Rede Portuguesa de Museus | Museu da Pedra. Retrieved August 28, 2018, from <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/museu-da-pedra/>
- European People Festival. (n.d.). About EPF | European People Festival. Retrieved September 5, 2018, from <https://europeanpeoplefestival.wordpress.com/about/>
- EXPOFACIC. (n.d.-a). Expofacic | Planta do Recinto. Retrieved September 8, 2018, from <https://www.expofacic.pt/pt-pt/expofacic/planta-do-recinto/>
- EXPOFACIC. (n.d.-b). Expofacic | Setores. Retrieved September 8, 2018, from <https://www.expofacic.pt/pt-pt/expofacic/setores/>
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(2013), 385–392.
- FOLK Cantanhede. (2017). folkcantanhede | CIOFF Festival. Retrieved August 29, 2018, from <https://gfcantanhede.wixsite.com/folkcantanhede/atividades>
- Fortin, M.-F. (1999). *O processo de investigação: Da concepção à realização*. Lusociência - Edições Técnicas e Científicas, Lda. <https://doi.org/10.1017/S1049096506060264>
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events and tourism*. Nova Iorque: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism* (2º). Nova Iorque: Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (2007). *Event Studies* (1º). Reino Unido: Elsevier Ltd.

- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2013). *Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Getz, D., Andersson, T., & Larson, M. (2007). Festival stakeholders roles: concepts and case studies. *Event Management*, 10((2/3)), 103–122.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Getz, D., Svensson, B., Peterssen, R., & Gunnervall, A. (2012). Hallmark Events: Definiton, Goals and Planning Process. *International Journal of Event Management Research*, 7(1), 47–65.
- Go, F., Govers, R., & Vliegthart, A. M. (2002). Planning and development issues for the convention industry. In K. Weber & K.-S. Chon (Eds.), *Convention Tourism: International research and industry perspectives*. Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Goldblatt, J. (2000). A future for event management: The analysis of major trends impacting the emerging profession. In *Events beyond 2000: Setting the agenda*. Sydney.
- Goldblatt, J. (2011). *Special events: a new generation and the next frontier*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Gration, D., Raciti, M., Getz, D., & Andersson, T. D. (2016). Resident valuation of planned events: An event portfolio pilot study. *Event Management*, 20(4), 607–622. <https://doi.org/10.3727/152599516X14745497664596>
- Green, B. C., & Chalip, L. (1998). Sport tourism as the celebration of subculture. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 275–291. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00073-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00073-X)
- Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede. (2017). *cancioneiro | Historial*. Retrieved September 4, 2018, from <https://gfccantanhede.wixsite.com/cancioneiro/historia>
- Grupo Folclórico Cancioneiro de Cantanhede. (2018). *Apresentação FOLK 2018*. Retrieved from <https://gfccantanhede.wixsite.com/folkcantanhede/copia-grupos-participantes-1>
- Gupta, S. (2003). Event marketing: issues and challenges. *Management Update*, 87–96. Retrieved from <https://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1357239416.384311339084.pdf>
- Hall, C. M. (1997). *Hallmark turist events: impacts, management and planning*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Harrison-Hill, T., & Chalip, L. (2005). Marketing sport tourism: Creating synergy between sport and destination. *Sport in Society*, 8(2), 302–320. <https://doi.org/10.1080/17430430500102150>

- Instituto Nacional de Estatística. (2012). *Censos 2011 Resultados Definitivos - Região Centro*. (Instituto Nacional de Estatística, Ed.) (Vol. 60). Lisboa. <https://doi.org/10.13541/j.cnki.chinade.2011.07.013>
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Ali, S. (2003). Building Events into Destination Branding: Insights from Experts. *Event Management*, 8(1), 3–14.
- Jornal Aurinegra. (2016). Praia da Tocha com Bandeira Azul e Qualidade de Ouro reconhecida – AuriNegra. Retrieved August 27, 2018, from <http://aurinegra.pt/prai-da-tocha-com-bandeira-azul-e-qualidade-de-ouro-reconhecida/>
- Kelly, D. M., & Fairley, S. (2018). The utility of relationships in the creation and maintenance of an event portfolio. *Marketing Intelligence and Planning*, 36(2), 260–275. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2017-0270>
- Litvin, S. W. (2013). Festivals and special events: making the investment. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 184–187. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2013-0025>
- Marujo, N. (2014). Turismo e Eventos Culturais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas. *Investigaciones Turísticas*, 7(2014), 71–86.
- Marujo, N. (2015). O CONTRIBUTO DO TURISMO DE EVENTOS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE UMA REGIÃO. *DELOS - Desarrollo Local Sostenible*, 8(23), 1–12.
- Morales, M. J., & Vela, J. de S. E. (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. *Zer*, 14(26), 277–297.
- Mossberg, L. (2000). Events evaluations. In L. Mossberg (Ed.), *Evaluation of events: Scandinavian experiences*. Nova Iorque: Cognizant Communication Corp.
- Mykletun, R. J. (2009). Celebration of extreme playfulness: Ekstremsportveko at voss. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2–3), 146–176. <https://doi.org/10.1080/15022250903119512>
- O’Toole, W. (2011). *Events Feasibility and Development: From Strategy to Operations*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- OMT. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Retrieved from <http://online.fliphtml5.com/getq/dsof/#p=14>
- On Centro. (2018). ON CENTRO - Os Palheiros da Praia da Tocha. Retrieved August 27, 2018, from <https://on-centro.pt/index.php/pt/patrimonio/item/188-os-palheiros-da-prai-da-tocha>
- Picard, D., & Robinson, M. (2006). Remarking worlds: Festivals, tourism and change. In D. Picard & M. Robinson (Eds.), *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds* (pp. 1–31). Clevedon: Channel View.
- Praia Fluvial. (2018). Praia Fluvial dos Olhos da Fervença - Cadima - Pequenos Paraísos. Retrieved August 27, 2018, from <http://www.praiafluvial.pt/prai-fluvial-dos->

olhos-da-fervenca/

- Quinn, B. (2006). Problematizing “festival tourism”: arts festival and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288–306.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva (Vol. 4). Lisboa: Gradiva - Publicações, Lda.
- Reverté, F. G. (2010). La celebración de eventos en Cataluña y su uso turístico. *Anales de Geografía*, 30(2), 107–113.
- Richards, G. (2015). Events in the network society: The role of pulsar and iterative events. *Event Management*, 19(4), 553–566. <https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512849>
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities: cultural management and urban revitalization*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Tourism Management*, 23(1), 2–11.
- Rota da Bairrada. (2016a). Natureza - Rota da Bairrada. Retrieved August 25, 2018, from http://www.rotadabairrada.pt/irt/natureza_pt_5#&&concelho=602&PageIndex=1
- Rota da Bairrada. (2016b). Património e Cultura - Rota da Bairrada. Retrieved August 26, 2018, from http://www.rotadabairrada.pt/irt/patrimonio-e-cultura_pt_6#&&concelho=602&PageIndex=1
- Rota da Bairrada. (2016c). Praias - Rota da Bairrada. Retrieved August 26, 2018, from http://www.rotadabairrada.pt/irt/praias_pt_9#&&concelho=602&PageIndex=1
- Rota da Bairrada. (2018). Arte Xávega da Praia da Tocha - Rota da Bairrada. Retrieved August 30, 2018, from http://www.rotadabairrada.pt/irt/show/arte-xavega-da-praia-da-tocha_pt_259
- Spiller, J. (2002). History of convention tourism. In K. Weber & K. S. Chon (Eds.), *Convention tourism: International research and industry perspectives*. Oxford: The Harworth Hospitality Press.
- Stokes, R. (2008). Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain. *Tourism Management*, 29(2), 252–262. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.014>
- Veal, A. J. (2017). *Research Methods for Leisure and Tourism* (5th ed.). Pearson UK. <https://doi.org/9781292217864>
- Watt, D. (2007). *Gestão de eventos em lazer e turismo*. Porto Alegre: Bookman.
- Yolal, M., Çetinal, F., & Uysal, M. (2009). An Examinaton of Festival Motivation and Percieved Benefits Relationship: Eskisehir International Festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, (10), 276–291.
- Ziakas, V. (2010). Understanding an event portfolio: The uncovering of

interrelationships, synergies, and leveraging opportunities. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(2), 144–164.
<https://doi.org/10.1080/19407963.2010.482274>

Ziakas, V. (2013). *Event Portfolio Planning and Management: A Hollistic Approach*. London: Routledge.

Ziakas, V. (2014). Planning and leveraging event Portfolios: towards a holistic theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(3), 327–356.

Ziakas, V., & Costa, C. A. (2011a). Event portfolio and multi-purpose development: Establishing the conceptual grounds. *Sport Management Review*, 14(4), 409–423.
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2010.09.003>

Ziakas, V., & Costa, C. A. (2011b). The use of an event portfolio in regional community and tourism development: Creating synergy between sport and cultural events. *Journal of Sport and Tourism*, 16(2), 149–175.
<https://doi.org/10.1080/14775085.2011.568091>

Anexos

ANEXO 1: Parecer da Associação CIOFF Portugal



Proposta da Comissão Técnica – FOLKCANTANHEDE – SEMANA INTERNACIONAL DE FOLCLORE

No âmbito da candidatura ao reconhecimento do FOLKCANTANHEDE – SEMANA INTERNACIONAL DE FOLCLORE, como Festival Internacional CIOFF, a Comissão Técnica informa o CIOFF Portugal que:

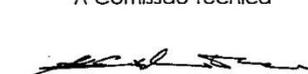
1. **O Festival foi visionado nos anos de 2006 e 2007 e reúne condições para ser considerado Festival CIOFF, respeitando todas as regras estabelecidas como essenciais pelo CIOFF Internacional.**
2. **Mais se informa que conforme o Regulamento Interno do CIOFF (artigo 7º, ponto 7.2) o reconhecimento só será efectivo após a aprovação da Comissão de Festivais e da confirmação do Presidente do CIOFF:**

Artigo 7º

7.2 "Um festival internacional de folclore pode solicitar o reconhecimento como um festival CIOFF Internacional. A Secção Nacional deve endossar o pedido. Para isso, deverá verificar a exactidão da informação prestada pelo festival e deverá confirmar que o festival cumpre com os requisitos de um Festival Internacional CIOFF. A Secção Nacional enviará o pedido à comissão Legal e a sua aprovação requer a aceitação da Comissão Legal e da Comissão de Festivais. O Presidente do CIOFF assinará a Confirmação. Depois de ter o certificado o festival tem o direito de usar o símbolo do CIOFF. Ao fim de dez anos de ter sido reconhecido como festival internacional CIOFF, a certificação deverá ser renovada seguindo os mesmos procedimentos anteriormente mencionados."

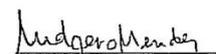
Luso, 17 de Novembro de 2007.

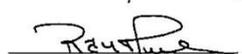
A Comissão Técnica


Alberto Rego


Domingos Florim


Fernando Ferreira


Ludgero Mendes


Raul Mendes

FOLKCANTANHEDE

Semana Internacional de Folclore 2007

O FolkCantanhede - Semana Internacional de Folclore 2007 - Festival com um modelo que permite levar às populações das Freguesias Mostras Culturais e Vivências Tradicionais dos Países participantes.

A envolvimento das Juntas de Freguesia, Associações locais e Forças vivas destas localidades, constituem uma mais valia e possibilitam que a Festa se aproxime das populações e simultaneamente, também lhes possa ser transmitida a mensagem e o contributo importantíssimo dos Festivais de Folclore como promotores no desenvolvimento da Cultura da Paz entre Povos e Nações.

Apesar de algumas pequenas falhas, estas não podem macular o espírito empreendedor desta organização, que com muito dinamismo, trabalho, dedicação e uma grande humildade, merecem os nossos Parabéns. Pelo dinamismo e espírito de equipa, esta organização catapultou o FolkCantanhede para um plano de realce no panorama dos Grandes Festivais promovidos em Portugal, com um nível de qualidade organizativa que se aproxima muito da excelência.

É o reflexo do trabalho, do bom desempenho organizativo da Comissão Executiva, que preparou com eficácia todos os seus colaboradores.

Por tudo que fica dito, e muito mais se poderia referenciar, atribuí a pontuação máxima ao FolkCantanhede e proponho que este Festival seja admitido como Festival CIOF.

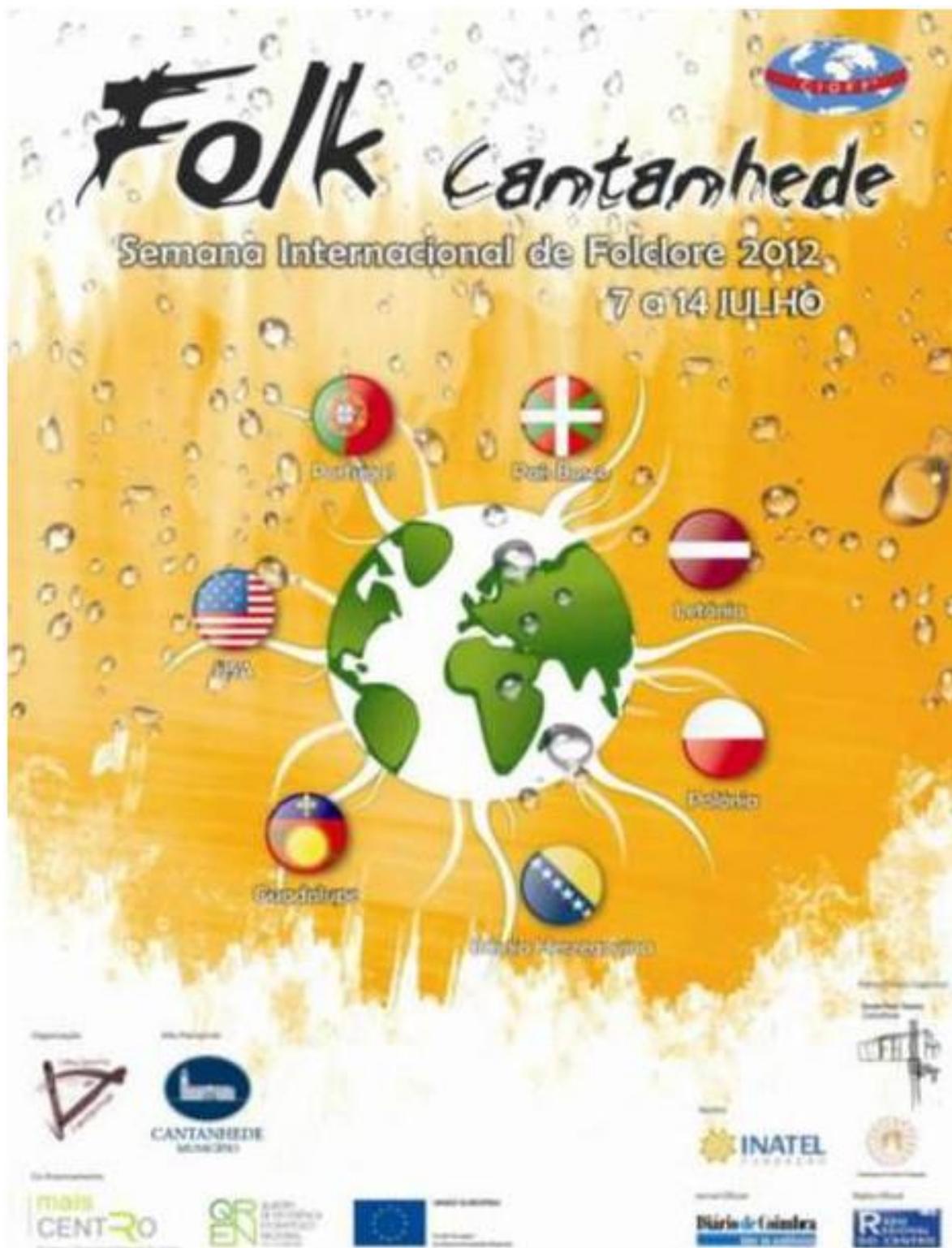
Argoncilhe, 16 de Julho de 2007


Fernando Ferreira

ANEXO 2: Certificado CIOFF – FOLK Cantanhede



ANEXO 3: Cartazes de 2012 a 2018 do FOLK Cantanhede



Folk Cantanhede

Semana Internacional de Folclore 2013

6 a 13 JULHO

Portugal, Finlândia, Sérvia, Bielorrússia, Quênia, Turquia

Organização: **CANTANHEDE MUNICÍPIO**

Alto Patrocínio:

Co-financiamento: **mais CENTRO** (Programa Operacional Regional do Centro), **QREN** (Quadro de Referência Estratégico Nacional), **UNIÃO EUROPEIA** (Fundos Europeus de Desenvolvimento Regional)

Patrocinador Logístico: **Escola Pedro Teixeira Cantanhede**

Apoios: **INATEL FUNDAÇÃO**, **Associação de Fado de Portugal**

Jornal Oficial: **Diário de Coimbra** (líder de audiências)

Rádio Oficial: **RÁDIO REGIONAL DO CENTRO**

Folk Cantanhede

Semana Internacional de Folclore 2014
5 a 12 JULHO

Portugal Espanha
Polónia Rússia Índia
Macedónia Turquia Marrocos

Organização: Alto Patrocínio: Patrocinador Logístico: Patrocinador Oficial: Jornal Oficial: Rádio Oficial: Apoios:

Folk Cantanhede



10 Anos

SEMANA INTERNACIONAL DE FOLCLORE 2015

4 a 11 JULHO

PORTUGAL | BÉLGICA
BÓSNIA E HERZEGOVINA
COSTA RICA | ESLOVÉNIA
ÍNDIA | INDONÉSIA
MÉXICO

Organização



Folk Cantanhede

Alto Patrocínio



CANTANHEDE MUNICÍPIO

Patrocinador Logístico



Patrocinadores Oficiais

CONTINENTE



Jornal Oficial

Diário de Coimbra líder de audiências





Organização



Folk Cantanhede

SEMANA INTERNACIONAL DE FOLCLORE 2016

9 a 16 JULHO

Portugal | Áustria
África do Sul | Bolívia
Bósnia Herzegovina
Colômbia | Nova Zelândia
Polónia | Timor-Leste

Alto Patrocínio

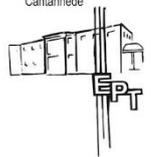


CANTANHEDE
MUNICÍPIO

Patrocinadores Oficiais



Patrocinador Logístico



Turismo
Centro
Portugal

Rádio Oficial



Jornal Oficial





 **Folk Cantanhede** 

SEMANA INTERNACIONAL
DE FOLCLORE 2017
8 A 15 JULHO

CHILE | ESLOVÁQUIA
ESPANHA | GEÓRGIA
LITUÂNIA | MÉXICO
PERU | PORTUGAL
QUÉNIA

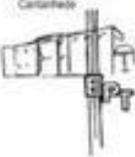
Alta Patrocinador


CANTANHEDE
MUNICÍPIO

Patrocinadores Oficiais

 
CA **Freixial**
Crédito Agrícola Shopping

Patrocinador Legítimo

 
Escola Pedro Teixeira **Turismo**
Cantanhede Centro Portugal

Rádio Oficial

  
R **Diário de Coimbra** **INATEL**
90.3 **diário de coimbra** **INATEL**

SEMANA INTERNACIONAL
DE FOLCLORE 2018
7 A 15 JULHO



Folk Cantanhede

BOLÍVIA
CROÁCIA
GUINÉ-BISSAU
HUNGRIA
SUIÇA SÉRVIA
PORTUGAL
TAIWAN
POLÓNIA

Alto Patrocínio



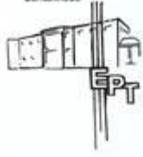
CANTANHEDE
MUNICÍPIO

Patrocinadores Oficiais



intermarche CANTANHEDE

Patrocinador Logístico



Escola Pedro Teixeira
Cantanhede

Rádio Oficial



RÁDIO REGIONAL DO CENTRO

Jornal Oficial



Diário de Coimbra
líder de audiência



Turismo
Centro
Portugal



INATEL
FUNDAÇÃO

Organização



CIOFF

ANEXO 4: Recortes do Historial da EXPOFACIC



EXPOFACIC

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 1991



EXPOFACIC 1992



EXPOFACIC 1993



EXPOFACIC 1994

A Expofacic teve o seu início em Setembro de 1991, correspondendo a uma aposta do então Presidente da Câmara, Dr. Albano Pais de Sousa, que na altura justificou a iniciativa pela "necessidade de abrir as portas aos produtores agrícolas, comerciantes e industriais do Concelho, para cumprir o objectivo pioneiro de transmitir para o exterior as potencialidades de Cantanhede." Motivo de regozijo de todos os agentes económicos do Concelho e da população em geral, a Expofacic teve como coordenador-geral o Dr. Espírito Santo Lopes, que detinha o Pelouro da Cultura na Câmara Municipal, e registou desde logo um assinalável sucesso. Levada a efeito por uma equipa formada por jovens quadros do Concelho, que recorreram a pavilhões alugados à Associação Comercial e Industrial de Coimbra (ACIC) e a apoios de um conjunto de entidades do Distrito. Segundo os relatos da imprensa da época, a primeira Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede mobilizou um significativo número de empresários e atraiu ao recinto envolvente à Escola Secundária cerca de 50 mil visitantes de todo o Concelho e de municípios limítrofes.

As edições de 1992 e 1993 foram já coordenadas pela professora Edite Garrido, adjunta do Presidente da Câmara, mantendo na essência a estrutura da Expofacic/91, embora tivessem sido introduzidas algumas alterações relativamente a aspectos organizativos que se revelaram importantes para o seu crescimento e maior implantação. Além dos expositores representativos das actividades económicas, as associações e outras entidades do Concelho continuaram a marcar a sua presença, realizaram-se, como se impunha, manifestações culturais de diferente cariz e manteve-se o programa de espectáculos que desde início constituiu o elemento de atracção decisivo para o sucesso do evento.

Ao terminar a sua experiência de dois anos à frente da realização do certame, a professora Edite Garrido referia que "a Expofacic é um teste à capacidade empresarial dos nossos comerciantes e industriais, a quem cabe a tarefa de valorizar", mas alertava já para "a necessidade de a Câmara Municipal adquirir os seus próprios pavilhões e de fazer coincidir a exposição com as Festas do Concelho."

Em 1994 iniciou-se o ciclo das quatro edições levadas a cabo pelo executivo camarário liderado pelo Dr. Rui Crisóstomo, para quem, segundo opinião manifestada num dos editoriais do catálogo oficial da Expofacic, "o conhecimento e valorização das potencialidades locais contribuiu de forma decisiva para a criação de uma imagem positiva da região e para o reforço da identidade colectiva." De 1994 a 1997, a Expofacic teve como presidentes das sucessivas comissões executivas o Dr. Carlos Navega Moreira, Vereador que tinha a responsabilidade do Pelouro da Cultura.

Durante esse período registou-se alguma evolução, o que não terá sido alheio ao facto de se ter alterado a data de Setembro para Julho/Agosto e a subsequente articulação com as Festas do Concelho ou à mudança do local de realização do recinto da Escola Secundária de Cantanhede para o Parque Expo-Desportivo de S. Mateus.



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



FEIRA DE SÃO MATEUS

Além disso, é muitas vezes destacado como factor decisivo para essa evolução o envolvimento da Associação Empresarial de Cantanhede, entretanto constituída, e da AD ELO (Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego), entidades que contribuíram para que a Expofacic se tenha vindo a constituir como o maior acontecimento do Concelho de Cantanhede e um acontecimento de relevo na Região Centro. Fazer o historial da Expofacic implica, inevitavelmente, recordar um evento que pode ser considerado seu precursor.

A Feira/Exposição de S. Mateus, realizada entre 1965 e 1969 e que decorria no âmbito da Romaria de S. Mateus, não tinha, como se calcula, nem a dimensão nem a estrutura organizativa que hoje reconhecemos à Expofacic, mas representou um acontecimento de muito significado para o Concelho no sentido de o projectar no contexto da região.

Inaugurada a 18 de Setembro pelo Dr. João Silva Pereira, presidente da edilidade, a feira/exposição de 1965, realizada no recinto municipal do Campo da Feira, era dedicada sobretudo a fabricantes de utensílios para a agricultura, o que nessa altura correspondia ao interesse de uma população eminentemente agrícola.



EXPOFACIC 1995

A EXPOFACIC/98, a primeira a realizar-se com o Dr. Jorge Catarino como Presidente da Câmara, marcou uma viragem relativamente ao modo como a exposição/feira vinha a ser organizada.

Desde logo houve a preocupação de lhe conferir uma projecção que permitisse ultrapassar o seu carácter eminentemente local, quer através da valorização das infra-estruturas e equipamentos quer apostando num cartaz de espectáculos e outros elementos de animação susceptíveis de mobilizar públicos bastante mais vastos.

E os resultados não se fizeram esperar: a VIII Expofacic foi visitada por cerca de 105 mil pessoas, mais de 80% relativamente à edição anterior, iniciando-se assim um processo de crescimento que, em poucos anos, viria a torná-la no maior certame económico e festivo da Região Centro e um dos melhores do País.



EXPOFACIC 1996

O Presidente da Comissão Executiva era o Vereador Enf.º José Maria Maia Gomes, que acompanhou o Secretário de Estado da Produção Agro-Alimentar, Dr. Cardoso Leal, em representação do primeiro-ministro, na inauguração do certame, ladeado por uma extensa comitiva.

No final do evento, o Presidente da Câmara não escondia a sua satisfação pelo modo como havia decorrido "um evento que serviu para demonstrar e dignificar as potencialidades das regiões gandareza e bairradina em que se reparte o município e que constitui, comprovadamente, a melhor realização do género na zona centro do País."



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 1997



EXPOFACIC 1998



EXPOFACIC 1999

De 25 de Julho a 1 de Agosto de 1999, acorreram ao Parque Expo-Desportivo de S. Mateus 138 mil visitantes (um total nunca antes atingido), que puderam constatar a vitalidade do ciclo de crescimento económico que o Concelho passou a viver desde o início de 1998. Uma vitalidade que aliás teve o seu reflexo nos expositores participantes, concretamente 290, número que passou a constituir um novo recorde.

A sessão solene de inauguração contou com a presença do Secretário de Estado da Administração Interna, Dr. Luís Parreirão, que reconheceu, no seu discurso, estar "numa das maiores mostras económicas da Região Centro, uma realização que representa um desafio para a autarquia mas constitui também um incentivo para o desenvolvimento da região e do País".

A edição de 1999 contou também com a presença do Secretário de Estado da Indústria e Comércio, Professor Fernando Pacheco, que se reuniu com empresários do Concelho, num encontro que decorreu no auditório da Biblioteca Municipal. Uma das grandes novidades da edição da IX EXPOFACIC foi a inclusão no seu programa oficial do já clássico Cortejo Histórico-Etnográfico. Realizado no dia 25 de Julho, no desfile foram apresentados os tradicionais quadros alegóricos majestosamente elaborados pelas associações e colectividades do concelho. A RTP Internacional, reconhecendo a importância e o valor etnográfico do cortejo, procedeu à sua transmissão para todo o mundo, durante cerca de duas horas.

O Primeiro-Ministro, considerou "o Beira Atlântico Parque um projecto arrojado e de grande importância estratégica" e, dirigindo-se ao Presidente da Câmara, referiu que "quando digo que é preciso poupar, isso não significa que vamos cortar no investimento, pelo que não tenho dúvidas em dizer-lhe que conta com o nosso apoio" - assegurou.

Para além da participação do Primeiro-Ministro na cerimónia de inauguração, o evento viria a registar ainda a visita de inúmeras personalidades, das quais se destacam o Ministro dos Assuntos Parlamentares, Dr. Marques Mendes, e o ex-Presidente da Assembleia da República, Dr. Barbosa de Melo.

A Comissão Executiva da Expofacic contou pela primeira vez com participação activa da INOVA-Empresa Municipal. Há a destacar na edição de 2002, para além do acompanhamento personalizado prestado a expositores e visitantes, a existência de um espaço lúdico onde as crianças e jovens puderam dispor de diversos equipamentos (parque infantil e aparelhos para desportos radicais) e o reforço da animação permanente estendida por todo o recinto onde decorreu o certame.



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 2000

Em 2000, a EXPOFACIC contou mais uma vez com um número recorde de empresas representadas e registou um expressivo aumento na afluência pública, aumento esse traduzido na presença de aproximadamente 165 mil pessoas. A cerimónia de abertura voltou a contar com a presença do então Secretário de Estado das Obras Públicas, Dr. Luís Parreirão.

A gastronomia assumiu um lugar de destaque, reconhecendo claramente o importante papel que as associações do Município têm na dinamização das tasquinhas. O espaço deste sector foi novamente ampliado respondendo satisfatoriamente à imensa procura dos visitantes que se dirigem para apreciar alguns dos pratos regionais mais conhecidos e o bom vinho produzido no concelho, que fazem jus ao slogan concelhês "Cantanhede, sabores de terra e mar".

O extraordinário êxito da EXPOFACIC/2001 Festas do Concelho superou todas as expectativas, tendo ultrapassado os excelentes resultados que tinham vindo a registar-se desde 1998. Para além de se ter constituído, mais uma vez, como o espelho do ciclo de progresso que o Município vivia, o evento foi o expoente da sua vida associativa e cultural, em função das múltiplas acções e iniciativas desenvolvidas pelas associações, escolas e juntas de freguesia.



EXPOFACIC 2001

Globalmente há a reter os números de mais de 190 mil visitantes e 380 stands indicadores que confirmaram a grande relevância económica e sociocultural que o evento havia alcançado.

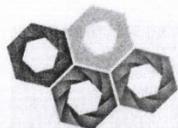
O Secretário de Estado Adjunto da Ministra do Planeamento, Dr. Ricardo Magalhães, que presidiu à cerimónia de abertura, acompanhado pelo Secretário de Estado do Desenvolvimento Rural, Dr. Vitor Barro, sublinhou que "a EXPOFACIC é uma mostra com a imagem perfeitamente consolidada e é também a demonstração da grande dinâmica de desenvolvimento que se vive hoje em Cantanhede. Do ponto de vista económico, concorrência e a competitividade são factores cada vez mais importantes para ganharmos os desafios, é sobretudo pela qualidade que nos temos que alcançar, e essa é uma aposta que está a ser ganha em Cantanhede, como muito bem demonstram os sinais de vitalidade patentes nesta XI EXPOFACIC".



EXPOFACIC 2002

Pela primeira vez em doze anos de história, a EXPOFACIC contou na sua abertura oficial de 2002 com a participação do primeiro-ministro, na altura Dr. Durão Barroso, uma participação que confirmava o relevante estatuto que o certame entretanto adquiriu no contexto da Região e do País. No discurso de boas-vindas, o Presidente da Câmara, Dr. Jorge Catarino, manifestou o enorme regozijo do Município de Cantanhede "pela presença do Sr. Dr. Durão Barroso, destacando o facto de "a EXPOFACIC constituir o reflexo da dinâmica económica e sócio-cultural do Concelho, uma dinâmica bem evidenciada pelos agentes económicos, associações, escolas e juntas de freguesia."

Começando por salientar a importância da EXPOFACIC como um acontecimento que dá visibilidade ao grande dinamismo económico do Concelho de Cantanhede, o Sr. Dr. Durão Barroso referiu "o excelente trabalho e a extraordinária visão evidenciada pela Câmara Municipal ao promover o desenvolvimento industrial em articulação com um correcto aproveitamento dos recursos agrícolas, naturais e ambientais."



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 2003

Superando todas as expectativas, a XIII Expofacíc - Festas do Concelho/2003 atingiu um número recorde de 285 mil visitantes, indicador que reflecte bem o êxito de um evento que, pelo excelente nível organizativo demonstrado, foi apontado pela generalidade da comunicação social como referência nacional. A este facto não terá sido alheio o excelente trabalho de concepção e planeamento desenvolvido pela Comissão Executiva, que, em virtude da ampliação da área de exposição em terrenos adquiridos pela autarquia, pôde introduzir algumas alterações qualitativas na estrutura funcional dos diversos sectores e na criação de novos e diversificados motivos de interesse.

A cantora brasileira Daniela Mercury foi a principal atracção do cartaz de espectáculos, uma aposta arrojada que, tendo em conta os 50 mil espectadores que assistiram ao concerto, ultrapassou largamente as expectativas da organização, deixando antever que a contratação de um artista de renome internacional deveria ser aposta em futuras edições.

Entre as diversas novidades incluídas no certame, há a salientar a presença permanente de animadores de rua, a inclusão de um parque de diversões típico de feira popular, que viria a revelar-se um excelente elemento de atracção, e ainda o crescimento do espaço destinado ao artesanato, onde experimentados artesãos oriundos de todo o País demonstraram ao vivo o fabrico de ornamentados e artefactos tradicionais.



EXPOFACIC 2005



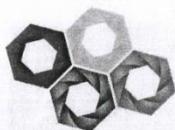
EXPOFACIC 2004

A XIV Expofacíc/2004 atingiu 310 mil visitantes, superando mais de 10 % o índice de afluência registado no ano anterior, indicador demonstrativo do excelente nível qualitativo da organização e que confirmou que o modelo adoptado em 1998 foi o mais adequado para promover o seu crescimento sustentado. Atraindo mais uma vez em 2004 prestigiadas empresas de todo o país, a XIV Expofacíc confirmou novamente o estatuto de maior realização económica e festiva da Região Centro, como foi amplamente reconhecido pela generalidade da comunicação social e por representantes de importantes entidades públicas e privadas.

O grupo alemão Scorpions foi a maior atracção do cartaz de espectáculos - que manteve uma oferta vasta e eclética no amplo quadro de referência musical nacional e internacional.

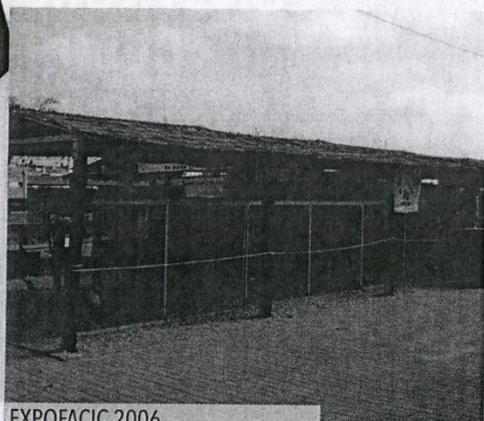
Este concerto de encerramento foi claramente uma aposta arrojada que se revelou inteiramente ganha, dada a extraordinária afluência registada, que decorreu em ambiente verdadeiramente apoteótico.

Para a história da XV Expofacíc/2005 fica a confirmação da importância económica e cultural que lhe foi atribuída pela generalidade da comunicação social. No discurso inaugural o Presidente da Câmara Municipal, Dr. João Catarino, assumiu e sublinhou isso mesmo afirmando ser a Expofacíc "uma demonstração evidente da capacidade colectiva do Município de Cantanhede de realizar e construir", identificando e agradecendo todos aqueles que têm contribuído para tão distinguido e assinalável êxito, colectivo. Além das referências diárias na imprensa, a RDP - Antena 1 dedicou integralmente o programa "Passeio Público" ao evento em 24 de Julho e no dia 30, a TSF fez durante duas horas uma transmissão em directo do recinto da feira.

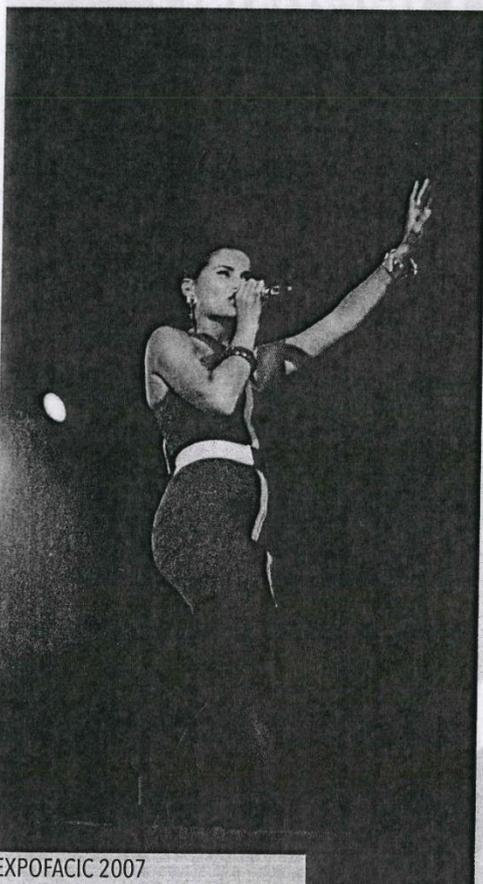


**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 2006



EXPOFACIC 2007

A XVI Expofacic/2006 foi a primeira a realizar-se no mandato do Prof. Doutor João Moura como Presidente da Câmara, um novo ciclo iniciado com o propósito de continuar o processo de valorização das infra-estruturas e dos equipamentos e de superar a afluência de público da edição anterior. Este objectivo haveria de ser alcançado, com o evento a atingir o impressionante número recorde de 354 mil visitantes.

A comissão executiva passou a ser presidida pelo Arq.º José António Pinheiro, Vereador do Pelouro dos Grandes Eventos, tendo como Vice-Presidente o Dr. Pedro Cardoso, Vereador da Educação e Cultura, e como Director Executivo o Eng.º António do Patrocínio Alves, Presidente do Conselho de Administração da INOVA, empresa municipal responsável pela gestão administrativa e logística da feira.

As melhorias introduzidas e a oferta diversificada em termos de gastronomia, animação cultural e o excelente nível do cartaz de espectáculos revelaram-se, como se previa, factores decisivos para o êxito que XVI Expofacic registou.

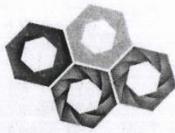
A banda britânica Simple Minds e a cantora brasileira Ivete Sangalo foram cabeças de cartaz num programa que incluiu alguns dos maiores artistas do panorama musical português, designadamente Rui Veloso, Tony Carreira, Santos & Pecadores, D'zrt, Boss AC, Marco Paulo, The Gift e Xutos & Pontapés.

Dado importante a reter quanto ao sucesso do certame diz respeito ao índice de satisfação demonstrado pelos expositores.

A este nível, os resultados do inquérito realizado são bem elucidativos: 60 % consideraram a XVI Expofacic excelente ou muito boa 30 % classificaram-na de boa e 10% razoável.

A XVII Expofacic – Festas do Concelho de Cantanhede/2007 foi presidida, em 20 de Julho, pelo Secretário de Estado Adjunto das Obras Públicas e das Comunicações, Dr. Paulo Campos, com laços familiares no concelho. Na sua intervenção, o Secretário de Estado referiu estar «em representação do Primeiro-Ministro e do Governo porque há um «reconhecimento claro da importância do evento no País, em termos socioculturais e económicos», salientando o facto «desta edição da Expofacic decorrer num período que é um momento alto de afirmação da dinâmica de desenvolvimento do Município, uma dinâmica bem evidenciada aqui com as centenas de expositores que marcam presença no certame.»

Para o líder do executivo camarário cantanhedense, «a Expofacic dá expressão ao espírito empreendedor dos empresários, à capacidade das empresas em gerar riqueza, ao labor dos munícipes nos diferentes sectores de actividade e ao dinamismo dos agentes sócio-culturais.» Afirma também e em jeito de avaliação desta edição que «o certame deve ser visto como um evento que transcende a esfera política, o reconhecimento do seu valor e do seu impacte a nível nacional é um factor de união entre todos os munícipes, independentemente das cores políticas, e o êxito deste ano é um estímulo, mas aumenta também a nossa responsabilidade para a próxima edição, que aliás já está a ser preparada.»



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 2008



Factor decisivo para o aumento do número de visitantes foi certamente a qualidade do programa de espectáculos, com destaque para o memorável concerto da vedeta internacional Nelly Furtado. Assistiram ao espectáculo mais de 50.000 pessoas naquele que foi um dos maiores acontecimentos musicais do ano em Portugal.

O início da XVIII Expofacic - Festas do Concelho de Cantanhede/2008 coincidiu com o Feriado Municipal, tendo então presidido à inauguração do certame o Secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, Prof. Doutor Rui Nuno Baleiras, acompanhado pelo Presidente da Câmara Municipal, Prof. Doutor João Pais de Moura.

Do vasto conjunto de personalidades que visitaram a XVIII Expofacic, merece especial destaque o Presidente da República Democrática de S. Tomé e Príncipe, Fradique de Menezes, a 27 de Julho, na sequência da sua participação na cimeira da Comunidade dos Países de Língua Oficial Portuguesa (CPLP), que havia decorrido em Lisboa no dia anterior. O Presidente da Câmara atribuiu à visita de Fradique de Menezes «um grande significado, não só pelo privilégio de podermos contar com a presença do mais alto dignitário de um estado irmão de Portugal, mas também pelo que representa do ponto de vista do relacionamento institucional que estamos empenhados em aprofundar, na perspectiva do reforço da cooperação do Município de Cantanhede e dos agentes económicos locais com as entidades são-tomenses».

O programa de espectáculos foi novamente um dos factores que mais contribuíram para o sucesso da edição de 2008 da Expofacic. A avaliar pela extraordinária afluência de público, os cabeças de cartaz, designadamente Whitesnake, liderados por David Coverdale, e Bob Sinclar, revelaram-se apostas ganhas.

Com 54 mil visitantes no último dia, a edição 2009 da Expofacic - Exposição-Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede- Festas do Concelho atingiu, no total, 408 mil visitantes, uma afluência que o presidente da Câmara Municipal em hora de balanço considerou que "ultrapassou todas as expectativas.

Para João Moura "o excelente cartaz de espectáculos" e uma "feira de enorme qualidade em todas as vertentes", foram os principais factores que tornaram o certame de Cantanhede um êxito, para satisfação dos patrocinadores, expositores comissão executiva e público em geral.

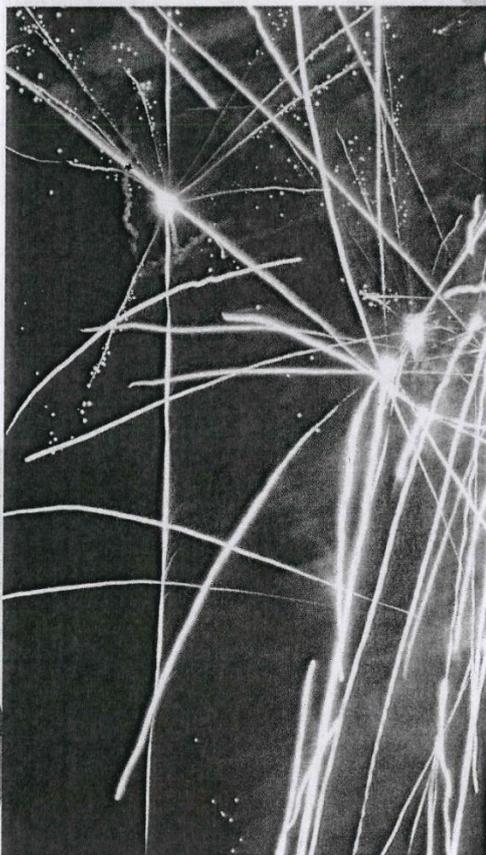


**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 2009



Dez dias antes a inauguração da XIX Expofacic havia sido presidida pelo Ministro da Agricultura, Jaime Silva, que pouco antes da cerimónia visitara o Biocant Park, tendo enfatizado no seu discurso o facto de a "biotecnologia ser considerada desde há alguns anos como a indústria do século XXI" para elogiar "a aposta do Município de Cantanhede nesta área. A biotecnologia é o futuro e a actividade do Biocant Park tem uma enorme importância".

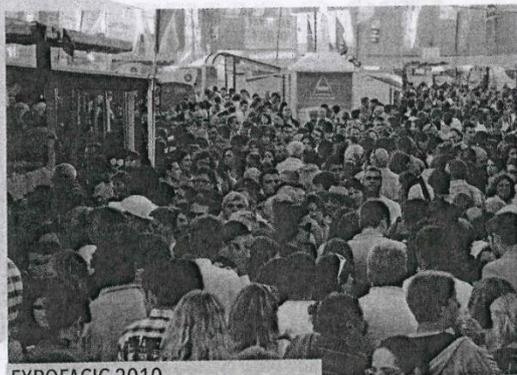
Nesta edição, houve pelo menos mais um factor a contribuir para o grande sucesso da Exposição-Feira. Trata-se do European People's Festival, cuja sede, a chamada Aldeia Global, ficou localizada no topo Norte do Parque Expo-Desportivo de S. Mateus e algumas das principais manifestações culturais e etnográficas dos 14 países europeus representados decorreram nos sete palcos da Expofacic. Cada delegação teve também ao seu dispor um stand para dar a conhecer as potencialidades económicas, culturais e turísticas da sua região de origem, onde foram realizadas também as habituais mostras de gastronomia e artesanato.

A banda britânica James, liderada pelo carismático Tim Booth, e Joss Stone, uma das vozes mais poderosas do Soul/R&B, realizaram dois dos mais aguardados concertos de Verão em Portugal, a que se seguiu, noutro palco, um aliciente adicional com o DJ Pete Tha Zouk. Antes dessa noite, o público teve oportunidade de assistir a outros espectáculos de grande qualidade tais como o de Yves Larock Deolinda, Daniela Mercury, Rui Veloso, Tony Carreira, Quim Barreiros, Mariza João Pedro Pais, Platinum ABBA, Just Girls e Buraka Som Sistema e os já habituais Xutos & Pontapés, que encerraram a Expofacic a 3 de Agosto.



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE



EXPOFACIC 2010



«Quando uma iniciativa tem uma dimensão que ultrapassa claramente as suas fronteiras concelhias e até as suas fronteiras regionais, isso transforma-a num emblema de uma região para além de ser um emblema do Concelho de Cantanhede.

A Expofacic tem um grande impacto na animação da economia local, na promoção de negócios e constitui também um momento de encontro das gentes, o que é sempre muito positivo». Foi neste termos que Vieira da Silva, se referiu à Expofacic na inauguração da vigésima edição, em 23 de Julho de 2010.

Pouco antes da cerimónia protocolar, o Ministro da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento do anterior Governo havia visitado o Biocant Park, onde, acompanhado pelo Presidente da Câmara Municipal, João Moura, assistiu à apresentação do empreendimento. Visivelmente agradado com os contornos do Parque de Biotecnologia de Portugal, foi já na abertura oficial da Expofacic que Vieira da Silva referiu que «se trata de um investimento muito importante e eu fiquei muito bem impressionado com o que vi. Principalmente com a ambição que os jovens quadros que trabalham naquele ambiente empreendedor transportam e espero que dali possam sair iniciativas económicas de relevo que ajudem a região e que ajudem a afirmar o sector da biotecnologia».

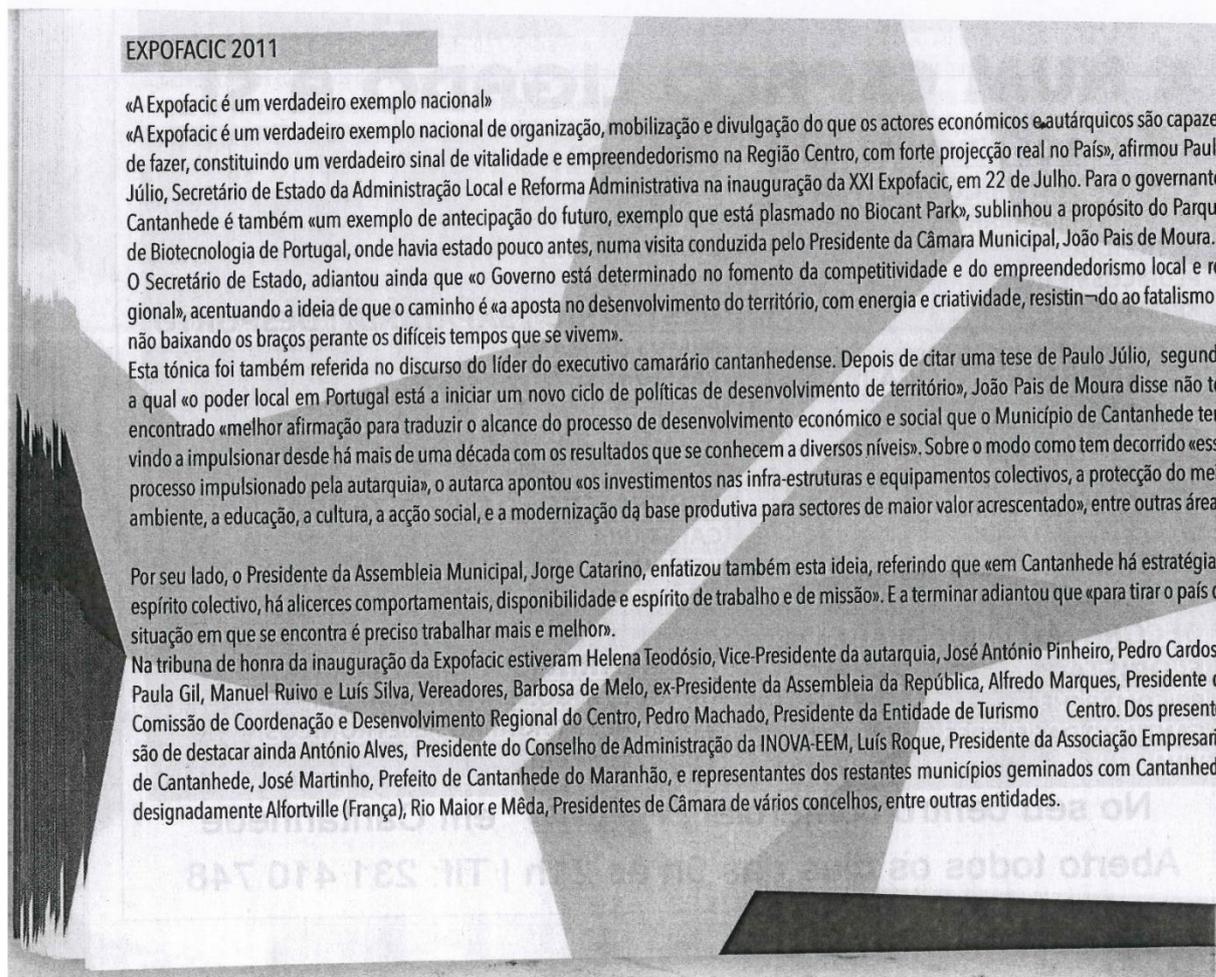
Vieira da Silva respondia assim ao Presidente da Câmara Municipal, que momentos antes havia afirmado que «o Biocant é um caso único no País. Trata-se de património associativo de um Parque de Ciência e Tecnologia detido na totalidade por um Município, ou seja, de iniciativa Municipal» e apelou ao Ministro para que, «reconhecendo a importância estratégica do projecto, venha a conferir-lhe um carácter de excepcionalidade que permita obter uma taxa de comparticipação de 80% para os edifícios da segunda fase».

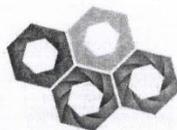
Antes desta referência ao Parque de Biotecnologia de Portugal, o autarca tinha feito uma análise retrospectiva do que tem sido a Expofacic desde a já longínqua edição de 1991, enaltecendo «o espírito de iniciativa e a persistência de quem teve a capacidade de decisão e o engenho para criar as condições que vieram a permitir a sua crescente afirmação».

Depois da evolução com o executivo do Dr. Rui Crisóstomo, seguiu-se o grande salto nos mandatos do Dr. Jorge Catarino, sob cuja liderança a Expofacic adquiriu os contornos que hoje conhecemos e se impôs como certame de projecção nacional».

A cerimónia de abertura da XX Expofacic registou a presença de diversas entidades. Além do Ministro da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento, acompanhado do Secretário de Estado Adjunto da Indústria e Desenvolvimento, Fernando Medina, e do Presidente da Câmara Municipal, participaram no evento inaugural o Presidente da Assembleia Municipal, Jorge Catarino, a Vice-Presidente da autarquia, Helena Teodósio, e os Vereadores José António Pinheiro, Pedro Cardoso e Iclília Moço. Na tribuna de honra estiveram ainda o Presidente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, o Director Regional de Economia do Centro, o Presidente do Turismo Centro de Portugal, representantes de Municípios geminados com Cantanhede, designadamente Cantanhede do Maranhão (Brasil) e Alfortville (França), Presidentes de Câmara de vários concelhos da região, o Presidente do Conselho de Administração da INOVA-EEM e o Presidente da Associação Empresarial de Cantanhede.

Na avaliação final da XX Expofacic era de satisfação o sentimento geral face ao modo como decorreu o certame e aos resultados apurados que apontavam para um novo recorde com uma afluência a rondar os 420 mil visitantes. Os 600 espaços de exposição foram sensivelmente os mesmos do ano anterior mas o crescimento da área total do recinto para os 8,5 ha permitiu a reorganização e qualificação de algumas zonas com equipamentos e infra-estruturas que garantiram ainda melhores condições de visita para o público.





**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Do balanço final da XXI Expofacic resultam dois dados que têm sido recorrentes de há vários anos a esta parte. O reconhecimento geral de que a comissão executiva conseguiu novamente introduzir melhorias em certos aspectos do certame, e mais um recorde de visitantes, que desta vez ascendeu aos 419 mil. Para a história ficam ainda os 600 espaços de exposição, 75% dos quais ocupados pelos agentes económicos de todos os sectores de actividade, incluindo muitas prestigiadas empresas do País, 43 tasquinhas, onde todas as noites as associações do Concelho não tinham mãos a medir para satisfazer a procura, e ainda maior representatividade dos agentes socioculturais, cuja participação foi determinante na projecção do evento.

Por outro lado, o cartaz de espectáculos revelou-se uma aposta ganha, com destaque para alguns prestigiados nomes do panorama musical internacional, como James Blunt, Morcheeba, Erick Morillo e Pete Tha Zouk, sem esquecer as atuações de artistas portugueses de sucesso, como Deolinda, Áurea, Xutos & Pontapés, Tony Carreira, João Pedro Pais, Expensive Soul, Carlos do Carmo, Camané, Pedro Abrunhosa e Rui Veloso.

Em destaque estiveram as iniciativas temáticas organizadas no âmbito do Dia do Empresário, Dia do Agricultor, Dia do Ambiente e Dia da Biotecnologia, com acções sempre muito concorridas por públicos muito interessados nas matérias abordadas.

No final, os elementos da comissão executiva manifestavam-se particularmente agradados com o êxito registado, um êxito que pode ser aferido pela extraordinária afluência de público, que mais uma vez reagiu muito bem ao programa proposto pela organização.

Os responsáveis voltam a insistir na ideia de que os resultados demonstram o que tem sido uma evidência nos últimos anos: que a Expofacic tem vindo a consolidar o estatuto de maior realização do género do País, o que deixa muito satisfeitos os que nela participaram, designadamente em empresas, agentes socioculturais, escolas e juntas de freguesia. Daí a opinião unânime de que a edição deste ano foi mais uma grande demonstração de vitalidade do Concelho, tendo-se constituído como factor de união e motivo de grande orgulho para todos os munícipes.

A gastronomia regional teve uma vez mais lugar destacado, com as tradicionais tasquinhas dinamizadas pelas colectividades do Concelho.

Como sempre aquela zona do certame foi local de visita obrigatória, sendo de registar a presença de várias personalidades que fizeram questão de jantar naquele que é, durante dez dias, o mais procurado espaço do País dedicado à gastronomia.

Uma das grandes novidades da XXI Expofacic foi o picadeiro instalado na zona agrícola que, em função disso e de outros aspectos inovadores introduzidos pela organização foi o sector que mais cresceu. Baptismo equestre, concursos de saltos, demonstrações de equitação terapêutica e carrossel de alcaria foram algumas das actividades desenvolvidas no picadeiro, onde diariamente afluíam milhares de pessoas entusiasmadas com o aliciente programa que lhes era proporcionado.

No sector da educação, as escolas e outras entidades do Concelho que actuam nesta área evidenciaram uma grande dinâmica com diversas acções em torno de projectos pedagógicos em paralelo com iniciativas sobre intervenções de carácter social que se relacionam com o processo educativo em toda a sua dimensão.

Local de encontro e de partilha de experiências entre os agentes da educação, este sector teve este ano uma novidade: o Champimóvel, simulado interactivo cedido pela Fundação Champalimaud que proporcionou às crianças e jovens de diferentes níveis de ensino uma viagem pelo interior do corpo humano.

EXPOFACIC 2012

Ministra da Agricultura esteve na Expofacic

A Ministra da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, Assunção Cristas, foi uma das inúmeras personalidades que vieram visitar a Expofacic. Foi no dia 25 de Julho, depois de ter sido recebida no Biocant Park pelo Presidente da Câmara Municipal, João Pais de Moura, que deu a conhecer à governante o único parque tecnológico português especializado em biotecnologia, onde estão a ser desenvolvidos projectos de investigação orientados para o sector agrícola.

Já no recinto da Expofacic, o líder do executivo camarário cantanhedense conduziu a ministra numa visita guiada pelos vários sectores, com particular incidência no agrícola. No final, Assunção Cristas manifestou-se «agradavelmente surpreendida com «a vitalidade e a dinâmica do certame, iniciativa que é um estímulo para agricultura, um sector em que o Governo aposta incentivando as novas gerações» e declarou ter visto no Biocant Park «belíssimos exemplos de investigação aplicada ao sector agrícola».



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Primeiro-ministro em Cantanhede, nas comemorações do Feriado Municipal

“O exemplo de Cantanhede é muito importante no contexto que o país está a viver”

«O exemplo de Cantanhede é muito importante no contexto que o país está a viver, porque houve aqui a visão suficiente para perceber que a conquista de uma nova centralidade, a atração de investimento e a criação de emprego passava por uma abertura a outros desafios», afirmou o primeiro-ministro, Pedro Passos Coelho, na sessão solene comemorativa do Feriado Municipal de Cantanhede, em 25 de julho, que aconteceu antes da inauguração da Expofacic e a visita ao certame.

Na sua intervenção, o líder do Governo afirmou que «com uma visão mais fechada nunca conseguiríamos alcançar como em Cantanhede, um resultado tão importante. Sozinhos conseguimos menos do que com os outros, e esta é uma das maiores transformações que nós temos de fazer no nosso país».

Segundo Pedro Passos Coelho, «o investimento do país tem de ser um bom investimento, tem de ser em áreas que tragam retorno, temos de combinar as boas decisões de investimento com a inovação, com a tecnologia, com o conhecimento. E isso foi feito aqui em Cantanhede, com a visão de que era preciso mudar o paradigma, apostar na ciência, apostar na inovação, apostar na abertura, captar empresas do exterior para região. Quando se olha para trás, desde que o processo se iniciou pouco antes de 2005 e se vê o resultado do Biocant Park a cada ano que passa nós percebemos que a aposta foi ganha, que está a ser ganha. Devia ser feito mais por outros, como em Cantanhede».

A celebração do Feriado Municipal decorreu no salão nobre dos Paços do Concelho, onde o líder do Governo de Portugal esteve acompanhado na mesa de honra pelo Presidente da Câmara Municipal, João Pais de Moura, e pelo Presidente da Assembleia Municipal, Jorge Catarino. Na assistência encontravam-se inúmeros convidados, entre os quais os secretários de estado Secretário de Estado da Administração Local e do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação, respetivamente Paulo Júlio e Carlos Nuno Oliveira, a vice-presidente da edilidade, Helena Teodósio e os vereadores Pedro Cardoso, João Dias, Pedro Castro, Júlio Ruiivo e Icília Moço, entre outras entidades.

Presentes estiveram ainda os representantes de Rio Maior, Cantanhede do Maranhão e Mêda, cidades que se encontram geminadas com Cantanhede, bem como Barbosa de Melo, ex-presidente da Assembleia da República, e Albano Pais de Sousa, Diamantino Miguéis e Rui Crisóstomo, ex-presidentes da Câmara de Cantanhede.

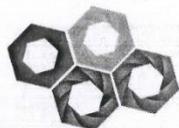
Por seu lado o Presidente da Câmara de Cantanhede declarou-se muito satisfeito pela presença do líder do Governo em Cantanhede, «por ocasião de dois acontecimentos marcantes para o Município. Por um lado, a sessão solene comemorativa do Feriado Municipal, cerimónia que convocou para uma reflexão sobre o valor simbólico desta efeméride que une todos os municípios; por outro lado, a inauguração da Expofacic, a maior feira de atividades económicas do país que é um espaço de afirmação da base económica local onde também inúmeras empresas de todo o território nacional fazem questão de estar representadas».

Referindo que «o Município de Cantanhede é um território com 400 Km², o maior do distrito de Coimbra, organizado em comunidades locais profundamente arraigadas a valores, referências e hábitos que dão sentido ao seu quotidiano e reforçam o sentimento coletivo relativamente ao que é o interesse comum e as causas que defendem», o autarca sublinhou que “é o convívio pacífico dessas comunidades, das suas vivências particulares, das suas conquistas e também das suas aspirações que confere identidade ao concelho de Cantanhede, referência fundamental que une todos quantos vivem ou têm aqui as suas raízes».

No final dos doze dias que tornaram o Parque Expo-Desportivo de S. Mateus, em Cantanhede, o local mais concorrido do país, o balanço final do XXII Expofacic confirmou todas as expectativas iniciais dos responsáveis organização.

O programa de espetáculos revelou-se, mais uma vez, uma aposta totalmente ganha, com os cabeças de cartaz internacionais Mika, Tim Royle, Cosmo Klein, Pablo Alborán e Booka Shade num programa em que pontificavam grandes nomes da cena musical, como Pedro Abrunhosa, Ton Carreira, Jorge Palma & Friends, Mónica Ferraz, Diego Miranda ft. Ana Free, Buraca Som Sistema, Mastiksoul e Richie Campbell. Os concertos continuaram depois com Mariza, Paulo Gonzo, Amor Electro, Boss AC, Pete Tha Zouk e a encerrar os incontornáveis Xutos & Pontapés em mais uma atuação memorável.

Mas este foi apenas um dos fatores que levaram a XXII Expofacic a atingir um nível qualitativo surpreendente. É que, para além disso, o certame evidenciou nas suas diferentes vertentes uma dinâmica que se revelou fortemente atrativa, concorrendo para que se tivesse registado uma surpreendente afluência de público. De facto, em todas as zonas do recinto era extraordinária a movimentação de pessoas, o que foi particularmente evidente nas áreas económicas, na zona das tasquinhas e, naturalmente, no recinto de espetáculos.



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Aspeto que os responsáveis nunca se esquecem de destacar é o entusiástico envolvimento das associações, escolas, instituições sociais e juntas de freguesia, cuja participação deu à Expofacic, como sempre, a dimensão sociocultural que a caracteriza e a distingue de outras realizações congéneres.

Outras novidades da edição de 2012 foram o recinto com diversos animais selvagens e exóticos na zona do setor agrícola e uma exposição sobre os meios de transporte utilizados desde o início do século XX para as deslocações à Feira de Cantanhede, esta junto à área reservada aos expositores institucionais.

Para a história ficaram os 600 espaços de exposição, 75% dos quais ocupados pelos agentes económicos de todos os sectores de atividade, incluindo muitas prestigiadas empresas do país, 43 tasquinhas, onde todas as noites as associações do Concelho não tinham mãos a medir para satisfazer a procura, bem como a ainda maior representatividade das entidades socioculturais, cuja participação foi mais uma vez determinante o êxito do evento.

E foi assim que Cantanhede esteve em evidência, durante doze dias, nos principais órgãos de comunicação de âmbito regional e nacional, sendo de destacar o facto de a TVI ter sido a televisão oficial. A campanha promocional que a estação televisa líder de audiências em Portugal desenvolveu em torno do certame incluiu uma emissão em direto do popular programa "Somos Portugal", durante seis horas, o que naturalmente deu uma grande projeção à Expofacic e ao concelho de Cantanhede.



EXPOFACIC 2013

A XXIII Expofacic terminou com casa cheia, em clima apoteótico; no dia 4 de agosto, domingo, com a atuação de Rui Veloso. O mais consagrado compositor português esteve em palco acompanhado por uma banda de músicos experientes e de reconhecida qualidade, num espetáculo que incidiu na apresentação do seu último disco comemorativo de 30 anos de carreira, com destaque para a seleção das suas músicas mais conhecidas, que são, simultaneamente, alguns dos mais brilhantes temas da história da música portuguesa.

Aposta inteiramente ganha foi a atuação dos Keane, os grandes cabeças de cartaz do evento, que tiveram na noite anterior ao encerramento uma das maiores assistências de que há memória. Foi um ambiente escaldante aquele que se viveu no recinto do Parque Expo-Desportivo de Cantanhede, onde o grupo britânico confirmou plenamente a força mobilizadora da sua música, tendo registado um sucesso à dimensão das que tem obtido nas suas atuações um pouco por todo o mundo.

O êxito do concerto da banda de Tim Rice-Oxley e seus pares foi o corolário de onze noites com espetáculos memoráveis e níveis de afluência de público extraordinárias, tão extraordinárias ao ponto de surpreenderem até a organização.

Isso foi particularmente visível também com a atuação de Steve Aoki, grande produtor musical norte-americano e um dos DJ's mais famosos do mundo, que em 30 de julho pôs o recinto ao rubro com a intensidade das misturas de vários ritmos e sonoridades, assim como com os espetáculos de José Cid (26 de julho), Xutos & Pontapés (27 de julho), Tony Carreira (28 de julho), Carminho e Azeitonas (29 de julho) e Resistência (31 de julho), só para citar os mais concorridos.

Mas a XXIII Expofacic foi, de 25 de julho a 4 de agosto, muito mais do que o êxito dos concertos. De facto, muitos outros motivos de interesse não faltaram, como a agitação frenética que no final das onze noites se viveu em torno do palco 4, onde os melhores DJ's tornaram aquela zona do recinto na maior e mais concorrida pista de dança do país.

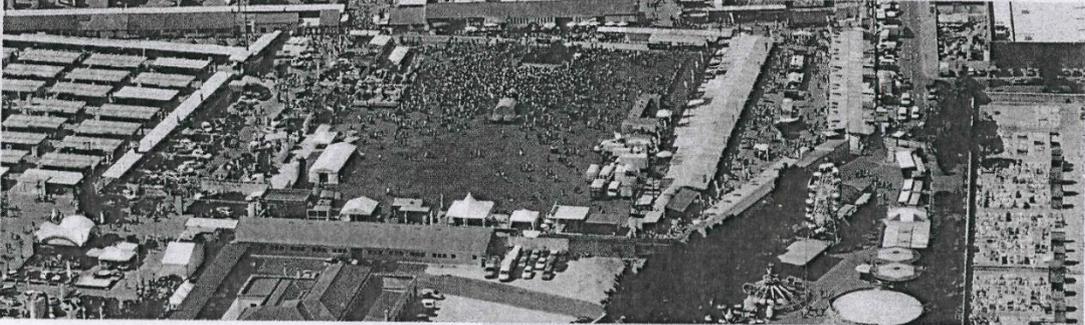
Os 500 espaços de exposição dos setores industrial, comercial e agrícola confirmaram-se, mais uma vez, como um fator de atratividade fundamental e foi em torno dela que se organizam todas as outras vertentes da feira, bem como as incontornáveis 43 tasquinhas que, como sempre, fizeram as delícias dos visitantes. Nos espaços de restauração explorados pelas associações não havia mãos a medir a servir os pratos da rica gastronomia tradicional na região, que voltou a ganhar notável expressão.



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Por outro lado, os responsáveis não se cansam de evidenciar o papel fulcral que as forças vivas do concelho desempenharam na animação do evento, designadamente as associações e as juntas de freguesia, que com a sua entusiástica participação contribuíram de novo para o reforço da sua identidade muito própria e já reconhecida a nível nacional. Outros motivos que também mobilizaram o interesse do público foram ainda o circuito de karting e um recinto com diversos animais selvagens e exóticos junto ao setor agrícola, zona onde houve também o já habitual picadeiro, que foi dinamizado por entidades que desenvolvem atividades equestres, bem como duas exposições temáticas, uma sobre a evolução da produção vitivinícola e outra sobre arte xávega.



Inauguração pelo Ministro Poiares Maduro

«Cantanhede atingiu um patamar de bem-estar e crescimento que deve ser assinalado» afirmou o ministro-Adjunto e do Desenvolvimento Regional, Miguel Poiares Maduro, na sessão solene comemorativa do Feriado Municipal de Cantanhede, em 25 de julho. Na cerimónia antecedeu a abertura oficial da Expofacic e a visita ao certame, o membro do Governo sublinhou que «a ênfase que este Governo quer pôr na economia competitiva é algo que já está há muito na agenda de Cantanhede e isso é particularmente relevante na situação que o país está a viver».

Depois de sublinhar que «Cantanhede é um exemplo», Poiares Maduro enunciou em traços gerais «o projeto de programação dos fundos e o processo em que todos são chamados a participar», frisando que «haverá nesse âmbito oportunidade para Portugal superar o défice com que está confrontado, um défice que é sobretudo de competitividade».

A celebração do Feriado Municipal decorreu no salão nobre dos Paços do Concelho, onde o ministro-Adjunto e do Desenvolvimento Regional presidiu à sessão acompanhado pelo Presidente da Câmara Municipal, João Pais de Moura, e pelo Presidente da Assembleia Municipal, João Catarino. Na mesa de honra estiveram ainda os representantes das cidades geminadas com Cantanhede, designadamente Rio Maior, Cantanhede do Maranhão e Mêda.

Entre a numerosa assistência, encontravam-se diversos titulares de cargos públicos, entre os quais a vice-presidente da edilidade, Helena Teófilo, os vereadores Pedro Cardoso, João Dias, Pedro Castro, Júlio Ruivo e Ilícia Moço, bem como elementos da Assembleia Municipal e outros autarcas. Na sua intervenção, o Presidente da Câmara de Cantanhede começou por relevar a circunstância de a mãe do ministro ser natural da Freguesia de Bolho, «o que na prática corresponde a termos entre nós a presença de alguém com afinidades a esta terra investido em elevadas funções de Estado, alguém que certamente levará de Cantanhede um sentimento de regozijo pela forte expressão dos dois acontecimentos que hoje celebramos».

João Moura referiu que «a afirmação da democracia e do poder local passa também pela defesa das causas em que acreditamos, ainda que sejam contrárias ao que preconiza o Governo» para logo depois confrontar o ministro com «as posições firmes que a Câmara Municipal de Cantanhede tem assumido «contra a fusão de freguesias que lamentavelmente o executivo governamental tem insistido em levar por diante» e lembrou que esta luta remonta a 2005, na altura contra o modo como o então Ministro da Administração Interna do décimo sétimo Governo Constitucional, António Costa, enunciou a necessidade de fusão de freguesias.

O autarca manifestou ainda a sua oposição «à possibilidade de a gestão do Hospital Arcebispo João Crisóstomo passar para a União das Misericórdias Portuguesas, possibilidade contra a qual a Câmara Municipal tem sido a principal voz», tal como tem sido «protagonista principal na luta contra o esvaziamento de algumas competências do Tribunal de Cantanhede, na qual temos demonstrado à tutela os obstáculos que a anunciada intenção levantaria aos cidadãos deste concelho no acesso à justiça».

Noutro momento do discurso, João Moura enfatizou «a aposta na Câmara Municipal na atração de investimentos e na fixação de novos residentes, na perspetiva de que são também fatores com impacto positivo na atividade comercial na cidade e no concelho», e defendeu que «O Estado deve reforçar o apoio ao fomento da agricultura, cuidando de proteger os pequenos agricultores com mecanismos que lhes permitam obter rendimentos para viverem com dignidade».



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Sobre a Expofacic o presidente da Câmara Municipal reafirmou que se trata da «melhor síntese daquilo que caracteriza o Concelho de Cantanhede (...), uma demonstração inequívoca de união de todos os munícipes, que assim afirmam o respeito pela memória coletiva e o orgulho pelas maiores conquistas da comunidade». Para o líder do executivo camarário, falar do certame «exige um sublinhado ao extraordinário envolvimento das forças vivas locais, com destaque para as juntas de Freguesia, as escolas, as associações e as instituições sociais e de saúde, cuja participação confere ao certame o carácter distintivo que reforça grandemente a sua atratividade».

No final da cerimónia, João Moura ofereceu a Miguel Poiães Maduro uma caixa com um exemplar do Foral de Cantanhede editado pela autarquia e uma garrafa do vinho com o mesmo nome lançado pela Adega Cooperativa e que ganhou recentemente uma Medalha de Ouro num concurso internacional. O autarca recomendou o vinho «para grandes decisões» e o ministro retorquiu que o guardaria para «uma reunião do Conselho de Ministros em que houver alguma decisão difícil a tomar».

EXPOFACIC 2014

Expofacic mostrou por que é o maior certame nacional

Nunca se tinha visto nada assim. A extraordinária afluência da noite inaugural foi sintomática do que viria a seguir.

Os acessos a Cantanhede ficaram todos literalmente entupidos e na EN 234-1 a fila compacta em marcha lenta chega a Ançã. 25 de julho de 2014 fica para a história da Expofacic como a data em que foi pulverizado o recorde de número de visitantes no dia de abertura e abriu caminho a uma edição que confirmou o certame como o melhor e mais concorrido do país. Isso mesmo foi evidenciado pelo presidente da Câmara Municipal de Cantanhede, que na hora do balanço final sublinhou «o nível qualitativo de um evento que surpreendeu mais uma vez, ao evidenciar uma dinâmica fantástica nas diferentes vertentes que a constituem e sobre as quais assenta a sua atratividade».

Segundo o autarca, «há muito tempo que, de norte a sul de Portugal, se considera que a Expofacic é a maior e melhor feira de atividades económicas nacional e isso confirmou-se de novo, como de resto ouvimos reiteradamente da parte de artistas, expositores, convidados e público em geral». João Moura, que é também o presidente da comissão organizadora, destacou como aspetos mais relevantes «o surpreendente número de mais de 500 expositores, uma afluência de público que superou edições anteriores e a extraordinária movimentação em todos os setores e que foi particularmente evidente na feira de atividades económicas, na zona das tasquinhas e, naturalmente, no recinto de espetáculos».

Na hora dos agradecimentos, o presidente da Câmara Municipal manifestou o «mais vivo reconhecimento a todos os elementos da organização da Expofacic de 2014, uma equipa que mostrou de novo o seu grande profissionalismo e forte motivação», e destacou o papel absolutamente crucial que o presidente do conselho de administração da Inova-EM, SA, António Patrocínio Alves, teve em todo o processo, desde a conceção à gestão operacional e financeira de todas as vertentes do evento».

Para o líder do executivo camarário cantanhedense, «o assinalável sucesso da edição deste ano fica a dever-se ao entusiasmo com que os diversos participantes se envolveram no certame, contribuindo para o reforço da sua identidade». João Moura deixa por isso «um voto de profundo agradecimento às empresas e empresários, que são os intervenientes em torno dos quais se organizam todas as restantes valências, bem como às forças vivas do concelho que dão corpo a um acontecimento que honra e dignifica o concelho de Cantanhede, nomeadamente as associações, as juntas de freguesia e as escolas e IPSS's».

António Patrocínio Alves, presidente do conselho de administração da INOVA-EM, SA, considerou que o «balanço é excelente, pois o certame deste ano ultrapassou claramente as expectativas iniciais». Segundo o responsável, «atingiu-se um novo recorde de visitantes, de todas as noites inaugurais, a deste ano foi a que registou a maior afluência, e o habitual concerto de encerramento dos Xutos & Pontapés nunca teve tanta assistência - foi o melhor de sempre. Podemos considerar que foi um sucesso em toda a linha, a equipa responsável pela organização está muito satisfeita com os resultados e, mais uma vez, com o sentimento de dever cumprido».

Patrocínio Alves sublinha que «o cartaz de espetáculos e a dinâmica que se procurou imprimir ao certame foram apostas ganhas porque o desafio foi encarado com a mesma determinação de sempre, garantindo ótimos padrões de qualidade em todas as vertentes».

O líder da administração da empresa municipal terminou o seu balanço com «um agradecimento aos expositores, patrocinadores, associação do concelho de Cantanhede e outras entidades envolvidas», manifestando o desejo de que a sua «participação no próximo ano tenha expressão idêntica à de 2014».

Para a história fica o registo de que, de 25 de julho a 3 de agosto, todos os caminhos iam dar ao Parque Expo-Desportivo de S. Mateus, em Cantanhede. A maior e melhor feira de atividades económicas do país foi o pretexto para uma programação recheada de motivos de interesse para diferentes públicos. Amplamente conhecida pela sua vitalidade e dinâmica, a edição da Expofacic de 2014 fez jus ao estatuto de relevo na lista dos maiores eventos nacionais, muito por influência dos concertos de alguns dos nomes de maior sucesso do panorama da música nacional e internacional.

Os primeiros a subir ao palco foram Anselmo Ralph e DJ Kura, que abriram a programação de 10 dias de espetáculos verdadeiramente estimulantes. Os cabeças de cartaz foram os Kaiser Chiefs, que estiveram em Cantanhede no âmbito da tournée europeia de lançamento do seu novo álbum, no que veio a revelar-se uma noite em cheio ao som enérgico do tão apreciado mix de indie rock, new wave e post-punk revival. Lugar cimeiro no cartaz tiveram igualmente os também ingleses Rudimental DJ Set, principal referência internacional da música eletrónica, o famoso DJ e produtor musical americano Borgeous, bem como Michael Calfan, cuja atuação confirmou o furor que o artista tem feito por toda a Europa, e a dupla Klingande, que se impôs ao nível daquilo que tem feito no circuito dos grandes festivais internacionais.

Grandes acontecimentos artísticos foram também o concerto dos GNR, acompanhados pela Orquestra Sinfónica da Guarda Nacional Republicana, e as atuações de artistas consagrados como Tony Carreira, Xutos&Pontapés, Pedro Abrunhosa, Ana Moura, António Zambujo, Mastiksoul e 5-30, Buraka Som Sistema, Richie Campbell, DJ Ride, We Trust e Ultraleve.

Uma vertente do evento que mais uma vez ganhou crescente número de adeptos foi sem dúvida o programa do Palco Sagres, zona do recinto que se tornou na maior e mais concorrida pista de dança do país com a animação a cargo dos melhores DJ's da atualidade.

Outros motivos de interesse a justificar uma visita à Expofacic não faltaram, a começar pelos mais de 500 espaços de exposição dos setores industrial, comercial e agrícola e as incontornáveis 45 tasquinhas que, como sempre, fizeram as delícias dos visitantes.

Área sempre muito concorrida foi o picadeiro instalado na zona agrícola. Batismo equestre, concursos de saltos, demonstrações de equitação terapêutica e carrossel de alcaria foram algumas das atividades desenvolvidas no picadeiro, onde diariamente afluíam milhares de pessoas entusiasmadas com o aliciente programa que lhes era proporcionado.

A animação a cargo das associações escolas e juntas de freguesia foi, como habitualmente, uma das vertentes muito apreciadas do evento e no sector da educação, as escolas e IPSS's evidenciaram uma grande dinâmica com diversas ações em torno de projetos pedagógicos em paralelo com iniciativas sobre intervenções de carácter social que se relacionam com o processo educativo em toda a sua dimensão.

Agentes económicos debateram questões pertinentes dos diferentes sectores de atividade

Do programa da Expofacic, merecem também referência destacada as jornadas organizadas no âmbito do Dia do Empresário, Dia do Agricultor, Dia da Floresta, Dia do Ambiente e Dia da Biotecnologia, cujos debates foram mais uma vez muito concorridos.

Organizada pela Associação Empresarial de Cantanhede, a sessão do Dia do Empresário, os agentes económicos reuniram na Biblioteca Municipal de Cantanhede para assistirem à intervenção de José Gomes Ferreira, jornalista da SIC, que veio a Cantanhede falar sobre o tema "Portugal é Viável - Assumir o Passado, preparar melhor o Futuro". Presente no debate, o presidente da Câmara Municipal saudou o convidado, enaltecendo «o modo desapaixonado como tem abordado a realidade económica e financeira do país e destacou a oportunidade e o interesse de uma questão que tem tanto de oportuna quanto de inquietante». Para João Moura, «o Município de Cantanhede está na vanguarda das políticas de desenvolvimento de território viradas para o empreendedorismo de base local e para a inovação social apostando em sectores estratégicos de matriz diferenciadora. É esse o alcance do processo de desenvolvimento económico e social que o Município de Cantanhede tem vindo a impulsionar desde há mais de 15 anos», considera o autarca.

No que diz respeito ao Dia do Agricultor, foram de novo abordadas questões técnicas sobre métodos para rentabilização de diversos tipos de explorações agrícolas e pecuárias, bem como os mecanismos de apoio a quem trabalha no setor. Como habitualmente, o líder do executivo camarário também participou nos trabalhos, tendo afirmado pretender com a sua presença «dar expressão e reconhecimento à importância do setor agrícola no contexto da base económica do concelho e, em função disso, na Expofacic». O presidente da Câmara Municipal enfatizou «o valor das jornadas do Dia do Agricultor, sobretudo pelo diálogo que se estabelece com responsáveis e técnicos do setor» e exortou os agricultores a estarem «muito atentos a tudo o que diz respeito ao seu sector de atividade, seja no que se relaciona com os mecanismos de financiamento, seja na vertente técnica, seja ainda na organização da produção em função dos circuitos de distribuição».



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017

27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

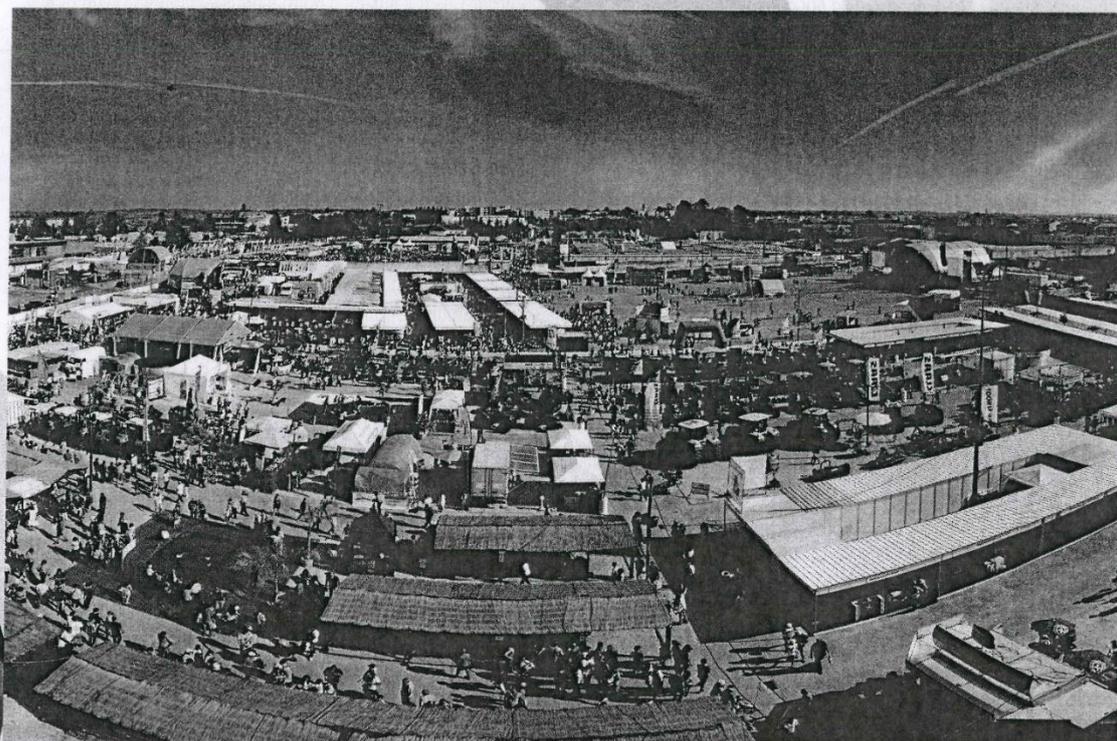
EXPOFACIC 2014

João Moura esteve ainda na palestra do Dia do Ambiente, onde os agentes económicos e sociais discutiram matérias relacionadas com a proteção ambiental e a sustentabilidade do meio ambiente com técnicos de várias entidades e empresas.

Outro setor que esteve em debate foi o florestal, durante um encontro (Dia da Floresta) que reuniu produtores, empresas e entidades ligadas a esta atividade, bem como entidades envolvidas em ações de regulação.

Em representação esteve a vice-presidente da autarquia, Helena Teodósio, que no encerramento reiterou «o compromisso da Câmara Municipal na promoção do desenvolvimento sustentável do território, o que inclui a floresta, a salvaguarda dos seus recursos e a criação de condições favoráveis à sua rentabilização económica». A autarca adiantou ainda que «o executivo está a avaliar a suas implicações jurídicas da nova legislação aplicável ao setor – entrou em vigor em Outubro 2013 – para ver até onde é que pode ir a sua intervenção, para depois proceder à atualização do Regulamento Municipal da Floresta, datado de 2004».

Finalmente, as sessões temáticas da Expofacic terminaram no Dia da Biotecnologia, que foi assinalado no auditório do Biocant Park com uma jornada sobre o Invowine, projecto I&D em curso no Biocant, com o qual se pretende desenvolver tecnologia e saber que permitam um aumento sustentável da produtividade da vinha, bem como um aporte de qualidade ao vinho. O presidente da Câmara Municipal, que preside também ao conselho de administração do Biocant Park, foi o moderador dos trabalhos.





**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

EXPOFACIC 2015

Ministra da Agricultura e do Mar visitou o certame

Inauguração da 25.ª Expofacic decorreu sob o signo das Bodas de Prata

«A Expofacic comemora as bodas de prata com uma vitalidade assinalável. Felicito a Câmara Municipal e todas as entidades envolvidas neste grande certame que tem no setor agrícola bem patente o reconhecimento da importância da agricultura» afirmou em 23 de julho de 2015, Assunção Cristas, então ministra da Agricultura e do Mar, durante a sua presença na Expofacic.

A representante do Governo falou sobre a inovação que é possível fazer na agricultura através do trabalho conjunto entre produtores e instituições de ensino. «A inovação na agricultura é muito importante», referiu, sublinhando que «esse tem sido sistematicamente o discurso do ministério e nós temos belíssimos exemplos no país de aliança entre os agricultores, a agroindústria e a universidade». Segundo Assunção Cristas, «a produção agrícola está muito dinâmica» e «o caminho do país é diferenciar-se pelos seus produtos tradicionais e também pela inovação que consiga juntar a esses produtos, como podemos ver nesta grande exposição feira».

Antes das declarações da ministra, o presidente da Câmara Municipal foi o anfitrião das entidades convidadas durante a cerimónia de abertura oficial da Expofacic, entre as quais se contavam os representantes das cidades geminadas com Cantanhede, designadamente Rio Maior, Cantanhede do Maranhão, Mêda e Alfortville. Como habitualmente, o líder do executivo camarário esteve acompanhado pelo presidente da Assembleia Municipal, José Maia Gomes, a vice-presidente da autarquia, Helena Teodósio, os vereadores Pedro Cardoso, Júlio Oliveira, Célia Simões, Carlos Ordens e Cristina de Jesus, bem como de presidentes de junta, elementos da Assembleia Municipal e outros autarcas.

Na sua intervenção, o presidente da Câmara Municipal passou em revista os 25 anos da Expofacic, assinalando «a constância de avanços e conquistas que alimenta a nossa confiança no desenrolar dos próximos capítulos», recordando a «iniciativa de Albano Pais de Sousa, cujo executivo camarário tomou a decisão de criar a feira em 12 de março de 1991», a «evolução com o executivo de Rui Crisóstomo» e o «grande salto qualitativo nos mandatos de Jorge Catarino, particularmente a partir do momento em que a organização foi entregue à Inova - EM, em 2003.

João Moura enfatizou «o dever de enaltecer o espírito de iniciativa e a persistência de quem teve a capacidade de decisão e o engenho para criar as condições que vieram a permitir a sua crescente afirmação como reflexo da pujança e do crescimento económico do município».

Considerando a Expofacic como «um espaço de confluência de exemplos de empreendedorismo» o autarca declarou-se convicto de que «o espírito empreendedor que o Município de Cantanhede tem vindo a evidenciar» lhe permitirá «tirar o melhor partido do novo pacote de fundos comunitários. Confiamos que vamos continuar a tirar bom partido dos apoios comunitários, neste caso do Portugal 2020, para o qual temos preparados vários projetos cuja execução reverterá em avanços importantes na criação de mais e melhores oportunidades de realização pessoal e profissional dos cidadãos, bem como na elevação dos seus padrões de qualidade de vida», sublinhou.

James e Alesso foram cabeças de cartaz num programa de luxo

Os James foram cabeça de cartaz da 25.ª Expofacic, um regresso a Cantanhede seis anos depois de terem protagonizado um dos maiores concertos de sempre do certame. A lendária banda de Manchester liderada por Tim Booth trouxe na bagagem os maiores sucessos daquela que é uma das mais consistentes e longevas carreiras do panorama da música rock, num misto que incluiu temas do seu mais recente trabalho discográfico, «La Petit Mort», editado em junho de 2014.

Também apoteóticos foram os espetáculos de Alesso, grande DJ e produtor sueco, o cantor espanhol Pablo Alborán e os brasileiros Natiruts, nomes em destaque num programa que teve também como momentos altos a atuação dos DAMA, Buraka Som Sistema, Anselmo Ralph, Expensive Soul e Pete Tha Zouk, Tony Carreira, Dengaz, Mastiksoul, Mariza e João Gentil, Pedro Cazanova, B4 Los Compadres e Diego Miranda, Miguel Araújo e os incontornáveis Xutos & Pontapés, a encerrar.

Por outro lado, o recinto da Expofacic foi todas as noites o maior e mais concorrido espaço de dança do país, com a presença de alguns dos mais criativos animadores do público apreciador de moderna música eletrónica e da intensidade dos ritmos frenéticos das tendências dominantes nas pistas de todo o mundo.

25 anos assinalados com exposições temáticas

A Expofacic assinalou os 25 anos com vários espaços dedicados a exposições temáticas. A mostra «Pedras na Praça: arte pública de João Cutileiro» deu a conhecer algumas das obras de arte pública que o artista realizou nas últimas décadas, segundo duas perspetivas de cada criação: a maquete de cada uma das esculturas, que Cutileiro realiza como verdadeiras obras originais, e em contraponto, fotografias de grandes dimensões das obras finais colocadas nos seus espaços públicos.

**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017

27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Grande afluência registou também a exposição de fotografia de João Catarino, prestigiado fotógrafo que trouxe a Cantanhede "Outras Terras, Outra Gente", imagens fantásticas obtidas em viagens por vários países. Paralelamente esteve patente ao público a mostra de fotografias das edições anteriores da Expofacic e que foram selecionadas no âmbito de um concurso promovido para assinalar os 25 anos do certame.

Outra proposta foi um percurso pelo universo das profissões tradicionais, algumas já quase inexistentes. Fruto do trabalho de recolha de Manuel Alves Teresinho, a coleção exposta incluía alfaias agrícolas, ferramentas, máquinas, equipamentos e vários artefactos característicos do século passado, desde a bigorna do ferreiro ao arado do lavrador, passando pela máquina de costura do alfaiate.

O Museu Delta Cafés, tendo como base a história do café, da empresa e do fundador da marca, Rui Nabeiro, esteve na Expofacic proporcionando aos visitantes uma perspetiva sobre o espólio de uma família que se confunde com o café, através de toda uma panóplia de objetos e utensílios usados na produção, torrefação e embalagem.

Finalmente, também o mundo Sagres - e de forma alargada o mundo da cerveja - marcou presença no evento. O Museu Sagres mostrou como Portugal é herdeiro desta tradição, deixada pela mão dos romanos, e a evolução desde as primeiras referências à cerveja no país, no séc. I a.C. até ao séc. XIX, graças ao esforço e dedicação dos nossos cervejeiros.

Expofacic/2015 registou resultados em linha com as anteriores edições

Resultados em linha com os das últimas edições. Este foi, em síntese, o balanço avançado pela comissão organizadora na primeira avaliação ao modo como decorreu a 25.ª Expofacic. O dado mais significativo a reter é que o certame confirma mais uma vez a sua sustentabilidade, ao ter gerado as receitas necessárias para fazer face às despesas. No encontro com a comunicação social, este foi de resto um dos indicadores mais valorizado pelos responsáveis, que enfatizaram ainda o interesse suscitado por algumas das novidades do programa que assinalou as Bodas de Prata do certame e que "dignificaram a celebração de uma efeméride marcante". Para o presidente da Câmara Municipal de Cantanhede, João Moura, "a Expofacic de 2015 evidenciou uma dinâmica extraordinária em todas as vertentes, tendo atingido um nível qualitativo que reforça o estatuto de maior e melhor feira de atividades económicas do país".

Segundo João Moura, "a chave desse estatuto que se consolida a cada ano que passa não é segredo para ninguém, é apenas o resultado da forte mobilização de todos os intervenientes e do excelente trabalho desenvolvido por uma equipa unida, determinada e absolutamente profissional em tudo aquilo que faz, uma equipa formada por elementos da Câmara Municipal e da Inova-EM, cujo presidente do conselho de administração, António Patrocínio Alves, teve mais uma vez um papel crucial na gestão operacional e financeira".

João Moura, que é também o presidente da comissão organizadora, faz questão de manifestar "o profundo reconhecimento a todas as entidades envolvidas no certame, às empresas e empresários, que são os intervenientes em torno dos quais se organizam todas as restantes valências, bem como às forças vivas do concelho, nomeadamente as associações, as juntas de freguesia, as escolas e as IPSS".

Por seu lado, António Patrocínio Alves, faz uma avaliação "extremamente positiva da edição das Bodas de Prata da Expofacic" e adianta que "a equipa responsável pela organização está muito satisfeita com os resultados, que aliás justificam o sentimento de dever cumprido. Nesta altura já sabemos que, há semelhança de anos anteriores, as receitas são de molde a cobrir as despesas, indicador bastante elucidativo do êxito registado", assinala aquele responsável.

Referindo que "o cartaz de espetáculos e a dinâmica que se procurou imprimir ao certame foram apostas ganhas porque o desafio foi encarado com muita ambição de modo a garantir excelentes padrões de qualidade em todas as vertentes", Patrocínio Alves aponta como momento alto do certame "o concerto dos James, o melhor de sempre na Expofacic, não apenas pela extraordinária afluência de público, mas também pelo ambiente fantástico que a banda soube criar e que culminou com dezenas de pessoas a subirem ao palco para cantarem a última canção, a convite de um Tim Booth visivelmente emocionado".

O líder da administração da empresa municipal destaca ainda o impacto de algumas iniciativas novas, "como o Dia das Comunidades, com a participação de representantes das comunidades emigrantes em vários países e que pode ter constituído o primeiro passo para a internacionalização da Expofacic, sem esquecer a Noite Branca que, ao ter esgotado a venda de t-shirts, reverteu numa verba apreciável a favor dos Bombeiros Voluntários".

A terminar o seu balanço, António Patrocínio Alves agradeceu "aos patrocinadores, que mais uma vez funcionaram como verdadeiros parceiros, aos expositores, às associações do concelho e outras entidades envolvidas", manifestando o desejo de que "a sua participação no próximo ano tenha expressão idêntica à de 2015".



**EXPO
FACIC**

27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

EXPOFACIC 2016

Expofacic/2016 foi mais um passo na consolidação do certame

"A Expofacic tem um grande impacto na dinamização de negócios", considerou o Secretário de Estado Adjunto e do Comércio na abertura oficial do certame que decorre em Cantanhede de 28 julho a 7 de agosto.

Revelando conhecer "o êxito alcançado em anteriores edições, o que de resto tem sido visível a vários níveis", Paulo Alexandre Ferreira afirmou que "a Expofacic representa o que de melhor Cantanhede tem para oferecer e que o seu sucesso reflete o espírito empreendedor que caracteriza o concelho. Este é um exemplo que o Governo quer capitalizar para Portugal" disse o membro do Governo, que a este respeito enfatizou "a importância da atividade do Biocant Park como projeto estruturante para a economia".

Antes da intervenção do Secretário de Estado, o presidente da Câmara Municipal havia referido "a ação que Município de Cantanhede tem desenvolvido para promover a crescente elevação dos padrões de qualidade de vida da população, com destaque para o esforço de modernização da base produtiva para sectores de maior valor acrescentado".

Segundo João Moura, "os frutos da aposta da autarquia têm aparecido também noutros setores, nomeadamente com os apreciáveis investimentos industriais que reforçam as cadeias de valor do nosso tecido empresarial e aumentam as oportunidades de trabalho qualificado".

A 26.ª Expofacic mostrou de novo porque se tornou no mais concorrido certame do país. Ao conjugar de modo particularmente bem conseguido a maior feira de atividades económicas do país com um cartaz de espetáculos fortemente mobilizador de diferentes públicos e com um programa de animação que é já uma referência, o evento tornou o Parque Expo-Desportivo de S. Mateus local de visita obrigatória durante onze noites, de 28 de julho a 7 de agosto.

Além dos cabeças de cartaz John Newman, Seu Jorge, Gabriel o Pensador e Juan Magan, pelo palco principal do evento desfilarão nomes como Rui Veloso, Pedro Abrunhosa & Comité Caviar, Xutos & Pontapés, Tony Carreira, Ana Moura, Carminho, António Zambujo, Miguel Araújo, The Gift, Deixem o Pimba em Paz, Boss AC, HMB e The Black Mamba, entre outros. Como habitualmente, as noites terminavam noutra zona do recinto, junto ao Palco Sagres, onde os anfitriões foram alguns dos mais reputados DJ's da atualidade.

Mas nem só de espetáculos se faz a Expofacic. Aspetos relevantes foram, como habitualmente, o grande envolvimento dos agentes socioculturais do concelho de Cantanhede e a forte representatividade dos setores industrial, comercial e agrícola em mais de 500 espaços de exposição, sem esquecer a forte procura da gastronomia regional nas afamadas tasquinhas. Estas foram, como sempre, local de confluência das famílias e dos amigos nos tradicionais jantares que marcavam o início de noites festivas que se prolongava pela madrugada fora.

Grande atração da edição de 2016 foi também a presença de "O Mundo dos Dinossauros", exposição que num espaço com mais de 1.500 m2 proporcionou uma grande viagem ao mundo animal dos períodos triássico, jurássico e cretácico. Na vertente dos serviços, são de destacar a existência de WI-FI gratuito para o público, bem como de uma nova versão da App Expofacic com novos atrativos e com toda a informação para apoiar os visitantes.

Na hora do balanço, a avaliação dos responsáveis sobre o modo como decorreu a 26.ª Expofacic convergiu na ideia de que os resultados superaram as expectativas, tendo confirmando mais uma vez a sustentabilidade do evento, traduzida em receitas suficientes para fazer face às despesas. Durante o encontro da comissão organizadora com os patrocinadores e a comunicação social, foi esse o indicador com mais enfoque no âmbito de uma apreciação geral em que foi também enfatizado o interesse suscitado por algumas das novidades que contribuíram para a valorização do evento.

Para o presidente da Câmara Municipal de Cantanhede, João Moura, "a Expofacic chegou a um patamar de qualidade surpreendente, está noutra dimensão relativamente a outras, e a nós cabe-nos a tarefa de reforçar a sua dinâmica nos próximos anos, tornando-a ainda mais apelativa. As famílias, as pessoas, sentem-se bem aqui e é a pensar nelas que estamos sempre a procurar incrementar melhorias e a criar novos motivos de interesse ao nível do cartaz de espetáculos e em todas as outras vertentes".

João Moura, que é também o presidente da comissão organizadora, enalteceu "o trabalho desenvolvido por grande equipa, constituída por profissionais da Câmara Municipal e da INOVA-EM", deixando "um testemunho de reconhecimento a todas as entidades envolvidas no certame, às empresas e empresários, que são os intervenientes em torno dos quais se organizam todas as restantes valências, bem como às forças vivas do concelho, nomeadamente as associações, as juntas de freguesia e as escolas e as IPSS".

No mesmo sentido foi a intervenção de António Patrocínio Alves, presidente do Conselho de Administração da INOVA-EM, entidade que, como habitualmente, teve a seu cargo a gestão financeira, administrativa e logística da Expofacic. Aquele responsável afirmou "que a comissão organizadora ficou muito satisfeita com os resultados", adiantando que "ficou de novo garantida a autossustentabilidade, ou seja, as receitas cobrem as despesas".

Referindo-se à intensa cobertura mediática da edição deste ano como a demonstração do reconhecimento nacional do certame, Patrocínio Alves lembrou a propósito que, "no dia 30 de julho, o Jornal da Uma e o Jornal das Oito da TVI foram emitidos em direto a partir de Cantanhede, com a inclusão de vários apontamentos de reportagem sobre temáticas locais, sem esquecer o especial de mais de uma hora na TVI24 com enfoque em aspetos relevantes do concelho".

Segundo o presidente do Conselho de Administração da INOVA-EM a importância mediática do evento foi também evidente no modo como a Rádio Comercial se associou à sua realização: "para além da campanha de promoção que esteve no ar durante vários meses, instalaram no recinto um estúdio, a partir do qual fizeram a transmissão dos concertos. Os profissionais da Rádio Comercial não tinham a noção da dimensão da Expofacic e ficaram verdadeiramente surpreendidos com o que vieram encontrar aqui. Ao encerrarem a emissão despediram-se com um até para o ano, o que quer dizer muito sobre a avaliação que fizeram de tudo o que aqui se passou durante 11 dias".

**EXPO
FACIC**27 Jul — 6 Ago 2017
27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial
CANTANHEDE

Grande afluência registou também a exposição de fotografia de João Catarino, prestigiado fotógrafo que trouxe a Cantanhede "Outras Terras, Outra Gente", imagens fantásticas obtidas em viagens por vários países. Paralelamente esteve patente ao público a mostra de fotografias das edições anteriores da Expofacic e que foram selecionadas no âmbito de um concurso promovido para assinalar os 25 anos do certame.

Outra proposta foi um percurso pelo universo das profissões tradicionais, algumas já quase inexistentes. Fruto do trabalho de recolha de Manuel Alves Teresinho, a coleção exposta incluía alfaias agrícolas, ferramentas, máquinas, equipamentos e vários artefactos característicos do século passado, desde a bigorna do ferreiro ao arado do lavrador, passando pela máquina de costura do alfaiate.

O Museu Delta Cafés, tendo como base a história do café, da empresa e do fundador da marca, Rui Nabeiro, esteve na Expofacic proporcionando aos visitantes uma perspectiva sobre o espólio de uma família que se confunde com o café, através de toda uma panóplia de objetos e utensílios usados na produção, torrefação e embalagem.

Finalmente, também o mundo Sagres – e de forma alargada o mundo da cerveja – marcou presença no evento. O Museu Sagres mostrou como Portugal é herdeiro desta tradição, deixada pela mão dos romanos, e a evolução desde as primeiras referências à cerveja no país, no séc. I a.C. até ao séc. XIX, graças ao esforço e dedicação dos nossos cervejeiros.

Expofacic/2015 registou resultados em linha com as anteriores edições

Resultados em linha com os das últimas edições. Este foi, em síntese, o balanço avançado pela comissão organizadora na primeira avaliação ao modo como decorreu a 25.ª Expofacic. O dado mais significativo a reter é que o certame confirma mais uma vez a sua sustentabilidade, ao ter gerado as receitas necessárias para fazer face às despesas. No encontro com a comunicação social, este foi de resto um dos indicadores mais valorizado pelos responsáveis, que enfatizaram ainda o interesse suscitado por algumas das novidades do programa que assinalou as Bodas de Prata do certame e que "dignificaram a celebração de uma efeméride marcante". Para o presidente da Câmara Municipal de Cantanhede, João Moura, "a Expofacic de 2015 evidenciou uma dinâmica extraordinária em todas as vertentes, tendo atingido um nível qualitativo que reforça o estatuto de maior e melhor feira de atividades económicas do país".

Segundo João Moura, "a chave desse estatuto que se consolida a cada ano que passa não é segredo para ninguém, é apenas o resultado da forte mobilização de todos os intervenientes e do excelente trabalho desenvolvido por uma equipa unida, determinada e absolutamente profissional em tudo aquilo que faz, uma equipa formada por elementos da Câmara Municipal e da Inova-EM, cujo presidente do conselho de administração, António Patrocínio Alves, teve mais uma vez um papel crucial na gestão operacional e financeira".

João Moura, que é também o presidente da comissão organizadora, faz questão de manifestar "o profundo reconhecimento a todas as entidades envolvidas no certame, às empresas e empresários, que são os intervenientes em torno dos quais se organizam todas as restantes valências, bem como às forças vivas do concelho, nomeadamente as associações, as juntas de freguesia, as escolas e as IPSS".

Por seu lado, António Patrocínio Alves, faz uma avaliação "extremamente positiva da edição das Bodas de Prata da Expofacic" e adianta que "a equipa responsável pela organização está muito satisfeita com os resultados, que aliás justificam o sentimento de dever cumprido. Nesta altura já sabemos que, há semelhança de anos anteriores, as receitas são de molde a cobrir as despesas, indicador bastante elucidativo do êxito registado", assinala aquele responsável.

Referindo que "o cartaz de espetáculos e a dinâmica que se procurou imprimir ao certame foram apostas ganhas porque o desafio foi encarado com muita ambição de modo a garantir excelentes padrões de qualidade em todas as vertentes", Patrocínio Alves aponta como momento alto do certame "o concerto dos James, o melhor de sempre na Expofacic, não apenas pela extraordinária afluência de público, mas também pelo ambiente fantástico que a banda soube criar e que culminou com dezenas de pessoas a subirem ao palco para cantarem a última canção, a convite de um Tim Booth visivelmente emocionado".

O líder da administração da empresa municipal destaca ainda o impacto de algumas iniciativas novas, "como o Dia das Comunidades, com a participação de representantes das comunidades emigrantes em vários países e que pode ter constituído o primeiro passo para a internacionalização da Expofacic, sem esquecer a Noite Branca que, ao ter esgotado a venda de t-shirts, reverteu numa verba apreciável a favor dos Bombeiros Voluntários".

A terminar o seu balanço, António Patrocínio Alves agradeceu "aos patrocinadores, que mais uma vez funcionaram como verdadeiros parceiros, aos expositores, às associações do concelho e outras entidades envolvidas", manifestando o desejo de que "a sua participação no próximo ano tenha expressão idêntica à de 2015".



XIX EXPOFACIC '09

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial

Cantanhede **24 de Julho** **500 EXPOSITORES**
02 de Agosto **43 TASQUINHAS**

24/07	DEOLINDA YVES LAROCK 2,50 € Live act JABA <small>www.exposfacic.com</small>	30/07	PLATINNUM ABBA JOÃO PEDRO PAIS 2,50 €
25/07	LUÍS REPRESAS 2,50 € DJ RITA MENDES 2,50 €	31/07	MUSTIGIRLS 2,50 € BURAKA SOM SISTEMA FERNANDO ALVIM
26/07	TONY CARREIRA 2,50 €	01/08	JAMES JOSS STONE 15,00 € PETE THA ZOUK
27/07	QUIM BARREIROS 2,50 €	02/08	XUTOS & PONTAPÉS DJ ALVARO COSTA 2,50 € DJ MIGUEL QUINTÃO
28/07	DANIELA MERCURY DJ MIGUEL RENDEIRO 5,00 €		
29/07	MARIZA 2,50 €		

ESTE ANO, NÃO VOU FALTAR!

comercial 30 **R MANTICA FM** **m80** **inova** **CANTANHEDE MUNICÍPIO**

Bilhetes à Venda:
www.plateia.pt
 Lojas FNAC
 Lojas Intermarché Cantanhede / Mealhada / Oliveira do Bairro,
 Postos de Turismo de Cantanhede, Coimbra,
 Figueira da Foz, Rota da Luz Aveiro

MARCAS DECIADAS: SAGRES, LUSO, marcialva, LICOR BEIRÃO, iagora, JORNAL OFICIAL

PATROCINADORES ESPECIAIS: CA, PISCOS, galp gás, edp, PT, crioestaminal, INTERMARCHE, festival

www.exposfacic.com www.cantanhede.com.pt www.plateia.pt



2010 XX EXPOFACIC

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede | FESTAS DO CONCELHO

500 EXPOSITORES
43 TASQUINHAS

Cantanhede | 23|07 a 01|08

<p>23 07 BURAKA SOM SISTEMA DJ VIBE 3,00 €</p> <p>24 07 RUI VELOSO DJ SET BONS RAPAZES. MIGUEL QUINTÃO E ALVARO COSTA 3,00 €</p> <p>25 07 KUTOS & PONTAPÉS DJ FERNANDO ALVIM 3,00 €</p> <p>26 07 D'ZRT PROJECT DJ MIGUEL RENDEIRO 3,00 €</p> <p>27 07 THE AUSTRALIAN PINK FLOYD EDWARD MAYA 7,00 €</p>	<p>28 07 AMÁLIA HOJE ANA MOURA 3,00 € DJ PAULINO COELHO</p> <p>29 07 JOSÉ CID DJ MISS PINK 3,00 €</p> <p>30 07 ÍDOLOS 3,00 € DJ PEDRO CAZANOVA</p> <p>31 07 JAMES MORRISON ANA FREE 8,00 € DJ RUI VARGAS</p> <p>01 08 TONY CARREIRA DJ DIEGO MIRANDA 3,00 €</p>
---	--



20 anos *E EU, NÃO VOU FALTAR!!!*

Bilhetes à Venda:
Lojas Intermarché Cantanhede / Mealhada
Posta de Turismo de Cantanhede, Coimbra,
Figueira da Foz,
Turismo do Centro de Portugal Aveiro
Estações de Correio e em www.ctt.pt

Fnac, Worten, C. C. Dolce Vita, El Corte Inglés,
Lojas Viagens Abreu, Lojas MegaRede
e www.ticketline.sapo.pt.
RESERVAS: 707 234 234

www.inova-em.pt
www.cantanhedeonline.pt
www.expo-fac.ic.gov.pt

PATROCINADORES OFICIAIS










JORNAL OFICIAL



TELEVISÃO OFICIAL



MARCAS OFICIAIS










XXI EXPOFACIC 2011

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede | FESTAS DO CONCELHO

**500 EXPOSITORES
43 TASQUINHAS**

Cantanhede 22 a 31 de Julho

22 07 DEOLINDA AUREA DIEGO MIRANDA 3.00 €	27 07 CARLOS DO CARMO CAMANÉ CARLOS FAUVRELLE 3.00 €
23 07 XUTOS & PONTAPÉS FUNKYOU2 3.00 €	28 07 PEDRO ABRUNHOSA & COMITÉ CAVIAR FERNANDO ALVIM 3.00 €
24 07 TONY CARREIRA KIKA LEWIS 3.00 €	29 07 GNR PETE THA ZOUK DEZPERADOS 3.00 €
25 07 JOÃO PEDRO PAIS PEDRO CAZANOVA 3.00 €	30 07 JAMES BLUNT ERICK MORILLO EDDIE FERRER 8.00 €
26 07 MORCHEEBA EXPENSIVE SOUL MASTIKSOUL 7.00 €	31 07 RUI VELOSO RUI VARGAS 3.00 €

Bilhetes à Venda:
Loja Intermarché Cantanhede / Moitada
Praça de Turismo de Cantanhede, Coimbra,
Figueira da Foz, Turismo do Centro de Portugal Aveiro
Estações de Comboio e em www.ot.pt

www.ticketline.sapo.pt, Prac. Wollen, C. C. Dolor Vita, El Corte Inglés, Casino Lisboa,
Galeria Comercial Campos Pequenos, Lojas Viagens Abreu,
INFORMAÇÕES/RESERVAS: Ligue 1820 (24 horas)

E EU, NÃO VOU FALTAR!!!

PATROCINADORES OFICIAIS



XXII 2012 EXPOFACIC

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede | FESTAS DO CONCELHO

**500 EXPOSITORES
43 TASQUINHAS**
**25/07 A 05/08
CANTANHEDE**

**25 | 07 DAVID CARREIRA
DIEGO MIRANDA FT
ANA FREE
DJ KURA** 3.50 €

**26 | 07 PEDRO ABRUNHOSA &
COMITÉ CAVIAR
MÓNICA FERRAZ
DJ PEDRO TABUADA** 3.50 €

**27 | 07 BURAKA SOM SISTEMA
MASTIKSOUL
MIRROR PEOPLE
(RUI MAIA * X-WIFE) + DJ KITTEN (X-WIFE)** 3.50 €

**28 | 07 TONY CARREIRA
NO DJS ANTENA 3** 3.50 €

**29 | 07 JORGE PALMA & FRIENDS
(TIM, CRISTINA BRANCO, TIAGO BETTENCOURT)
MICAELA
MIGUEL RENDEIRO** 3.50 €

**30 | 07 RICHIE CAMPPELL
RITA MENDES** 3.50 €

**31 | 07 ? ARTISTA INTERNACIONAL
BOOKA SHADE (DJ SET)
CLUB BANDITZ** 8.00 €

**01 | 08 MARIZA
TIKOS GROOVE** 3.50 €

**02 | 08 PAULO GONZO
AMOR ELECTRO
FERNANDO ALVIM** 3.50 €

**03 | 08 BOSS AC
PETE THA ZOUK
JOHNWAYNES** 3.50 €

**04 | 08 MIKA
TIM ROYKO+COSMO KLEIN
MOULLINEX** 9.00 €

**05 | 08 XUTOS & PONTAPÉS
FUNKyou2 THE PARTY ROCKERS!** 3.50 €

E EU, NÃO VOU FALTAR!!!

Bilhetes à Venda:

Lojas Intermarché Cantanhede / Mealhada
Ponto de Turismo de Cantanhede, Coimbra, Figueira da Foz, Turismo do Centro de Portugal Aveiro
Estações de Correio e em www.ct.pt

www.ticketline.sapo.pt, Frac. Worten, C. C. Dolce Vita, El Corte Inglés, Casino Lisboa, Galeria Comercial Campo Pequeno, Lojas Viagens Abreu.
INFORMAÇÕES/RESERVAS: Ligue 1520 (24 horas).

PATROCINADORES OFICIAIS



TELEVISÃO OFICIAL

MARCAS OFICIAIS



RÁDIO OFICIAL



JORNAL OFICIAL





XXIII EXPOFACIC 2013

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede | FESTAS DO CONCELHO

25/07 A 04/08

CANTANHEDE

500 EXPOSITORES | 43 TASQUINHAS

25 JULHO
RICHEL CAMPBELL
PETE THA ZOUK
 XINOBI 3.50€

26 JULHO
JOSÉ CID
 PEDRO CAZANOVA 3.50€

27 JULHO
XUTOS & PONTAPÉS
 FUNKYOU2 THE PARTY ROCKERS! 3.50€

28 JULHO
TONY CARREIRA
 DAVID ANTUNES & THE MIDNIGHT BAND
 + PEDRO FERNANDES 3.50€

29 JULHO
OS AZEITONAS
CARMINHO
 KARETUS 3.50€

30 JULHO
STEVE AOKI
BURAKA SOM SISTEMA
 DJ RUSTY 9.00€

04 AGOSTO
 3.50€

31 JULHO
RESISTÊNCIA
 DJ RIDE 3.50€

01 AGOSTO
EXPENSIVE SOUL
 SQUEEZE THEEZE PLEEZE
 FERNANDO ALVIM 3.50€

02 AGOSTO
GABRIEL O PENSADOR
MASTIKSOUL feat. DMOL
 DJ OVERULE 3.50€

03 AGOSTO
KEANE
 LIQUIDEEP
 D'JAY RICH E ANTÓNIO MENDES 9.00€

04 AGOSTO
RUI VELOSO
 KURA 3.50€

E EU, NÃO VOU FALTAR!!!

Bilhetes à Venda:
 Lojas Intermarché Cantanhede / Mealhada; Posto de Turismo de Cantanhede, Coimbra,
 Turismo do Centro de Portugal Aveiro
 Estações de Correio e em www.ctt.pt

www.ticketline.sapo.pt, Frac, Worten, C. C. Dolce Vita, El Corte Inglés, Casino Lisboa,
 Galeria Comercial Campo Pequeno, Lojas Viagens Abreu, C.C. MMM, C.C. Mundicenter e Ag. A.B.E.P.;
 INFORMAÇÃO/RESERVAS: Ligue 1420 (24 horas)

PATROCINADORES OFICIAIS
































XXIV 2014 EXPOFACIC

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede | FESTAS DO CONCELHO

25/07 A 03/08 CANTANHEDE

500 EXPOSITORES | 45 TASQUINHAS

25 JULHO
ANSELMO RALPH KURA
 HENRI JOSH 3.50€

26 JULHO
TONY CARREIRA
 DAVID SILVA
 CRISE 3.50€

27 JULHO
PEDRO ABRUNHOSA & COMITÉ CAVIAR
 DUPLA METE CÂ SETS 3.50€

28 JULHO
RUDIMENTAL DJ SET
RICHIE CAMPBELL
 KARETUS 9.00€

29 JULHO
ANA MOURA
ANTÓNIO ZAMBUJO
 DJ SEXATION 3.50€

30 JULHO
GNR + GNR
MICHAEL CALFAN
 DIOGO MENASSO 3.50€

27 JULHO
SOMOS PORTUGAL

31 JULHO
MASTIKSOUL KLINGANDE
 5-30 3.50€
 FERNANDO ALVIM

01 AGOSTO
BURAKA SOM SISTEMA
 DJ RIDE 3.50€
 THE FUCKING BASTARDS

02 AGOSTO
KAISER CHIEFS
BORGEOUS
 WE TRUST 9.00€
 MOULLINEX + XINOBI

03 AGOSTO
XUTOS & PONTAPÉS
 ULTRA LEVE 3.50€
 DJ ODER

EU VOU LÁ ESTAR!!!

www.expo2014.pt | www.cantanhedeonline.pt | www.inova-em.pt | facebook.com/expo2014

Silhetas à Venda:
 Lojas Intermarché Cantanhede / Mealhada; Posto de Turismo de Cantanhede, Coimbra,
 Turismo do Centro de Portugal Aveiro
 Estações de Correio e em www.ctl.pt

www.ticketline.sapo.pt, Fnac, Ag. Viagens Abreu, Worten, A.B.E.P., Casino Lisboa, C. C. Dolce Vita, C.C. Mundicenter, El Corte Inglés,
 Galeria Comercial Campo Pequeno, MMM Ticket, UTicketline e INFORMAÇÃO/RESERVAS: Ligue 1820 (24 horas);
 PATROCINADORES OFICIAIS



EXPOFACIC 2015

Exposição | Feira Agrícola, Comercial e Industrial de Cantanhede

23/07 A 02/08

CANTANHEDE

500 EXPOSITORES | 45 TASQUINHAS

23 JULHO
BURAKA SOM SISTEMA
DAMA
DJ SLIMCUTZ 4.00€

24 JULHO
ANSELMO RALPH 4.00€
FUNKYOU2

25 JULHO
EXPENSIVE SOUL
PETE THA ZOUK 4.00€
NILTON
EDDIE FERRER

26 JULHO
TONY CARREIRA 4.00€
MIGUEL RENDEIRO

27 JULHO
MASTIKSOUL
DENGAZ 4.00€
OVERULE

28 JULHO
ALESSO 12.00€
LUCAS & STEVE
PABLO ALBORAN
JONH MAYZE & MIGUEL FARIA

29 JULHO
MARIZA 4.00€
JOÃO GENTIL
MENINOS DA VADIAGEM

30 JULHO
NATIRUTS 4.00€
PEDRO CAZANOVA
DJ FERNANDO ALVIM

31 JULHO
B4 LOS COMPADRES 4.00€
MIGUEL ARAÚJO
DIEGO MIRANDA
MAGAZINO

1 AGOSTO
JAMES 12.00€
KURA
OCTAPUSH DJ SET

2 AGOSTO
 **PORTUGAL EM FESTA** 4.00€
XUTOS & PONTAPÉS
BOYS À LA CARTE
LIGHTZOFF
KITU

EU VOU LÁ ESTAR!!!

Bilhetes à Venda:
 Lojas Intermarché Cantanhede / Mealhada; Posto de Turismo de Cantanhede,
 Coimbra, Turismo do Centro de Portugal Avenço
 Estações de Comboio e em www.ctt.pt

http://www.blueticket.pt

PATROCINADORES OFICIAIS





distribuição





MARCAS OFICIAIS










RUBiS

GÁS






TELEVISÃO OFICIAL



RÁDIO OFICIAL



SÓ GRANDES MÚSICAS.

JORNAL OFICIAL



www.cantanhedeonline.pt | www.inova-em.pt | facebook.com/expofacic

www.expofacic.tv

26^a EXPOFACIC 2016

EXPOSIÇÃO | FEIRA AGRÍCOLA, COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CANTANHEDE

28 JULHO 4€

THE GIFT
DEIXEM O PIMBA EM PAZ
DYNAMIC DUO

29 JULHO 4€

BOSS AC
HMB
THE BLACK MAMBA
DJ VIBE
XINOBI

30 JULHO 4€

XUTOS E PONTAPÉS
DJ RIDE
MIGUEL QUINTÃO

31 JULHO 4€

TONY CARREIRA
OLGA RYAZANOVA

1 AGOSTO 4€

NELSON FREITAS & FRIENDS
[SARA TAVARES E MIKKEL SOLNADO]

HUGO TABACO
DJ POPPY
KITU

2 AGOSTO 12€

SEU JORGE
ORELHA NEGRA
NINJA KORE

BILHETES GRUPO:
2 E 5 AGO: 4 ADULTOS - 40,00€ CADA DIA
RESTANTES DIAS: 4 ADULTOS - 14,00€ CADA DIA



BILHETES À VENDA EM BLUETICKET.PT E NOS LOCAIS HABITUAIS; LOJAS INTERMARCHÉ CANTANHEDE / MEALHADA; POSTO DE TURISMO DE CANTANHEDE E COIMBRA; TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL - AVEIRO; ESTAÇÕES DE CORREIO: WWW.CTT.PT
AS CRIANÇAS COM MENOS DE 12 ANOS (11 ANOS INCLUSIVE) NÃO PAGAM ENTRADA
WWW.EXPOFACIC.PT WWW.FACEBOOK.COM/EXPOFACIC

3 AGOSTO 4€

ANA MOURA
CARMINHO
NUNO LUZ & CATARINA MIRANDA

4 AGOSTO 4€

PEDRO ABRUNHOSA
[& COMITÉ CAVIAR]
DIOGO PIÇARRA
ANA ISABEL ARROJA
THE FUCKING BASTARDS

5 AGOSTO 12€

JOHN NEWMAN
GABRIEL O PENSADOR
JUAN MAGAN
JOANA PEREZ & ROB WILLOW

6 AGOSTO 4€ NOITE BRANCA

ANTÓNIO ZAMBUJO
MIGUEL ARAÚJO
DJEFF AFROZILA
JOÃO VAZ
VON DI CARLO

7 AGOSTO 4€

RUI VELOSO
LILIANA LUZ
WILSON HONRADO
BOYS À LA CARTE

O MUNDO DOS DINOSSAUROS
500 EXPOSITORES | 45 TASQUINHAS

28 JUL a 7 AGO
CANTANHEDE



TELEVISÃO OFICIAL
SOMOS PORTUGAL - 31 JULHO

PATROCINADORES OFICIAIS



ORGANIZAÇÃO



MARCAS OFICIAIS





EXPO FACIC

27 Jul — 6 Ago 2017

27ª Feira Agrícola,
Comercial e Industrial

CANTANHEDE

■ 27 Jul / 4€
**RICHE CAMPBELL
DENGZ**
MAGAZINO

■ 28 Jul / 4€
**KURA
JIMMY P
VIRGUL**
MENAKA

■ 29 Jul / 4€
**GOD SAVE THE
QUEEN
REDFOO & THE
PARTY- ROCK CREW**
FRANCISCO CUNHA

■ 30 Jul / 4€
TONY CARREIRA
SARA SANTINI

■ 31 Jul / 4€
**D.A.M.A
KARETUS**
MENASSO

■ 1 Ago / 4€
**DIOGO PIÇARRA
SALVADOR SOBRAL**
KEVU

■ 2 Ago / 4€
**MARIZA
CUCA ROSETA**
DIANA OLIVEIRA

■ 3 Ago / 12€
**THE CRANBERRIES
NAUGHTY BOY**
RODRIGO VIEIRA

■ 4 Ago / 4€
**AGIR
AUREA
DIEGO MIRANDA**
STEVEN ROD

Noite Branca

■ 5 Ago / 4€
**C4 PEDRO
MATIAS DAMÁSIO**
RIOT

■ 6 Ago / 4€
**XUTOS &
PONTAPÉS
BRIGADA VITOR
JARA**
OVERULE

■ 30 Jul
Somos Portugal

www.expofacic.pt



500 EXPOSITORES
45 TASQUINHAS

EXPOSIÇÃO
"ARTE EM PEÇAS"

BILHETES À VENDA www.bol.pt

Postos de Turismo Cantanhede e Coimbra / Turismo do Centro Portugal - Aveiro
Lojas Intermarché Cantanhede e Mealhada



EXPO FACIC

26 JUL

22H30 SLOW J

00H00 CLUB BANDITZ

02H00 PUTZGRILLA

29 JUL

23H30 TONY CARREIRA

01H30 GAROTAS DE IPANEMA

SOMOS PORTUGAL

2 AGO

22H30 CALEMA

00H00 NELSON FREITAS

02H00 NINJA KORE

27 JUL

22H30 MISHLAWI

00H00 MARCELO D2

01H30 BEATBOMBERS

03H00 BONAS RAPAZES - ALVARO COSTA E MIGUEL QUINTÃO

30 JUL

22H30 PIRUKA

00H00 HMB

02H00 ROB WILLOW

3 AGO

22H30 MIGUEL ARAÚJO

23H45 AZEITONAS

01H30 NUNO LUZ / ANA ISABEL ARROJA

31 JUL

22H30 THE WATERBOYS

00H00 JOSÉ CID

02H00 MENINOS DA VADIAGEM

4 AGO

22H30 JAMES ARTHUR

00H00 MASTIKSOUL

02H30 XINOBI

28 JUL

21H30 VASCO PALMEIRIM E NUNO MARKL

22H30 THE DIRE STRAITS EXPERIENCE

00H00 HITS POP ROCK PORTUGUÊS 80/90

02H00 NELSON MIGUEL

1 AGO

22H00 EDUARDO MADEIRA E MANUEL MARQUES

23H00 ANA MOURA

01H00 MAURO BARROS

5 AGO

23H45 XUTOS & PONTAPÉS

01H30 VON DI CARLO

MIL MOTIVOS. UM DESTINO.

