

Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Relatório de Estágio

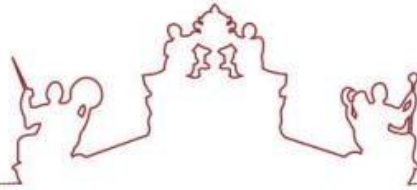
**Estágio curricular na Fundação Eugénio de Almeida:
planeamento de eventos**

Maria da Veiga Malta Rosado Pereira

Orientador

Ana Maria Ferreira

Évora 2019



Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Relatório de Estágio

**Estágio curricular na Fundação Eugénio de Almeida:
planeamento de eventos**

Maria da Veiga Malta Rosado Pereira

Orientador

Ana Maria Ferreira

Évora 2019



O relatório de estágio foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Ciências Sociais:

Presidente:

Maria do Rosário Pereira da Silva Borges (Universidade de Évora)

Vogais:

Ana Maria Alves Pedro Ferreira (Universidade de Évora) (Orientador)

Maria Noémia Nunes Vieira Marujo (Universidade de Évora) (Arguente)

“O que a Natureza Do Universo mais ama é transformar coisas que existem e criar novas coisas com elas. Pois tudo que existe é, de algum modo a semente daquilo que será”

Marco Aurélio

Agradecimentos

Agradeço a todo o corpo docente do curso de turismo, em especial aos meus professores de mestrado que contribuíram para a realização do mesmo. Tenho a destacar a minha professora e orientadora Prof.^a Doutora Ana Ferreira, como também agradecer toda a ajuda que me foi dada pela Prof.^a Doutora Noémi Marujo.

Aos restantes professores, pois sem eles não tinha conseguido chegar até aqui em especial ao Prof.^o Doutor Jaime Serra e à Prof.^a Maria do Rosário Borges.

Agradeço a toda a equipa de trabalho do Centro de Arte e Cultura da Fundação Eugénio de Almeida que me ajudaram bastante e foram incansáveis em especial ao diretor artístico José Alberto Ferreira e à minha orientadora Doutora Fátima Murteira por todo o apoio que me deram.

Agradeço aos Serviços Académicos da Universidade de Évora pela ajuda que me facultaram e pela forma como me receberam.

Agradeço a toda a minha família por estar do meu lado, por me apoiar por todas as situações do meu dia- a -dia.

Agradeço aos meus amigos e amigas mais próximos que sempre me apoiaram e me deram muita força.

Finalizo com o mais importante, pois os últimos são os primeiros ao meu filho José Maria por me ter dado a coragem necessária para ultrapassar os obstáculos que me foram aparecendo no meu percurso.

Resumo

O presente relatório de estágio tem como objetivo descrever, analisar e elaborar uma reflexão crítica sobre as atividades desenvolvidas durante o período de estágio, no Centro de Arte e Cultura (CAC).

O Centro de Arte e Cultura é um espaço direcionado para a promoção e divulgação de atividades artísticas e culturais, tendo como valores o compromisso social e a sustentabilidade.

As atividades apresentadas pelo Centro de Arte e Cultura englobam programas multidisciplinares, formativos e inclusivos (e.g. exposições, projetos performativos, serviço educativo, entre outros).

Quanto às atividades realizadas durante o período de estágio, são de realçar a exposição WAH!, Encontros com Artistas, festival Lá Fora, entre outras. O resultado obtido, após a elaboração destas atividades e da conclusão do estágio, foi positivo, uma vez que foi muito enriquecedor, quer a nível pessoal, quer a nível profissional, pois, foram adquiridos novos conhecimentos, saberes, competências e experiências relativamente ao planeamento de eventos.

Palavras-chave: Turismo; Cultura; Planeamento de eventos; Centro de Arte e Cultura; Património

Abstract

Event Planning – Centro de Arte e Cultura of the Fundação Eugénio de Almeida

The present main objective of this report is to provide a description analysis and critical reflection of the activities developed during the internship period in the institution Centro de Arte e Cultura (CAC).

The Centro de Arte e Cultura is a space directed to the promotion and dissemination of artistic and cultural activities, whose values are social commitment and sustainability.

The activities presented by the Centro de Arte e Cultura include multidisciplinary, formative and inclusive programs (eg exhibitions, performance projects, educational service, among others).

As for the activities performed during the internship period, it is worth mentioning the exhibition WAH!, Encounters with Artists, festival Outside, among others. The result obtained after the preparation of these activities and the completion of the internship was positive, as it was very enriching, both personally and professionally, as new knowledge, knowledge, skills and experiences were acquired regarding planning. of events.

Keywords: Tourism; Culture; Event planning; Centro de Arte e Cultura; Patrimony

Siglas e Abreviaturas

CAC - Centro de Arte e Cultura

ICOMOS - International Council on Monuments and Sites

OMT - Organização Mundial de Turismo

UNWTO - World Tourism Organization

Índice

Introdução	11
Capítulo I - Fundamentação teórico-conceitual	13
1.1. Turismo e Cultura	14
1.1.1. Conceito de turismo	14
1.1.2. Conceito de cultura	16
1.1.3. Turismo cultural	18
1.1.4. Impactos do turismo cultural	21
1.2. Turismo e Eventos	24
1.2.1. Conceito de evento	24
1.2.2. Tipologia de eventos	27
1.2.3. Categoria de eventos	33
1.2.4. Planeamento e fase de evento	35
1.2.5. Turismo de eventos	36
1.2.6. Impactos do turismo de eventos	37
Capítulo II - Metodologia	41
2.1. Abordagem Metodológica	42
Capítulo III - Caracterização da entidade acolhedora - Centro de Arte e Cultura.....	45
3.1. Origem da Fundação Eugénio de Almeida	46
3.1.1. Missão	47
3.1.2. Finalidades	49
3.2. Património	51
3.2.1. Centro de Arte e Cultura	55
3.2.1.1. Equipa do Centro de Arte e Cultura	57
3.2.2. Gestão patrimonial	57
Capítulo IV - Descrição das atividades realizadas no período de estágio	59
4.1. Principais atividades	60

4.2. Exposição WAH!	65
4.3. Encontros após a Exposição WAH!	68
4.3.1. Resultados da aplicação dos questionários	69
4.4. Festival Internacional de Artes Performativas – Lá Fora	72
4.5. Evento da Universidade Católica Portuguesa	74
Capítulo V - Análise e reflexão crítica das atividades.....	77
Conclusão	80
Referências Bibliográficas	83
Anexos	90
Anexo I – Questionário de Avaliação	91

Índice de Figuras

Figura 1- Níveis de estudo dos eventos.....	27
Figura 2- Tipologia de eventos consoante o tema.....	28
Figura 3- Fases do evento.....	35
Figura 4- Pátio de São Miguel.....	51
Figura 5- Paço dos Condes de Basto.....	52
Figura 6-Palácio da Inquisição.....	52
Figura 7- Convento da Cartuxa.....	53
Figura 8- Casas Pintadas.....	54
Figura 9- Adega da Cartuxa (parte exterior).....	55
Figura 10- Adega da Cartuxa (parte interior).....	55
Figura 11- Centro de Arte e Cultura.....	56
Figura 12- Cartaz do Seminário.....	61
Figura 13- Apresentação de um projeto por uma das participantes no FEMeeting.....	63
Figura 14- Cartaz da peça de teatro “Alguns desvarios sobre isto e aquilo”.....	64
Figura 15- Cartaz do <i>WAH!</i>	66
Figura 16- Cartaz dos Encontros com Artistas.....	68
Figura 17- Cartaz do festival Lá Fora 2018.....	72
Figura 18 - Preparação da mesa para a prova de vinhos.....	75
Figura 19 - Prova de vinhos no Centro de Arte e Cultura.....	75
Figura 20- Prova de vinhos no Centro de Arte e Cultura.....	76
Figura 21- Vinhos apresentados na Prova de vinhos.....	76

Índice de Quadros

Quadro 1- Impactos positivos e negativos consoante a esfera do evento	24
Quadro 2 - Questões do questionário de avaliação.....	43
Quadro 3- Artistas e respetivas obras presentes na exposição WAH!	66

Índice de Gráficos

Gráfico 1- Participação nas sessões anteriores dos Encontros com artistas	69
Gráfico 2- Avaliação do programa Encontros com artistas	70
Gráfico 3- Opinião sobre os temas explorados no programa Encontros com artistas ...	70
Gráfico 4- Contacto presencial com as artistas nos Encontros	70
Gráfico 5- Troca de informações e experiências entre artistas e participantes	71

Introdução

O presente relatório de estágio encontra-se inserido no âmbito do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos, da Universidade de Évora. O seu objetivo passa por descrever, analisar e elaborar uma reflexão crítica sobre as atividades desenvolvidas no estágio, o qual foi realizado no Centro de Arte e Cultura (CAC) da Fundação Eugénio de Almeida, tendo decorrido entre 6 de março de 2018 e 14 de julho de 2018.

Os objetivos específicos visam analisar o funcionamento diário do CAC; prestar serviços nos eventos de carácter diferenciado; apostar na experiência de cada pessoa que participa nos eventos; criar estratégias de melhoria de funcionamento do CAC; aliar o turismo à sociedade, através de diversos eventos; desenvolver novas atividades relacionadas aos eventos e novas aprendizagens sobre a cidade.

O interesse e justificação pela temática do planeamento de eventos, deve-se ao facto da cultura e do turismo estarem interrelacionados, não existindo turismo sem cultura (Richards, 2009; Marujo, 2014a).

Dentro da cultura, encontram-se os eventos que “...são criados para identificar um lugar, para valorizar as tradições de uma região ou localidade, para atrair turistas ou para criar ou melhorar uma imagem favorável do destino” (Marujo, 2015: 14).

A cidade escolhida para a realização do estágio foi a cidade de Évora, devido ao fator de proximidade do local de residência da estagiária e da Universidade, aliado às potencialidades na área da cultura que contribuem para promover a cidade, enquanto destino turístico.

Relativamente à supervisão de estágio, no CAC foi escolhida a Dr.^a Fátima Murteira, tendo ficado responsável pelo apoio e coordenação das atividades desenvolvidas durante o período de estágio. Na Universidade, foi escolhida a Professora Dr.^a Ana Maria Ferreira, que acompanhou e orientou todo o trabalho desenvolvido, desde o estágio até à elaboração do relatório de estágio.

Quanto à estrutura do relatório de estágio, a mesma encontra-se dividida em cinco capítulos. O primeiro capítulo apresenta uma fundamentação teórico-conceitual

relacionada com as temáticas trabalhadas durante o período de estágio, nomeadamente a relação entre turismo e cultura e turismo e eventos.

O segundo capítulo descreve a metodologia utilizada na elaboração deste relatório. O terceiro capítulo caracteriza a entidade acolhedora de estágio, o Centro de Arte e Cultura, assim como, alguns dos principais patrimónios da Fundação Eugénio de Almeida. O quarto capítulo apresenta a descrição das atividades desenvolvidas durante o período de estágio, realçando as atividades realizadas na exposição *WAH!*, Encontros com Artistas, Festival Lá Fora, evento privado da Universidade Católica Portuguesa, entre outros. Por sua vez, o último capítulo analisa e reflete de forma crítica sobre as atividades desenvolvidas, descrevendo a relevância das mesmas e do planeamento de eventos.

Capítulo I – Fundamentação Teórico-Conceptual

1.1. Turismo e Cultura

1.1.1. Conceito de turismo

O conceito de turismo tem sido debatido por diversos autores ao longo do tempo, devido ao facto de ser um sector em constante crescimento e uma forma de lazer que caracteriza a sociedade atual (Page e Connell, 2006).

Por ser um fenómeno social complexo capaz de produzir mudanças sociais profundas nas sociedades, o conceito de turismo e de investigação social estão interrelacionados com as sociedades modernas, não podendo dissociar-se (Brito, 2007).

Estas sociedades englobam todas as pessoas, quer a nível geográfico, quer a nível de grupos e estratos sociais, ou seja, o turismo aumenta o processo de internacionalização da economia e da cultura, enquanto contribui para a melhoria das infraestruturas de comunicação e transporte (Barreto, 2007).

Segundo a Organização Mundial de Turismo (UNWTO, 2008), o turismo corresponde a um fenómeno social, cultural e económico que se encontra associado ao movimento de pessoas para lugares fora do seu local habitual de residência, tendo o prazer como motivação frequente.

O turismo refere-se às atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadias, em locais fora da sua residência habitual, por um período contínuo que não ultrapasse um ano, quer seja para fins recreativos, quer seja para fins de negócios ou outros (Cunha, 2013).

Page (2014) corrobora Cunha (2013), ao afirmar que o turismo é o campo que estuda as atividades humanas e de negócios relacionadas com aspetos do movimento temporário de pessoas para fora das suas comunidades restritas de residência e locais de trabalho diário, por motivos de negócios, lazer ou pessoais.

Para além disso, o turismo permite conceber novos territórios turísticos, de reconhecimento e usufruto de diferentes patrimónios, através da (re) funcionalização de novos espaços de lazer, o que lhes confere novos usos e significados (Simões, 2016).

Por esse motivo, o desenvolvimento dos países, regiões ou locais deve ser adequadamente planeado, para que exista preservação dos territórios turísticos junto com a competitividade da oferta turística, qualidade dos serviços prestados, política de formação e qualificação adequada dos colaboradores, o que levará ao crescimento sustentável e estabilidade das empresas, a médio e longo prazo.

O desenvolvimento sustentável permite promover e preservar as culturas locais, aquando a realização de atividades culturais (Rasoolimanesh e Jaafar, 2017). Contudo, ao aumentar as infraestruturas públicas básicas, para tentar satisfazer as necessidades dos turistas, pode-se colocar em risco os patrimónios locais (Su e Wall, 2014).

Se os territórios turísticos e os respetivos patrimónios não forem respeitados, corre-se o risco de perder o estado natural das coisas, ou seja, a autenticidade do património e da cultura, facto que pode ser agravado pelo turismo de massas e mercantilização de atrações, entretenimento, popularidade e desejo de aumento de lucro rápido.

É a partir da autenticidade e da identidade de cada local, que se constroem produtos turísticos que envolvem e suscitam interesse para experiências turísticas valiosas e significativas (Boavida, 2012).

Estas experiências estão associadas aos processos sociais, culturais e psicológicos, ou seja, processos de memória, devido ao facto de serem uma construção científica social ambígua (Larsen, 2007).

A ambiguidade das experiências turísticas pode ser justificada pela ausência de um conceito de experiência que seja aceite por todos os autores, pois, cada autor interpreta da sua maneira a caracterização da experiência do consumidor e os diversos aspetos inerentes, tais como: atividades, ambiente, meio social onde ocorrem (Pérez, 2009).

Nesse contexto, Marujo (2015) descreve o sector do turismo como sendo “...um conjunto de motivações, de expectativas, de experiências e de relações entre “nós” e os “outros”. E cada viagem realizada com fins turísticos, motiva uma outra viagem, um

novo desejo de conhecer outros lugares, de entrar em contacto com outras culturas e experimentar novos ambientes (Marujo, 2015: 13).

Para Sharpley e Stone (2011), a experiência do turismo compreende a experiência de ser turista aliada às experiências oferecidas e ao sentido percebido pelo turista sobre a sua existência sociocultural. A experiência do turismo também se refere ao conhecimento sobre o lugar, as pessoas que partilham o lugar, a imagem deduzida sobre o lugar, as atividades realizadas, motivações e experiências anteriores (Ryan, 2011).

A multidimensionalidade das experiências turísticas, pode ser observada na conceção de Getz (2008), que divide as mesmas em três dimensões: conativa, cognitiva e afetiva. A dimensão conativa refere-se ao comportamento atual das pessoas, sendo que a dimensão cognitiva engloba o conhecimento, memória, percepção, aprendizagem, capacidade de avaliação/compreensão. Por sua vez, a dimensão afetiva refere-se às emoções, sentimentos, valores e preferências consoante a experiência vivenciada.

Em suma, o futuro do turismo passará pela criação de experiências únicas, que desenvolvam ambientes próprios para as mesmas e que zelem pelos aspetos culturais, ecológicos, naturais, económicos, sociais e psicológicos, que integram a embalagem de serviços turísticos (Butler, 2008; Richards, 2011). Para além disso, também deverá existir uma preocupação pelo aumento sustentável de infraestruturas básicas, que permitam assegurar as boas condições das experiências turísticas, ao mesmo tempo que preservem a autenticidade e identidade do património e da cultura locais (Su e Wall, 2014)

1.1.2. Conceito de cultura

O conceito de cultura, pode ser entendido como sendo um fenómeno ativo e vivo, no qual as pessoas criam e recriam o mundo, onde estão inseridas (Lopes, 2014). Isto significa que as pessoas criam e recriam os hábitos, crenças, normas, valores,

atitudes e expectativas, que são partilhadas pela sociedade onde vivem, tornando-as por isso próprias de cada local, país ou região (Chiavenato, 2004).

Cuche (2012) defende que a cultura resulta da reflexão das ciências sociais, ou seja, da capacidade do homem se adaptar à sociedade, assim como da sociedade se adaptar ao próprio homem.

Desse modo, a cultura reveste-se de uma construção histórica, encontrando-se associada a todos os aspetos da vida social, pelo que nenhuma cultura é “pura”, ou seja, idêntica a si própria, uma vez que “a cultura faz parte de uma realidade, onde a mudança é um aspeto essencial e, por isso, ela é dinâmica, varia de lugar para lugar e é transmitida de geração em geração” (Marujo, 2014a: 2).

“Os impactos socioculturais são manifestados através de vários aspectos que vão desde as artes, artesanato, costumes, rituais e arquitetura de uma comunidade até ao comportamento fundamental de indivíduos e grupos colectivos” (Marujo, 2014b: 7).

Para não correr esse risco, o turismo deve distinguir entre a cultura autêntica e não autêntica na construção do valor do produto, o qual pode ser utilizado para promover o turismo cultural (eventos, festivais, rituais, gastronomia, artesanato, entre outros) (Belando, Ulldemolins e Zarlenga, 2012).

Nos pontos seguintes, são apresentados o conceito de turismo cultural e os respetivos impactos.

1.1.3. Turismo cultural

A origem do turismo cultural remonta a partir da segunda metade do século XX, onde se desenvolveu como um complemento dos outros tipos de turismo mais tradicionais, tornando-se exclusivo das classes mais abastadas (Sardo, 2009).

Durante a maior parte do século XX, os conceitos de cultura e turismo eram distinguidos nos destinos, ou seja, os recursos culturais eram encarados como património cultural dos destinos, enquanto que o turismo era encarado como uma atividade de lazer aliada à vida diária e à cultura da população local. Já no final do século XX, a cultura tornou-se um elemento-chave diferenciador de alguns destinos (Richards, 2009).

Esta opinião é partilhada pelos autores Batista e Ferreira (2010), na medida em que mencionam que “O sector do turismo e o sector cultural têm vindo a assumir um papel muito relevante na sociedade contemporânea e assumem-se como áreas estratégicas responsáveis pelo crescimento económico e social de muitos territórios. Têm, por isso, sido parte integrante das políticas de regeneração dos centros históricos, incentivando a melhoria da qualidade de vida das comunidades” (Batista & Ferreira, 2010: 514).

No contexto nacional, Estevão e Marques (2012) sugerem que a cultura e o turismo servem para romper com o passado e estimular novas identidades nacionais e regionais, essenciais à crescente competitividade entre destinos turísticos.

A competitividade entre destinos turísticos deve ser alcançada, através de atividades que englobem turismo gastronómico, histórico, étnico, de arte, de museus, literário ou de festivais (Borges, Marujo e Serra, 2013).

Relativamente ao conceito de turismo cultural, o mesmo é ambíguo na sua conceptualização, pois, engloba a multidisciplinaridade, conhecimento e experiência, carecendo da participação ativa e subjetividade das perceções das pessoas (Paiva, 2016). A participação ativa das pessoas é relevante no turismo cultural, uma vez que o seu objetivo passa por reconhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem (Barretto, 2006).

Esta participação deve ser integrada na valorização da cultura local, de modo a agir diretamente em diversas tarefas, enquanto adota uma maior responsabilidade na preservação da identidade cultural e na divulgação das riquezas culturais, que levará à uma maior atratividade e competitividade entre países, regiões e locais (Richards, 2009).

Para a Organização Mundial de Turismo (2017), o turismo cultural é o sector chave do mercado global de turismo, perfazendo um total de menos de 40% de todas as viagens internacionais. Segundo Köhler e Durand (2007), o turismo cultural ocorre quando as pessoas viajam para um determinado destino, com o intuito de conhecer a sua cultura ou património.

O turismo cultural pertence ao sector de mercado que oferece aos visitantes, um conhecimento aprofundado sobre outras culturas, costumes, tradições e formas de viver, as quais diferenciam o produto turístico, nomeadamente através da melhoria da imagem do destino e da preservação das culturas locais (Sardo, 2009).

Para além disso, o turismo cultural depende não só apenas dos recursos culturais, mas também dos monumentos, património, estilos de vida, hábitos diários e atividades que as pessoas criam ou recriam (Borges *et al.*, 2013).

O turismo cultural é constituído pelo *core product* ou motivação cultural e os respetivos serviços, podendo apresentar serviços adicionais, onde se encontram os *stakeholders*, organizações, associações de turismo, operadores turísticos, agências de viagem, hotelaria e restauração, infraestruturas básicas de transporte e comunicações (Munsters, 2004).

Sempre que exista turismo cultural, o mesmo deve ser realizado considerando os 4 Ps da sustentabilidade: preservação, população, público e proveito (Munsters, 2004). A preservação garante que o turismo cultural seja “*culture-friendly*”, ou seja, que salvguarde o património cultural (monumento ou autenticidade de um evento cultural). O turismo cultural deve maximizar as vantagens socioculturais e económicas das populações locais, fazendo com que os turistas obtenham uma experiência satisfatória e valiosa, obtendo maximização a longo prazo dos lucros e a continuidade da atividade do setor turístico.

Desse modo, o turismo agrega diversos fatores que enriquecem a experiência dos turistas, que se podem estender desde as heranças históricas ou científicas até aos estilos de vida locais da sociedade, dos quais se destacam: cultura, turismo e desenvolvimento local sustentável do território (Cunha, 2013).

Sintetizando, não existe turismo sem cultura, uma vez que o turismo tem subjacente a expressão cultural, que define as relações interculturais entre os produtos, património, artes, indústrias culturais e estilos de vida do destino turístico (Pérez, 2009).

1.1.4. Impactos do turismo cultural

Depois de apresentado o conceito de turismo cultural, é relevante enumerar os principais impactos que o mesmo produz em todos os níveis da sociedade.

Como exposto anteriormente, o desenvolvimento do turismo cultural deve-se ao crescimento económico que resulta da atração de visitantes, impulsionada pela oferta histórica, artística, científica, patrimonial ou pelo estilo de vida da sociedade (Rosenfeld, 2008).

Em relação à sociedade atual, esta pode ser caracterizada por possuir elevados níveis de educação, que faz com que seja cada vez mais exigente na procura de atrações culturais, produtos culturais e animação turística e cultural do património, levando ao aumento da concorrência entre atrações e destinos turísticos (Figueira, 2013).

Esta procura pelo turismo cultural gera um nicho de mercado, que na maioria das vezes se encontra na cidade, pois, é a cidade que possui mais oportunidades culturais, desde visitas a museus, monumentos, galerias de arte até os eventos gastronómicos (Cluzeau, 2007).

Neste contexto, surge a Carta Internacional sobre o Turismo Cultural da UNESCO, onde são definidos seis princípios (International Council on Monuments and Sites - ICOMOS, 1999)¹:

- ✓ Proteção do património cultural que deve disponibilizar oportunidades aos membros da sociedade de acolhimento e aos visitantes, para fruição e compreensão do património e da cultura;
- ✓ Relação entre os conjuntos patrimoniais e o turismo, que deve superar os conflitos de valores;
- ✓ Ações de valorização dos conjuntos patrimoniais, de modo a garantir uma experiência valiosa e agradável aos visitantes;
- ✓ As comunidades de acolhimento e as populações locais devem participar em programas de valorização turística dos sítios patrimoniais;

¹ Fonte: https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

✓ As atividades de turismo e a proteção do património cultural devem beneficiar as comunidades de acolhimento;

✓ Programas de promoção turística, para proteger e valorizar as características do património cultural e natural.

É de realçar também a Estratégia “Turismo Portugal 2027”, que defende a valorização do território, através do usufruto do património histórico-cultural e da preservação da sua autenticidade, assim como a regeneração urbana; potenciação económica do património natural e rural; afirmação do turismo na economia do mar e estruturação da oferta turística para satisfazer adequadamente a procura.

Quanto aos impactos do turismo cultural, os mesmos podem assumir a forma positiva e a forma negativa. Dentro dos impactos positivos, destacam-se: aparecimento de novos produtos nas cidades; aproveitamento turístico fora de época (época baixa); desenvolvimento de novos destinos; aumento da segmentação do mercado; satisfação dos segmentos de mercado ativos e criação de valor na experiência turística (Lópes Nieves, 2008).

Alguns impactos positivos do turismo cultural prendem-se com a revitalização do interesse da população pela cultura (artesanato, folclore, tradições, festas) e pela proteção do património arquitetónico e artístico; valor acrescentado ou diferenciação dos destinos turísticos já existentes ou maduros; abrandamento da sazonalidade; desenvolvimento de políticas e programas conjuntos entre turismo e cultura; desenvolvimento de pequenas localidades ou comunidades rurais (Toselli, 2006).

Para Mesquita (2011), os impactos positivos do turismo cultural englobam a valorização e promoção das tradições; melhoria das infraestruturas locais; aumento da oferta de eventos culturais; incentivo das artes e ofícios tradicionais; preservação do património construído; criação de novas oportunidades de lazer e entretenimento; melhoria da imagem do destino e maior intercâmbio cultural.

Em contrapartida, dentro dos impactos negativos do turismo cultural enumeram-se os seguintes: “desculturalização” do destino; “autenticidade encenada”; sentimento

de oposição por parte da sociedade quando sente que os seus costumes e locais não são respeitados; favorecimento da mercantilização das tradições locais (Toselli, 2006).

Mesquita (2011) acrescenta o aumento da prostituição, da criminalidade, do consumo de droga; aumento do trânsito rodoviário e do congestionamento nos equipamentos públicos; perda da identidade local e diminuição da autenticidade dos produtos típicos.

1.2. Turismo e Eventos

1.2.1. Conceito de evento

O conceito de evento tem sido debatido por diversos autores ao longo do tempo, devido a ser um processo criativo que pode ser simples ou complexo, mediante o alcance do evento (Booth, 2010).

A nível académico, o conceito de evento ganhou destaque a partir dos anos 80 do século XX, nomeadamente em disciplinas, tais como: Antropologia, Sociologia, Economia, Gestão, Psicologia, História, Geografia (Getz, 2008) (Quadro 1).

Quadro 1 – Contributo de algumas disciplinas para o estudo de eventos

Disciplinas	Motivos para assistir a eventos	Resultados e impactos	Processos e padrões
Antropologia	<ul style="list-style-type: none"> Influências culturais Consumismo Tradições 	<ul style="list-style-type: none"> Mercantilização do evento Autenticidade cultural Sustentabilidade das tradições 	<ul style="list-style-type: none"> Tendências e forças culturais Política cultural
Sociologia	<ul style="list-style-type: none"> Família Religião Cultura Comunidade 	<ul style="list-style-type: none"> Impactos sobre grupos sociais e a sociedade Perceções dos residentes e atitudes Mudança social Efeitos sociais na sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> População, demografia e migração Política de desenvolvimento social Difusão de inovações
Economia	<ul style="list-style-type: none"> Incentivos económicos e barreiras ao consumo ou participação Fatores de apoio (custos de viagens, alternativas) 	<ul style="list-style-type: none"> Medição de impactos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> Tendências e forças económicas (competição, globalização)
Gestão	<ul style="list-style-type: none"> Imagem e marca do evento Eficácia do marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Impactos nos intervenientes 	<ul style="list-style-type: none"> Evolução da teoria e prática de gestão Mudanças nos fatores que influenciam os negócios Ambiente

			competitivo
Psicologia	<ul style="list-style-type: none"> □ Efeito da idade, sexo, educação, estilo de vida □ Necessidades sociais (procura, escapismo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfação das necessidades do grupo social • Motivações e atitudes • Impacto na personalidade, valores e atitudes 	<ul style="list-style-type: none"> □ Mudanças familiares, grupos sociais
História	<ul style="list-style-type: none"> • Padrões históricos • Mudanças com o motivo de frequentar eventos e o que se deseja dos mesmos 	<ul style="list-style-type: none"> • Evidências históricas dos impactos • Análise dos impactos a longo prazo 	<ul style="list-style-type: none"> • História dos eventos específicos e dos tipos de eventos • Evolução dos eventos nas diferentes culturas □ História comemorada através de eventos planeados
Geografia	<ul style="list-style-type: none"> • Procura ligada à distância e acessibilidade □ Religião e cultura entre as regiões • Escalas e fronteiras • Tempos sociais e socialização 	<ul style="list-style-type: none"> • Impactos ambientais, sociais e culturais • Atitudes sobre o espaço e o lugar do evento • Ambiente e sustentabilidade do evento • Redes de relações materiais e virtuais □ Interação oferta/procura 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuição rural, crescimento de eventos como parte da renovação rural e urbana • Comportamento do consumidor de lazer • Evolução dos tempos sociais • Estruturas, equipamentos e transportes

Fonte: Adaptado de Getz (2007), Quinn (2009) e Marujo (2012)

A nível empresarial, o conceito de evento foi reconhecido a partir da década de 1980, devido ao valor económico, comunicacional, social e cultural inerentes ao mesmo, assim como pela contínua expansão e participação empresarial (Allen et al., 2008).

Para McKercher, Mei e Tse (2006), o conceito de evento refere-se a um acontecimento de cariz cultural, social, político, científico, ambiental ou empresarial, destinado a ocorrer num determinado local, do qual se espera obter novas culturas e

estilos de vida, enquanto se alcança uma maior compreensão e tolerância à diversidade cultural.

No sector do turismo, o conceito de evento engloba diversos tipos de atividade, nomeadamente concertos, eventos de caridade, eventos desportivos, festivais, teatro, ópera, dança, angariação de fundos, lançamento de produtos, conferências, feiras, eventos familiares, entre outros.

Estas atividades são essenciais para o turismo cultural e de eventos, já que aumentam o tempo de lazer, o desenvolvimento económico e promovem o destino turístico (Allen et al., 2011).

Isidoro et al., (2013) mencionam que o evento consiste num acontecimento planeado que ocorre numa data específica, num determinado local e numa hora predefinida, cujo objetivo passa por reunir as pessoas convidadas, consoante diversos fins.

Por ser uma experiência única, o evento serve de gerador de fluxo para o local, qualquer que seja a época do ano em que ocorre, permitindo orientar o fluxo de visitantes para os períodos de menor procura turística, atenuando a sazonalidade (Getz, 2008; Miki et al., 2013).

Liu (2015) partilha desta opinião, já que se tem verificado um crescimento na diferenciação dos destinos, o que leva a evitar os efeitos da sazonalidade e a afirmar-se num mercado turístico cada vez mais competitivo. Desse modo, quanto menor a sazonalidade, maior a procura turística dos destinos e maiores oportunidades de gerar rendimento (Pasanen, Taskinen e Mikkonen, 2009; Esu et al., 2011).

O objetivo do evento também passa pela requalificação dos territórios e pelo desenvolvimento dos destinos, nomeadamente das áreas rurais, que necessitam de apostar na desconcentração e na diversificação, através de produtos turísticos alternativos, tais como os eventos culturais (Carvalho, Costa e Ferreira, 2015; Liu, 2015).

Relativamente aos níveis de estudo dos eventos, Getz (2007) divide os mesmos em 3 níveis: estudos de eventos, gestão de eventos e design de eventos e produção. Os estudos de eventos ocupam o topo da pirâmide, uma vez que estes dependem das áreas

de gestão e de design, ou seja, é a partir dos estudos de eventos que se adquirem teorias e conhecimentos para classificar os eventos, a respetiva dinâmica e as partes envolvidas no processo. A partir dos estudos de eventos, é possível realizar uma gestão sustentável dos mesmos através dos conhecimentos e teorias assimiladas sobre a organização e turismo de eventos. Já no nível do design de eventos e produção, é criada a experiência desejada, recorrendo ao conhecimento relevante sobre um tema e à prática das qualificações sobre a produção (Figura 1).

Figura 1- Níveis de estudo dos eventos



Fonte: Getz (2007)

1.2.2. Tipologia de eventos

Os eventos podem ser classificados consoante a sua tipologia e tema em: celebrações culturais; política e estado; arte e entretenimento; negócios e comércio; educacionais e científicos; competição desportiva; recreativos ou eventos privados (Getz, 2008) (Figura 2).

Figura 2- Tipologia de eventos consoante o tema

Designação	Tipos
Celebrações culturais	Festivais, comemorações e eventos religiosos
Política e Estado	Cimeiras, ocasiões especiais, eventos políticos e visitas VIP (<i>Very Important Person</i>)
Arte e entretenimento	Concertos, outros espetáculos e cerimónias de entrega de prémios
Negócios e comércio	Reuniões, convenções, feiras e exposições
Educacionais e científicos	Conferências, seminários, ações de formação
Competição desportiva	Amadores / profissionais e espetador / participante
Recreativos	Desportos e jogos para divertimento
Eventos privados	Casamentos, festas e eventos sociais

Fonte: Getz (2008)

Na conceção de Tassiopoulos (2005), os eventos podem assumir as seguintes tipologias:

- ✓ Eventos educacionais (seminários, congressos, *workshops*);
- ✓ Eventos culturais (festivais, festas religiosas, festas de época);
- ✓ Eventos privados (festas sociais);
- ✓ Eventos políticos (inaugurações, visitas VIP);
- ✓ Eventos comerciais e de negócio (reuniões, feiras, exposições);
- ✓ Eventos desportivos (profissionais e amadores).

Já Isidoro et al., (2013) e Vieira (2015), dividem os eventos consoante a área de interesse, ou seja, através do perímetro conceptual e da definição da relação entre o apoio prestado, os objetivos a alcançar e a respetiva avaliação, podendo ser do interesse artístico, científico, cultural, folclórico, educativo, informativo, cívico, político, governamental, empresarial, lazer, social, desportivo, religioso e turístico.

Quanto à periodicidade, os eventos podem ser únicos, esporádicos, periódicos ou de oportunidade (Vieira, 2015).

Na tipologia de público, os eventos podem ser de livre acesso de entrada (entrada livre ou pagamento de entrada) ou de carácter privado (festas e celebrações com convite) (Getz, 2007).

No que se refere ao presente relatório de estágio, os eventos abordados são da tipologia de arte, entretenimento, culturais e educacionais, onde se destacam: exposições (WAH! Canto das Sereias), conversas com artistas (Encontros com artistas), enoturismo (provas de vinhos), ações de apresentação de instituições de voluntariado e festivais (Festival Internacional de Artes Performativas – Lá Fora 2018).

De modo a contextualizar adequadamente as atividades realizadas durante o estágio, torna-se essencial definir o conceito de arte, nomeadamente arte contemporânea, e o conceito de enoturismo.

Relativamente ao conceito de arte contemporânea, Smith (2011) defende que esta é uma arte do mundo, uma vez que é produzida em todo o mundo e tenta observar o mundo como um todo interligado, apesar de diversificado, cujo objetivo passa por comunicar com o público de forma direta sobre a própria experiência de vivenciar o presente. O mesmo autor classifica a arte contemporânea em três correntes: estética associada à globalização; movimento resultante dos processos de descolonização e movimento resultante da mudança geracional, ou seja, de pequena escala, com estética informal, íntima e relacional.

No que concerne ao conceito de enoturismo, este tem vindo a assumir cada vez mais um papel de destaque a nível mundial, devido à sua capacidade de resposta às exigências dos turistas (Sigala, 2014).

Apesar de ser considerado como um sector de turismo recente, a sua origem remonta ao século XVII, nomeadamente a Grand Tour (Inácio, 2008). Já no campo científico, o enoturismo tem vindo a ser alvo de diversos conceitos, desde a primeira conferência sobre Enoturismo que ocorreu na Austrália, em 1998 (Costa e Kastenholz, 2012).

O conceito de enoturismo refere-se às visitas a vinhas, festivais ou provas de vinho, onde os visitantes são incentivados a experimentar ou degustar os produtos vinícolas da região que visitam (Hall, Sharples, Cambourne e Macionis, 2000).

O enoturismo deve reunir as seguintes características para que seja bem-sucedido: autenticidade; valor atribuído ao dinheiro, ou seja, o valor atribuído é superior ao valor monetário gasto na aquisição e consumo do produto; interdependência de todos os agentes e atores envolvidos no local de destino e no local de emissão turística; consumo da paisagem e da envolvente cénica onde se desenvolve; oferta de produtos, conceção de bens e serviços; divulgação dos produtos e contextos; crescimento pessoal através da aprendizagem; estilo de vida relacionado a um estilo de vida saudável, elitista, de bom gosto e de uma classe culta (Inácio, 2008).

O enoturismo não é caracterizado de forma homogénea em todos os territórios, uma vez que possui dinâmicas, dimensões e notoriedade significativas nas diversas regiões, o que torna um local atrativo na realização de uma viagem enoturística, ao mesmo tempo que permite aos turistas apreciarem a paisagem rural, provarem e comprarem vinho de qualidade, terem uma experiência vitícola única e usufruírem de um serviço de qualidade e personalizado (Marzo-Navarro e Pedraja-Iglesias, 2009; Inácio & Cavaco, 2010).

Estas regiões podem ser classificadas como “Velho e Novo Mundo”. O lado do “Velho Mundo” pertence à Europa, pois, possui uma longa história de produção e de consumo de vinho, assim como as regiões vitivinícolas e rotas do vinho mais antigas. Do lado do Novo Mundo, encontram-se países como os EUA, Austrália, Argentina, Chile e África do Sul (Banks e Overton, 2010).

As principais diferenças entre o Velho e o Novo Mundo prendem-se com o facto de que no Velho Mundo existe uma tradição relacionada com o vinho, o que permite desenvolver e melhorar os métodos de cultivo das uvas e de vinificação, assim como existe limitação de variedades de castas em determinados locais (sistema de denominação de origem), os modos de produção são realizados em pequena escala, artesanal e localmente, existem subsídios e apoios comunitários, com o objetivo de manter e preservar o património através de estratégias adaptativas (Banks e Overton, 2010; Inácio e Cavaco, 2010):

Por sua vez, no Novo Mundo a produção vinícola caracteriza-se pelo desenvolvimento e inovação, não existindo limitações locais nas variedades de castas, possuindo modos de produção em grande escala ou expansionista e em sociedades, a

nível particular ou institucional e tendo como objetivo a criação de estratégias criativas de recreação e formação dos visitantes (Banks e Overton, 2010; Inácio e Cavaco, 2010).

A nível nacional, segundo o site da Fundação Eugénio de Almeida - Cartuxa², Portugal é um país tradicionalmente vinícola, que tem vindo a ganhar destaque social e económico nos mercados mundiais, devido à sua renovação de métodos, técnicas e conceitos, à avaliação da indústria e à competência profissional dos responsáveis pela criação e produção de vinhos portugueses.

Cada região produtora de vinhos utiliza tecnologia recente e castas nacionais diversas e de primeira qualidade, onde se destacam o Touriga Nacional, Touriga Franca, Trincadeira, Tinta Roriz ou Aragonez, Baga, Castelão, Alvarinho, Arinto, Antão Vaz, num total de 250 castas autóctones existentes no país.

A nível distrital, Évora conta com a Adega da Cartuxa que se situa na Quinta de Valbom, um dos centros de estágio dos vinhos produzidos pela Fundação Eugénio de Almeida, que tem contribuído para obter os recursos necessários ao cumprimento da sua missão, baseada no desenvolvimento social, cultural e educativo da região.

No geral, a oferta de enoturismo engloba estudos sobre motivações, comportamentos do consumidor, segmentação do enoturista, natureza das experiências enoturísticas, ou seja, o conjunto dos elementos da produção vitivinícola, da oferta turística e das particularidades de determinada região onde se insere (Sparks, 2007).

Dentro da oferta de enoturismo destacam-se as Rotas do Vinho, Aldeias Vinhateiras, feiras, festivais, eventos do vinho, museus do vinho e da vinha, centros de interpretação, cruzeiros, visita a quintas, circuitos, estadias em quintas, estágios enológicos, spas vitivinícolas, entre outros (Inácio e Cavaco, 2010).

Por sua vez, a procura de enoturismo é formada pelas motivações, percepções e expectativas dos visitantes, sendo influenciada pela mudança de gostos e consumos, modas e surgimento de novos mercados. As motivações dos visitantes são influenciadas pelas experiências e fases de vida de cada indivíduo, assim como pelas campanhas promocionais das vinhas e dos destinos enoturísticos. As percepções resultam de experiências anteriores, gostos e informação assimilada (guias, revistas, jornais,

²Fonte: <http://www.cartuxa.pt/pt/base/1/2>

brochuras de viagens, internet, recomendações de familiares e amigos), as quais traduzem-se na personalidade de cada enoturista (Hall et al., 2000).

1.2.3 Categoria de eventos

Relativamente à categoria de eventos, os mesmos podem ser classificados consoante a sua dimensão (Getz, 2007):

✓ Eventos de marca e icónicos (*Hallmark and Iconic Events*), são significativos para a comunidade e região, uma vez que são grandes em tamanho e escala, transmitem a imagem e marca no destino, envolvem tradição e simbolismo, prestígio e *status*, captam recursos para a região, suscitando consciencialização, atenção e rentabilidade para o destino, num curto prazo;

✓ Eventos de prestígio (*Premier or Prestige Events*), são eventos de grande prestígio (e.g: Campeonato do Mundo de Futebol);

✓ Mega eventos, atraem um elevado número de visitantes, tendo cobertura dos media e relevante impacto económico no local e na sociedade, uma vez que influenciam todas as comunidades, países e continentes (e.g: Feiras mundiais, Jogos Olímpicos, Expos);

✓ Eventos media (*Media Events*), estão relacionados à televisão, de modo a obter audiências mundiais, através de patrocínios, subsídios de turismo e agências governamentais;

✓ Eventos de causas ou angariação de fundos (*Cause-related Events*);

✓ Eventos corporativos e de negócios (*Corporate Events*), são produzidos por empresas, onde se destacam o lançamento de novos produtos, reuniões ou inaugurações (e.g: Superbowl);

✓ Eventos especiais (*Special Events*), destinam-se à atrair a atenção internacional, através da melhoria da imagem da região, orgulho da população da região de acolhimento e a ser uma experiência emocionante.

Os autores Isidoro et al., (2013) e Vieira (2015) acrescentam as seguintes categorias de eventos:

- ✓ Assembleia ou entidades de classe, estados, países que servem para discutir assuntos de interesse do grupo;
- ✓ Brainstorming, destina-se a resolver problemas específicos, conceber novas ideias ou projetos, através de uma dinâmica de grupo;
- ✓ Colóquio, é apresentado por um profissional reconhecido sobre um determinado tema;
- ✓ Concílio, ou seja, reuniões de autoridades eclesásticas com o intuito de debater questões de fé;
- ✓ Conferência, possui a mesma conceção do colóquio, mas conta com um presidente de mesa que introduzirá o convidado e coordenará os trabalhos;
- ✓ Convenção, ou seja, evento interno que permite avaliar e criar estratégias de atuação no mercado;
- ✓ Debate entre duas pessoas, através da apresentação dos respetivos pontos de vista, carece de um mediador ou moderador;
- ✓ Encontro de pessoas com o mesmo cargo profissional, podendo ser palestras, conferências, mesas-redondas, mostras, feiras ou exposições;
- ✓ Festival realizado geralmente ao ar livre;
- ✓ Feiras, que servem para contactar com atuais e potenciais clientes;
- ✓ Roadshows, que permitem a participação e a recolha de opiniões, sugestões, entre outros;
- ✓ Workshops sobre determinados temas;

- ✓ Convenção de vendas, destinados às equipas de venda interna, externa e aos canais de distribuição.

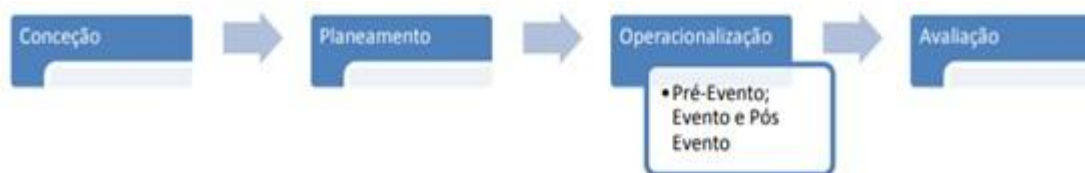
1.2.4 Planeamento e fase de evento

De acordo com Giácomo (2007) e Isidoro (2013), o evento passa por três fases distintas: pré-evento, evento e pós-evento. Estas três fases englobam a conceção, planeamento, execução e avaliação.

A conceção de um evento inicia-se pela recolha de informação ou dos dados relevantes e a posterior análise dos mesmos, que auxiliem no diagnóstico correto do problema/oportunidade. O planeamento serve para definir a missão, objetivos, estratégia e público-alvo. A execução corresponde à fase da ação, onde são colocadas em prática as táticas planeadas. Por último, a avaliação pretende comparar a eficácia, execução e os resultados obtidos com os resultados predefinidos, de modo a detetar possíveis falhas ou reajustar as decisões tomadas.

Na Figura 3, é possível observar as quatro fases do evento, propostas por Almeida (2009), sendo que a primeira fase tem início com um momento de reflexão e brainstorming, culminando com a fase de avaliação.

Figura 3- Fases do evento



Fonte: Almeida (2009)

1.2.5 Turismo de eventos

A origem do conceito de turismo de eventos remonta à década de 1980, onde a ligação entre os termos “eventos” e “turismo” foi formalizada (Getz, 2005). Segundo Getz (2007), o conceito de turismo de eventos tem assumido cada vez mais um papel competitivo, devido ao carácter generalizado dos eventos e à capacidade de realizar em determinado lugar eventos, que são apreciados pelo turismo e pelos organismos públicos de interesse estratégico.

Esta competitividade faz com que o turismo de eventos possua relevância económica e sociocultural, servindo de base para a economia e para o desenvolvimento das regiões, uma vez que engloba atividades que atraem turistas para um determinado destino, podendo ser mais reconhecido ou menos reconhecido (Marujo, 2014b).

Para Getz (2008), o turismo de eventos assume dois significados: planeamento, desenvolvimento e marketing sistemático de eventos como atrações turísticas, criação de imagem, construtores de imagem, devendo definir as estratégias consoante a gestão de notícias eventos negativos e o facto de ser um segmento do mercado formado por pessoas que viajam para participar em eventos ou que se encontram distantes da residência habitual.

O mesmo autor menciona que o turismo de eventos engloba atividades associadas à atores públicos e privados, com o objetivo de atrair turistas para um destino turístico, passando pelo planeamento, desenvolvimento e comercialização de uma situação predefinida.

Em suma, o turismo de eventos pretende atenuar a sazonalidade, assim como captar mais turistas, promover a imagem do destino, desenvolver a economia de um país, região ou local, criar empregos diretos ou indiretos, melhorar as infraestruturas básicas, estimular o crescimento e comercialização de produtos e permitir o intercâmbio entre turistas e sociedade de acolhimento (Marujo, 2015).

1.2.6 Impactos do turismo de eventos

O conceito de turismo de negócios e eventos, segundo a Organização Mundial do Turismo (2011), resulta da existência de atrativos naturais, culturais ou outros, o que faz atenuar a sazonalidade e suscitar interesse pelo evento, em detrimento do interesse pelas características do destino.

Este interesse pelo evento pode ser estimulado pelo marketing das empresas, o que despertará a atenção dos meios de comunicação social (Disegna, Osti & Brida, 2011). Quanto maior o interesse por um evento, mais turistas/visitantes participarão no mesmo e mais impactos terá a todos os níveis na sociedade.

O evento pode provocar alterações a nível ambiental, paisagístico, económico, social, político e cultural, já que carece da ocupação de espaço. Contudo, o turismo de eventos pode contribuir para a regeneração de espaços, que seriam negligenciados, se o evento não existisse (Lamont & Dowell, 2007; Adema & Roehl, 2010).

Alguns dos principais impactos positivos que o turismo de eventos acrescenta à sociedade passa pelo aumento da rentabilidade, ou seja, pelo maior gasto médio neste tipo de turismo; intercâmbio comercial e empresarial com contactos directos entre fornecedores e consumidores (Daniels, Norman e Henry, 2004; Litvin et al., 2006); melhoria da imagem local (Knott, Fyall e Jones, 2015).

Na conceção de Pessoa (2012), os impactos positivos do turismo de eventos passam pela integração da comunidade; entretenimento das populações; promoção do bem-estar das populações; maior consciência na comunidade; obtenção de receitas; exploração de novos mercados; criação de postos de trabalho; lançamento ou divulgação de marcas e produtos; fidelização de atuais clientes e atração de potenciais clientes.

No Quadro 2, encontram-se expostos os principais impactos positivos e negativos, nas esferas socioculturais, física-ambiental, política e económica-turística.

Quadro 2- Impactos positivos e negativos consoante a esfera do evento

Esfera do evento	Impactos positivos	Impactos negativos
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> - Experiência compartilhada - Revitalização das tradições - Orgulho comunitário - Aumento da participação da comunidade - Expansão das perspetivas culturais - Melhoria da qualidade de vida - Preservação da identidade cultural 	<ul style="list-style-type: none"> - Manipulação da comunidade - Imagem comunitária negativa - Comportamento destrutivo - Mudanças negativas nos valores e costumes - Exclusão dos residentes dos recursos naturais - Crime e vandalismo - Mercantilização da cultura
Física Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Propaganda do meio ambiente - Modelos para melhores hábitos - Aumento da consciência ambiental - Melhoria dos transportes e comunicações - Transformação e renovação urbana 	<ul style="list-style-type: none"> - Danos ambientais - Poluição - Destruição do património - Engarrafamentos - Ruídos
Política	<ul style="list-style-type: none"> - Prestígio nacional e internacional - Promoção da imagem - Aumento de investimentos - Coesão social - Desenvolvimento administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> - Risco de insucesso do evento - Propaganda negativa - Falta de responsabilidade - Perda de propriedade e controlo comunitário

Economia e Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção do destino - Aumento do fluxo de turistas - Aumento das estadias - Criação de empregos - Maior lucro - Aumento da taxa de receita 	<ul style="list-style-type: none"> - Resistência da comunidade ao turismo - Perda de autenticidade - Exploração - Preços inflacionados - Custos de oportunidade
--------------------	---	--

Fonte: Adaptado de Bowdin *et al.*, (2006) e Small (2008)

Segundo Mason e Kerridge (2006), o turismo de eventos zela mais pelo cumprimento dos impactos económicos, do que pelos impactos ambientais, socioculturais e políticos, o que pode dever-se ao facto dos estudos serem financiados pelos organizadores.

Depois de identificados os impactos, o organizador do evento deve geri-los da forma mais adequada, de modo a que se consiga obter o melhor resultado para todas as partes envolvidas, ou seja, os impactos positivos devem ser estimulados e maximizados, enquanto que os impactos negativos devem ser tratados conscienciosamente para alcançar um equilíbrio positivo, através da comunicação às entidades pertencentes ao evento (Allen et al., 2008).

Recapitulando, o turismo de eventos e os respetivos impactos socioculturais, podem ser divididos em três categorias: turista, anfitrião e inter-relações turista-anfitrião. O turista refere-se às pessoas que frequentam eventos e mantém ligações com a comunidade local; anfitrião que tem como objetivo fornecer serviços aos turistas e enquadrá-los no lugar e espaços visitados. Por último, as inter-relações ocorrem durante os eventos, o que possibilita diferentes experiências culturais e criação de novas relações (Fredline et al., 2003).

Capítulo II – Metodologia

2.1. Abordagem Metodológica

Neste capítulo, apresenta-se o processo utilizado no desenvolvimento do estudo empírico, o qual é decisivo para o sucesso da investigação que se pretende realizar.

A abordagem metodológica utilizada no presente relatório de estágio teve como objetivo descrever, analisar e elaborar uma reflexão crítica sobre as atividades desenvolvidas no estágio, nomeadamente no Centro de Arte e Cultura (CAC) da Fundação Eugénio de Almeida.

Como objetivos específicos pretende-se analisar o funcionamento diário do CAC; prestar serviços nos eventos de carácter diferenciado; apostar na experiência de cada pessoa que participa nos eventos; criar estratégias de melhoria de funcionamento do CAC; aliar o turismo à sociedade, através de diversos eventos; desenvolver novas atividades relacionadas aos eventos e novas aprendizagens sobre a cidade.

A relevância deste tema deve-se ao facto do sector do turismo de eventos e turismo cultural serem apostas bem-sucedidas na cidade de Évora, apesar de ainda poderem ser melhoradas e inovadas, o que se espera alcançar com a realização deste relatório.

Por esse motivo, foi utilizada a metodologia qualitativa, pois, refere-se ao paradigma interpretativo das ciências sociais, através da análise documental de livros, artigos científicos, sites institucionais, da observação participante e não participante e da aplicação de questionários de avaliação aos participantes, após os encontros com artistas que aconteceram em paralelo com a exposição WAH!

A nível de tipologia, a abordagem utilizada foi indutiva, subjetiva a nível epistemológico, transaccional a nível axiológico e intrínseca a nível do investigador. Isto significa que a abordagem disponibiliza dados que justificam a conclusão, pois, é baseada em observações, identifica a relação entre o investigador e os participantes ou objetos de estudo, assim como os valores e ética, relacionados à investigação e à validação do conhecimento, sendo realizada dentro de um determinado cenário (Jennings, 2010).

No que se refere à observação no sector do turismo, esta é essencial já que complementa outras técnicas de investigação, auxiliando a conceber teorias e ideias para novas investigações, assim como validar resultados já existentes (Altinay e Paraskevas, 2008, citado por Marujo, 2015).

Marujo (2012) defende que a observação em turismo permite que o investigador dedique a sua atenção sobre o objeto alvo de estudo, devendo para isso envolver-se de forma ativa em todas as situações sociais e culturais, que se encontrem associadas ao mesmo, tais como: território, espaço turístico, turistas, residentes, entre outros. Para a mesma autora, o investigador pode assumir um papel ativo ou passivo, uma vez que realiza observações diretas através do diálogo entre os atores do sector do turismo e das suas próprias experiências, ou seja, a observação direta contribui para o estudo de uma cultura e interação entre os atores e os respetivos comportamentos em diversas situações.

Relativamente à observação participante, esta ocorre quando o investigador participa efetivamente na realidade observada, contribuindo para a capacidade de aceder a documentos e grupos que outros investigadores poderão não ter, assim como captar a realidade de pessoas internas ao objeto alvo de estudo. Em contrapartida, também pode apresentar parcialidade ou viés do investigador, na medida em que este deve observar e recolher ao mesmo tempo a informação (Yin, 2010).

A observação participante foi utilizada na execução da exposição WAH!, vocacionada para o feminismo, que ocorreu no dia 8 de março “Dia da Mulher”, conversas com autores sobre as suas obras e de que forma se relacionavam com a sociedade, provas de vinho, apresentação de instituições de voluntariado, Festival Internacional de Artes Performativas – Lá Fora 2018 e exposição infantil “Canto das Sereias.”

Por sua vez, a observação não participante ocorreu na pesquisa e análise de documentos, artigos, livros e sites institucionais, tendo o investigador um papel de espectador.

Quanto à aplicação de questionários de avaliação (Anexo I), estes pretendiam recolher informação sobre o grau de satisfação dos participantes, nomeadamente sobre a forma como ocorreram as sessões do ciclo Encontro com Artistas, programa paralelo à exposição WAH! A aplicação dos questionários decorreu no período de 18 de abril até 16 de maio de 2018, tendo-se obtido uma amostra de 15 participantes. Estes questionários dividem-se em 4 partes, como exposto no Quadro 3.

Quadro 3 - Questões do questionário de avaliação

Partes	Questões	Escalas de respostas
Parte I – Realização do Programa Encontros com Artistas	<ul style="list-style-type: none"> - Já tinha participado nas sessões anteriores? - Globalmente como avalia o programa? - Qual a sua opinião sobre os temas explorados? 	<ul style="list-style-type: none"> - Resposta dicotómica (Sim, Não); - Escala de Likert (Muito bom, Bom, Razoável, Insuficiente); - (Muito interessante, Interessante, Sem interesse)
Parte II – Tema apresentado nesta sessão	<ul style="list-style-type: none"> - A abordagem do tema foi ao encontro das suas expectativas? - Como foi para si o contacto presencial com os artistas? 	<ul style="list-style-type: none"> - Resposta dicotómica (Sim, Não); - Escala de Likert (Muito enriquecedor, Enriquecedor, Pouco enriquecedor)
Parte III – Sobre esta sessão	<ul style="list-style-type: none"> - Dê a sua opinião quanto à organização; - Qual a sua opinião quanto à dinâmica; - Sugestões para futuras ações promovidas pelo Centro de Arte e Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> - Escala de Likert (Inadequado até Bastante Adequado); - Escala de Likert (Inexistente até Muito significativa); - Resposta aberta

Fonte: Elaboração própria

Capítulo III – Caracterização da entidade acolhedora - Centro de Arte e Cultura da Fundação Eugénio de Almeida

3.1. Origem da Fundação Eugénio de Almeida

Neste capítulo, é contextualizada a origem da Fundação Eugénio de Almeida, nomeadamente a história do seu fundador, missão, finalidades, património (com especial incidência sobre o Centro de Arte e Cultura) e a gestão patrimonial.

A Fundação Eugénio de Almeida é uma instituição de direito privado e utilidade pública, localizada em Évora, tendo sido criada por Vasco Maria Eugénio de Almeida, em 1963, que garantiu a direção efetiva da instituição até à sua morte, em 1975.

Vasco Maria Eugénio de Almeida nasceu em 1913 e faleceu em 1975, filho do Conde de Vill´Alva e de D. Antónia Gomes de Albuquerque Magalhães. Quanto à sua formação, Vasco concluiu o seu curso no Instituto Superior de Agronomia, sempre com boas notas.

A sua personalidade era de fortes convicções cristãs e humanistas, filantrópica, de mecenato, sensível às preocupações educativas e sociais, tendo colocado a sua fortuna e herança ao serviço da população de Évora.

Na década de 1960, Vasco Maria Eugénio de Almeida cria a Fundação Eugénio de Almeida, resultado de um projeto pessoal de serviço aos outros. As principais obras que Vasco Maria Eugénio de Almeida realizou foram a reconstrução e recriação do Convento da Cartuxa, criação do Instituto Superior Económico e Social de Évora (ISESE), apoio à criação do Hospital do Patrocínio, de um bairro social, do aeródromo municipal e de diversas instituições de cariz assistencial em Évora. As suas obras também passaram por Lisboa, nomeadamente na direção, remodelação e apoio financeiro ao Asilo D. Pedro V, ao Parque de Santa Gertrudes para a primeira Feira Popular de Lisboa.

A título pessoal, Vasco Maria Eugénio de Almeida dedicou-se à salvaguarda e preservação do património, reconstruindo os edifícios históricos que hoje pertencem ao acervo da Fundação Eugénio de Almeida.

Na década de 1980, após a devolução dos bens que tinham sido ocupados e expropriados devido à diminuição da atividade da Fundação, esta iniciou uma fase de relançamento patrimonial, que contribuíram para a ligação e união de esforços na valorização da região.

Atualmente, o Conselho de Administração da Fundação é constituído por 5 membros: um representante da Arquidiocese de Évora (Reverendo Cónego Dr. Eduardo Pereira da Silva), um representante da Universidade de Évora (Professora Doutora Ana Maria Costa Freitas), um delegado do corpo docente do Instituto Superior de Teologia de Évora (Reverendo Cónego Dr. José António Morais Palos) e dois vogais cooptados pelos anteriores (Dr. Henrique Manuel Fusco Granadeiro e Major-General Fernando Nunes Canha da Silva).

O Conselho Fiscal é constituído por 3 membros: Cabido da Sé Metropolitana de Évora (Reverendo Cónego Dr. Silvestre António Ourives Marques), um vogal pela Santa Casa da Misericórdia de Évora (Dr. Francisco Maria Soares Lopes Figueira) e um vogal cooptado pelos membros institucionais (Dr. Manuel Jorge Pombo Cruchinho).

O Conselho Executivo também é constituído por 3 membros designados pelo Conselho de Administração: um presidente (Eng.º José Mateus Ourives Ginó) e dois vogais (Eng.º Pedro Miguel Frade Pires Pereira Baptista e Dr.ª Maria Rita Horta Brás da Silva Rosado). Por sua vez, o cargo de Secretária Geral é ocupado pela Dra. Maria do Céu Ramos.

A Fundação, ainda conta com 9 dirigentes (incluindo titulares do Órgão de Administração), 120 colaboradores com contrato de trabalho sem termo, 83 colaboradores com contrato de trabalho a termo e 116 voluntários.

3.1.1. Missão

A missão da Fundação Eugénio de Almeida passa por articular meios e recursos com diversos interlocutores nacionais e internacionais, de modo a promover o desenvolvimento económico e o equilíbrio social e cultural da sociedade, ao mesmo tempo que diminui as consequências da interioridade e das assimetrias regionais.

Por esse motivo, o reforço da ligação da Fundação baseia-se num espírito de partilha e de serviço, pautado pela qualidade, excelência, inovação e potencial de impacto positivo na apresentação dos projetos, junto dos diversos destinatários e campos de atuação.

O cariz institucional da Fundação contribui para que esta se mantenha fiel às suas origens, estando ajustada ao seu tempo e organizada para superar os desafios de um mundo em constante transformação.

3.1.2. Finalidades

As finalidades da Fundação Eugénio de Almeida englobam a cultura e a educação, social e assistencial e espiritual.

Dentro da cultura e educação encontram-se a diversidade de formas e expressões da realidade cultural, ou seja, criação artística, promoção do conhecimento, reflexão e debate de ideias, qualificação e preservação do património.

Para o efeito, a Fundação realiza exposições, seminários, conferências, colóquios, prémio Eugénio de Almeida para os melhores alunos dos cursos de Gestão de Empresas, Economia e Sociologia da Universidade de Évora, programa de bolsas de Mestrado e Doutoramento para estímulo da investigação científica e inovação. Para além disso, a Fundação possui uma linha editorial própria, onde se destacam as publicações aos projetos artísticos e outras temáticas culturais.

De modo a que as diversas atividades sejam bem-sucedidas, torna-se essencial a existência de recursos humanos qualificados em parceria com a Universidade de Évora, o Instituto Superior de Teologia de Évora e outras instituições de ensino universitário e pós-graduado.

A finalidade social e assistencial passa pelo compromisso de contribuir para a criação de uma cultura de solidariedade, onde se evidencie a dignidade humana em todos os níveis.

Para isso, a Fundação realiza projetos próprios ou em conjunto com outras entidades, nomeadamente ações de formação e qualificação das organizações e agentes sociais e estudos prospetivos sobre valores, atitudes e práticas que enriqueçam o conhecimento da realidade social do Alentejo.

O público-alvo da Fundação é constituído pelos estratos sociais mais carenciados, onde a Fundação procura garantir apoios consoante cada situação, baseando-se na justiça, equidade e participação da população. Também trabalha em conjunto com as instituições privadas do domínio da solidariedade social, disponibilizando apoios e ajudas financeiras, assim como bolsas de estudo de bacharelato e licenciatura para continuação de estudos superiores a alunos de baixo rendimento económico.

Por sua vez, a finalidade espiritual refere-se ao desenvolvimento harmonioso e integral da população e da sociedade em que se integra, através do apoio frequente à organizações de inspiração cristã, com ou sem carácter religioso, preservando a sua identidade, natureza e autonomia.

Por esse motivo, celebra com a Arquidiocese de Évora um protocolo de colaboração que permite promover a formação de agentes de pastoral, ao mesmo tempo que aumenta a vida litúrgica, dignifica lugares de culto e restaura, conserva e preserva o património artístico religioso. Um dos exemplos da finalidade espiritual consiste na manutenção da Cartuxa de Santa Maria Scala Coeli, onde permanece estável e fiel ao seu ideal de oração.

3.2. Património

Relativamente ao património da Fundação, este é formado por um conjunto de propriedades rústicas localizadas no concelho de Évora e, por um grupo de imóveis de grande interesse histórico e cultural, localizados em Lisboa e Évora.

Dentro do património, os que mais se destacam são o Pátio (Paço dos Condes de Basto e a Ermida de São Miguel), Palácio da Inquisição, Convento da Cartuxa, Casas Pintadas e o Fórum Eugénio de Almeida.

O Pátio de São Miguel é um conjunto arquitetónico que engloba o Paço dos Condes de Basto e a Ermida de São Miguel, situando-se neste espaço a sede da Fundação Eugénio de Almeida (Figura 4).

Figura 4- Pátio de São Miguel



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (s.d)

O Paço dos Condes de Basto foi classificado como Monumento Nacional pelo seu valor histórico e arquitetónico, pelo Decreto-Lei nº 8218, de 29 de junho de 1922 (Figura 5). A Ermida de São Miguel, a Escada e o Varandim de um edifício do casario adjacente ao Paço são considerados Imóveis de Interesse Público, pelos Decreto-Lei nº 29604 de 16 de maio de 1939 e Decreto-Lei nº 8252 de 10 de julho de 1922.

Figura 5- Paço dos Condes de Basto



Fonte: Guerra FG+SG (s.d)

O Palácio da Inquisição, foi adquirido por Vasco Maria Eugénio de Almeida em 1963, com o intuito da instalação do ISESE. Entre 1536 e o início do século XIX, funcionou como o Tribunal do Santo Ofício.

Figura 6-Palácio da Inquisição



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (s.d)

O Convento da Cartuxa, foi fundado no final do século XVI como local de acolhimento da Ordem de S. Bruno, tendo sido encerrado em 1834, onde fez parte do património da Fazenda Nacional. Em 1871, foi adquirido pela Fundação Eugénio de Almeida, sendo um local de oração e contemplação de única presença dos Monges Cartuxos (Figura 7).

Figura 7- Convento da Cartuxa



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida, s.d

As Casas Pintadas são antiga propriedade de uma família dos Descobrimentos, que abrigam frescos do século XVI, tendo motivos figurativos e fantásticos e, sendo Imóvel de Interesse Público, desde 1950. Em 2008, a Fundação encetou um projeto de valorização e requalificação do jardim das Casas Pintadas. Já em 2011, as Casas Pintadas foram objeto de estudo e de restauração, estando disponíveis para o público através de visitas guiadas (Figura 8).

Figura 8- Casas Pintadas



Fonte: Coelho (s.d)

O Fórum Eugénio de Almeida, foi criado em 2002, com o objetivo de acolher atividades e projetos da Fundação, assim como de outras entidades, de modo a desenvolver o nível sociocultural, educativo e espiritual e a dinamizar economicamente a cidade e a região.

Já em Lisboa, a Fundação possui a Casa de Santa Gertrudes e dois imóveis na Rua Rodrigues da Fonseca. O património fundiário da Fundação apresenta uma área de 6.500ha de terras localizadas no concelho de Évora, estando divididas por diversas herdades.

Do património da Fundação Eugénio de Almeida, também fazem parte a Quinta de Valbom, onde se encontra a Adega da Cartuxa e a Quinta da Cartuxa (Convento da Cartuxa de Santa Maria Scala Coeli) (Figuras 9, 10).

Figura 9- Adega da Cartuxa (parte exterior)



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (s.d)

Figura 10- Adega da Cartuxa (parte interior)



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (s.d)

3.2.1. Centro de Arte e Cultura

O Centro de Arte e Cultura foi o local de realização do estágio. A origem do Centro de Arte e Cultura deve-se à requalificação do património monumental do Centro Histórico de Évora, em 2013, nomeadamente do Palácio da Inquisição e das Casas Pintadas (Figura 11).

Figura 11- Centro de Arte e Cultura



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (s.d)

O Centro de Arte e Cultura é constituído por dois pisos, numa área total de 1.200 m² de área de exposições temporárias e dois espaços únicos: sala Rostrum, onde são expostas as últimas tendências e projetos experienciais e a sala Atrium. Também conta com um auditório, salas multiusos, centro de reuniões, espaços de lazer (cafetaria, restaurante, *wine bar*) e loja.

Da parte exterior, encontram-se o Pátio de Honra, o Jardim Norte e o Jardim das Casas Pintadas, perfazendo no seu total mais de 3.000 m², dos quais 2.382 m² pertencem ao Palácio da Inquisição e das Casas Pintadas e 811 m² pertencem às salas polivalentes e ao auditório).

Este espaço encontra-se orientado para a promoção e divulgação de atividades artísticas e culturais, baseando-se no compromisso social e na sustentabilidade, através de programas multidisciplinares, formativos e inclusivos (e.g. exposições, projetos performativos, serviço educativo, entre outros).

No que concerne às exposições, as mesmas encontram-se em funcionamento desde 2013, tendo ocorrido em 2018, as seguintes: *WAH! (We Are Here!)*, *De re metallica*, *Instrmnts*, *O riso dos outros*, *Heritage Indoor Sketchers*, *VisoVox* e *Grupo 8*.

No serviço educativo, o Centro de Arte e Cultura presta serviços ao público em geral (visitas para grupos organizados, visitas temáticas, encontros e conferências), às escolas (visitas às exposições e ao património cultural para público escolar), às crianças e

jovens (programas de oficinas para o período de férias escolares), às famílias (atividades para crianças a partir dos 3 anos, acompanhadas por adultos), aos professores e educadores (materiais de apoio às atividades), entre outros.

Fonte: Pereira, S.(2010) “Deus, Labor et Constantia” Fundação Eugénio de Almeida

3.2.1.1. Equipa do Centro de Arte e Cultura

A equipa do Centro de Arte e Cultura divide-se em três grupos: Direção Artística, Apoio Técnico e Administrativo e Serviço Educativo.

A responsabilidade pela Direção Artística cabe ao Dr. José Alberto Ferreira.

Do Apoio Técnico e Administrativo fazem parte a Dr.^a Fátima Murteira (orientadora de estágio), a Dr.^a Maria José Barril e a Dr.^a Elisabete Murta.

Por sua vez, do Serviço Educativo fazem parte a Dr.^a Andreza Sousa, o Dr. João Pedro Mateus e a Dr.^a Marisa Guimarães.

3.2.2. Gestão patrimonial

No que se refere à gestão patrimonial da Fundação, esta é realizada através da gestão direta de uma exploração agropecuária e industrial, onde cria recursos que lhe permite a autossustentabilidade económica da instituição, assim como o alcance dos seus fins e continuidade da sua existência.

Para além do mencionado, a gestão patrimonial permite que o desenvolvimento do projeto crie postos de trabalho e contribua para a promoção do desenvolvimento económico e social da região.

Quanto aos objetivos da política de investimentos e produção, a Fundação aposta na transformação de culturas, com a máxima rentabilidade e a preços de mercado, baseada na vertente da qualidade e da competitividade.

Dentro destas culturas encontram-se as culturas arvenses de regadio, novas vinhas e novas áreas florestais, nomeadamente montados de sobro e azinho. Também é de

destacar a oleicultura e vitivinicultura, sobretudo a plantação de novas vinhas, que dão origem aos vinhos Pêra-Manca, Cartuxa, Foral de Évora, Cerca Nova e EA.

Na pecuária, subsistem raças autóctones de bovinos e ovinos, assim como a criação do cavalo Puro Sangue Lusitano.

Capítulo IV – Descrição das atividades realizadas no período de estágio

O estágio curricular decorreu no período de 6 de março de 2018 a 14 de julho de 2018, no Centro de Arte e Cultura, da Fundação Eugénio de Almeida, em Évora.

No primeiro dia de estágio, fui apresentada à equipa de trabalho do Centro de Arte e Cultura, onde me foram apresentados os locais de trabalho e o gabinete onde iria exercer funções do estágio. A Dr.^a Fátima Murteira teve o cuidado de me reservar um gabinete, equipado com uma secretária e com uma cadeira e, de me delegar tarefas e prestar apoio. Para além disso, também no primeiro dia, fui informada sobre o meu horário de trabalho, que seria de 3^a feira a domingo, das 9:30-17:00 horas, sendo das 12:00-15:00 horas, nos feriados e nos fins-de-semana. Nesse aspeto, a Dr.^a Fátima, deu-me a oportunidade de gerir o horário, consoante as minhas tarefas.

O meu local de trabalho estava dividido, ou seja, o mesmo ia alternando consoante as necessidades e os eventos a decorrer, o que mostra que o Centro de Arte e Cultura é uma instituição dinâmica, que conta com uma equipa polivalente, profissional, metódica, onde subsiste a responsabilidade, a harmonia, o companheirismo e a partilha de conhecimentos e saberes.

Quanto às atividades realizadas durante o período de estágio, destacam-se o apoio técnico aos eventos, apoio à receção, acolhimento ao visitante, apoio na bilheteira (quando necessário), entre outras. Destas atividades realçam-se a exposição “WAH!” e os respetivos “Encontros”, o festival internacional de artes performativas “Lá Fora 2018” e um evento privado da iniciativa da Universidade Católica.

4.1. Principais atividades

A primeira atividade que me foi delegada pela Dr.^a Fátima Murteira, ocorreu no meu primeiro dia de estágio (6 de março de 2018), onde iniciei a minha pesquisa referente à parte teórica sobre a Fundação Eugénio de Almeida, com recurso ao livro “Deus, Labor et Constantia”. Uma das frases apresentadas no livro e que me marcou foi: “O que a Natureza Do Universo mais ama é transformar coisas que existem e criar novas coisas com elas. Pois tudo que existe é, de algum modo a semente daquilo que será” (Marco Aurélio).

O meu trabalho, durante os fins-de-semana, consistia em prestar apoio à receção, nomeadamente através da compra e venda de livros e catálogos, assim como, prestar

apoio à caixa e bilheteira nas visitas das Casas Pintadas e acolher os visitantes, os quais respondiam a uma base de dados estatísticos, onde se pretendia conhecer o respetivo perfil individual (e.g. nacionalidade, país, região, entre outros).

Também durante o mês de março, participei no evento “*Creativity and Innovation Challenge*”, que teve lugar no centro de reuniões, do Centro de Arte e Cultura, e consistia numa iniciativa para a resolução de um problema social, baseando-se em processos inovadores e criativos, no contexto de situações reais e diárias. Esta iniciativa destinava-se aos estudantes, com idades compreendidas entre os 15-22 anos.

Ainda no mês de março, participei no evento “Seminário sobre Finanças Éticas e Solidárias ao Serviço do Bem Comum”, que consistia num espaço de conhecimento e apresentação de projetos nacionais, os quais permitiam a discussão e reflexão sobre as principais tendências das finanças éticas e solidárias, quer a nível nacional, quer a nível mundial (Figura 12).

Figura 12- Cartaz do Seminário



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (2018)

No mês de abril, participei no evento “O Enquadramento e Acompanhamento de Voluntários na Organização”, cujo objetivo passava por proporcionar conhecimentos

teóricos sobre os pontos críticos para o enquadramento de voluntários em diversos projetos. Este evento destinava-se aos técnicos e dirigentes que pretendessem melhorar os seus programas de voluntariado.

No período de férias da Páscoa, participei como assistente na realização da “Oficina de Férias”, onde recebia as crianças e as ajudava em diversas tarefas, tais como: criar uma história, fazer moldagem com barro, fazer bonecos de terra, observação de insetos, fazer experiências, ajudar na preparação do lanche, organização das salas após as tarefas.

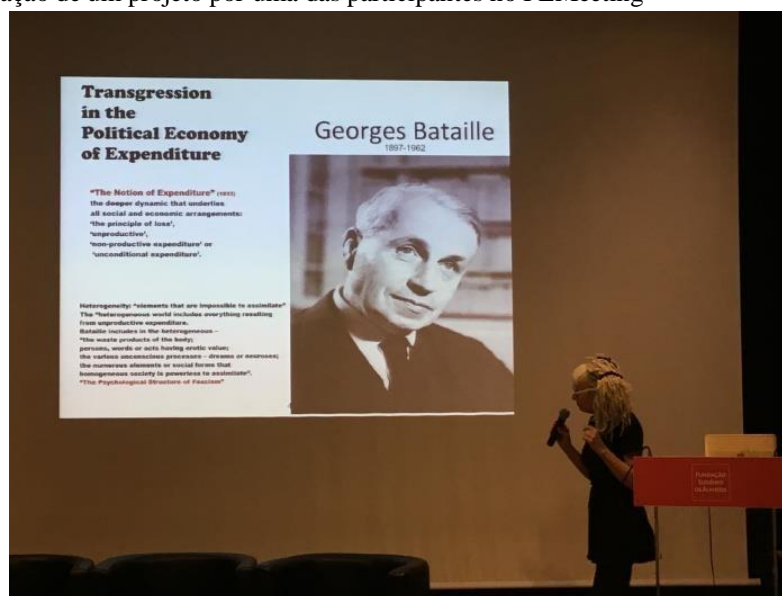
Uma das tarefas da “Oficina de Férias” era os “Jardins Portáteis”, onde as crianças eram convidadas a descobrir o que era uma paisagem e a inspirar-se nos jardins e pátios da Fundação, através de recortes, criação de plantas e seres fantásticos e da construção de jardins portáteis. Esta atividade destinava-se às crianças e aos jovens entre os 6-12 anos.

Já em maio de 2018, participei no Dia Internacional dos Museus, cujas atividades consistiam numa visita guiada à exposição “WAH!”, em conjunto com o Curador José Alberto Ferreira. Nesse dia, também foi realizada uma visita guiada noturna ao Paço de São Miguel, tendo culminado as atividades com um concerto de Diana Combo – Desacordo, sendo de entrada livre.

Durante esse mês (maio de 2018), prestei apoio à receção ao grupo que iria participar no “Encontro de Origami”, que decorreu durante o dia 26 de maio e o dia 30 de junho, com entrada livre.

Em junho, participei no evento “*FEMeeting – Women in Art Science and Technology*”, que teve lugar no Centro de Arte e Cultura e consistia numa conferência, onde diversas mulheres de todo o Mundo partilhavam e divulgavam os seus projetos, baseados na arte, na ciência e na pesquisa tecnológica. Este evento englobava uma visita à exposição “WAH!”, seguida de uma tarde de palestras (Figura 13).

Figura 13- Apresentação de um projeto por uma das participantes no FEMeeting



Fonte: FEMeeting (2018)

Durante os 4 meses de estágio, tive oportunidade de colaborar com o Serviço Educativo, do Centro de Arte e Cultura, onde prestei apoio em diversas atividades, onde se destacam os “Sábados Criativos” e onde tinha a responsabilidade de preparar o *hall* de entrada, nomeadamente as mesas com latas de canetas, folhas e alguns desenhos, com os quais as crianças realizavam atividades baseadas na exposição ou nos diferentes espaços da Fundação.

Também é de realçar, o Dia da Criança, onde participei numa peça de teatro “Alguns desvarios sobre isto e aquilo”, cuja história incidia sobre uma atribulada viagem à volta do Mundo. Para a preparação deste dia, foram realizadas diversas diligências, desde contactar as escolas, distribuir cartazes, confirmar data e hora, ou seja, planear e dinamizar o evento. Quando chegou o dia, prestei apoio à receção, acolhimento dos visitantes (crianças e professores), tendo sido realizada uma sessão da parte da manhã e outra da parte da tarde, tendo como destinatários os alunos do ensino pré-escolar e do 1º Ciclo do Ensino Básico (Figura 14).

Figura 14- Cartaz da peça de teatro “Alguns desvarios sobre isto e aquilo”



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (2018)

Outro evento, onde tive oportunidade de prestar apoio interno, acolhimento ao visitante e apoio à receção, no meu último dia de estágio, foi o dia de inauguração de um conjunto de exposições, encontrando-se as mesmas expostas desde o dia 14 de julho até o dia 30 de setembro. Estas exposições eram constituídas por 4 exposições de diferentes artistas:

- “*De re metallica*”, esculturas de Gonçalo Jardim;
- “*Instrmnts*”, exposição interativa que permitia tocar, brincar, dialogar e experimentar, sendo da autoria de Victor Gama;
- “*VisoVox*”, poesia virtual e sonora da autoria dos Curadores Manuel Portela, Américo Rodrigues e José Alberto Ferreira;
- “*Heritage Indoor Sketchers*”, convite para percorrer o interior de alguns dos espaços, através de desenhos *urban sketchers*, onde se conserva a memória de Évora.

É de evidenciar que, segundo dados disponibilizados pela Dr.^a Fátima Murteira, o número de visitantes do Centro de Arte e Cultura, durante o ano 2018, foi de aproximadamente 26.938 nas exposições, 5.342 participantes no Serviço Educativo e nas Atividades Paralelas e 1.992 espetadores no Festival Lá Fora.

A maioria dos visitantes era de nacionalidade portuguesa, residentes em Évora e em Lisboa. Dos visitantes estrangeiros, destacam-se os turistas brasileiros, espanhóis, ingleses e franceses.

4.2. Exposição WAH!

A inauguração desta exposição deu-se no dia 17 de março, tendo culminado no dia 1 de julho. Esta exposição apresenta trabalhos de 20 mulheres artistas portuguesas, com ligações no Alentejo, que se estendem desde a instalação, vídeo, bio-arte, escultura, pintura, desenho, gravura até à fotografia. A temática alvo incide sobre as periferias, ou seja, as artistas tentam colocar as suas obras no centro do sistema da arte, mostrando a sua insatisfação com a presença/ausência da criação feminina nos circuitos de arte.

A relevância desta exposição deve-se aos desafios temáticos e formais das obras, uma vez que se inserem no contexto histórico, na criação e na festividade. Como o Curador José Alberto Ferreira afirma “Todos estamos aqui! *We are here!* Artistas, públicos, obras de arte. Que a festa comece!” (Ferreira, 2018: 1).

Numa entrevista cedida à Renascença, o Curador José Alberto Ferreira menciona que este grupo de artistas não são uma geração, nem um grupo de feministas, apenas defendem posições muito diferentes entre si, estéticas diferenciadas, levando à uma leitura da relação arte contemporânea e território.

Figura 15- Cartaz do WAH!



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (2018)

Desta exposição fazem parte as seguintes artistas com as respetivas obras (Quadro 4).

Quadro 4- Artistas e respetivas obras presentes na exposição WAH!

Artista	Título e Ano da Obra	Tipo da Obra
Alice Geirinhas	<i>Take me now, baby, here as I am</i> (2017)	Acrílico
Carlota Jardim	<i>Sem Título</i> (2017)	Carvão e acrílico sobre papel
Célia Domingues	<i>Ama de Casa</i> (2004)	Tapete de caramelos, arame e cordel
Clara Menéres	<i>Deus</i> (1976)	Chapa metálica
Coca Froes David	<i>Talking in Tongues I, II, III, IV</i> (2018)	Acrílico sobre tela
Cristina Oliveira	<i>Da Série Oddity</i> (2018)	Fotografia
Cristina Tavares	<i>&C</i> (2018)	Colagem
Estrela Faria	<i>Sem Título</i> (1950)	Óleo sobre tela
Joana Gancho	<i>Série oh.as.casas!</i> (2018)	Técnica mista sobre papel
Leonor Branco	<i>Memórias de escrita</i> (2018) <i>Tranparências</i> (2018)	Tríptico, técnica mista sobre tela Técnica mista

Margarida Lagarto	<i>Sem Título</i> (2010/2011)	Folha de ouro mouro
Maria Leal da Costa	<i>Génese</i> (2018)	Escultura
Marta de Menezes	<i>Nuclear Family</i> (2004)	Instalação com seres humanos
Noémia Cruz	<i>Sem Título</i> (1991)	Escultura de cerâmica
Rita Vargas	<i>Kami</i> (2010)	Escultura em mármore
Sónia Godinho	<i>A Dança de Salomé</i> (2018)	Graffiti sobre papel
Susana Marques	<i>Desassossego</i> (2018)	Tinta da china
Susana Pires	<i>Conversa Tangível I, II, III</i> (2018)	Desenho sobre tecido
Susana Piteira	<i>Luxuriae</i> (2004-2018)	Instalação multimédia
Virgínia Fróis	<i>Coroa</i> (2007) <i>Fóssil</i> (2010)	Terracota

Fonte: WAH! (2018)

Depois de apresentada a exposição e respetivas obras, importa realçar as atividades realizadas durante o período de estágio, no âmbito da mesma.

Antes do dia da inauguração da exposição, prestei apoio nas montagens e no planeamento das atividades que iriam decorrer em paralelo. No dia da inauguração, prestei apoio à receção e ao acolhimento ao visitante, onde interagia diretamente com o visitante, de modo a perceber o seu interesse pela exposição, pela biografia das autoras, pelos objetivos da exposição e esclarecer outras dúvidas que foram surgindo ao longo da visita.

Durante o período da exposição, prestei apoio ao secretariado e realizei visitas guiadas, em conjunto com o Curador José Alberto Ferreira.

4.3. Encontros após a Exposição WAH!

Estes encontros ocorreram no Centro de Arte e Cultura, em paralelo com a exposição, tendo como objetivo promover o contacto com as artistas e as obras para, posteriormente, serem debatidas e alvo de reflexão crítica. Nestes encontros, a temática de debate passava pelo modo como cada artista encarava a arte na sua vida, assim como, a sua experiência, o seu percurso, as suas histórias privadas do dia-a-dia, a ligação que mantinham com o Alentejo, as vantagens e desvantagens da sua profissão, entre outros.

No total, ocorreram 8 encontros, com entrada livre e direcionado para todos os públicos, tendo início às 18:00 horas, com uma duração aproximada de 45 minutos-1 hora (Figura 16).

Figura 16- Cartaz dos Encontros com Artistas



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida (2018)

Antes dos encontros, preparava o evento, através do envio de emails para as artistas e para a moderadora, onde me apresentava, lembrava o local e a data do encontro e solicitava que antes de cada encontro chegassem à receção, pelo menos, com meia hora ou 15 minutos de antecedência, de modo a acordar os últimos pormenores.

Durante os encontros, fiquei com a responsabilidade de preparar toda a sala para receber o evento, nomeadamente através da verificação do sistema de som e vídeo, da preparação da mesa principal, onde falavam as artistas e o moderador de cada encontro.

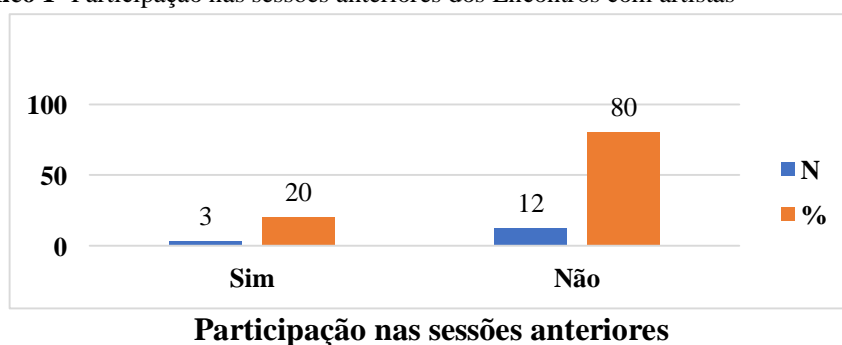
Para além disso, também distribuí questionários de avaliação, de modo a recolher informação sobre o grau de satisfação dos participantes e sobre a forma como decorreu a sessão dos encontros, propriamente dita. Após cada encontro, procedia à recolha dos questionários e à arrumação e organização da sala. É de realçar, que durante todo o período da exposição, mostrei a minha inteira disponibilidade para prestar apoio, em qualquer situação em que fosse necessária.

4.3.1. Resultados da aplicação dos questionários

Dos questionários distribuídos (Anexo I), durante os Encontros com as artistas presentes na exposição WAH!, verificou-se que apenas 15 foram totalmente válidos, sendo excluídos os questionários incompletos e mal preenchidos. A amostra do estudo é diminuta, uma vez que a Coordenadora de estágio não concordou com a abordagem sistemática dos participantes, pelo que a melhor opção passou pela colocação dos questionários, num local visível, para que pudessem responder, voluntariamente.

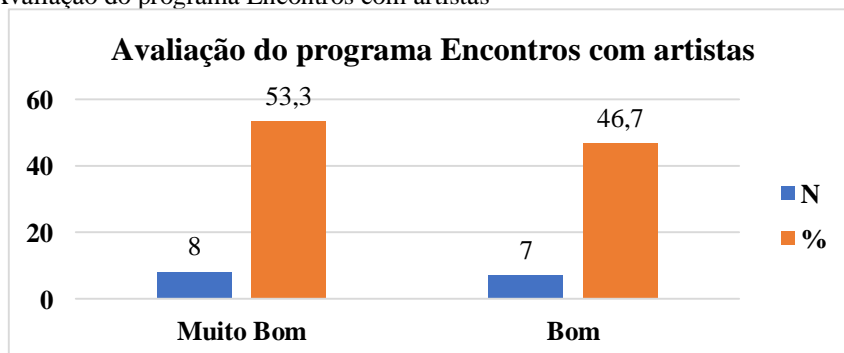
No Gráfico 1, observa-se que a maioria dos inquiridos não participou nas sessões anteriores (n=12;80%).

Gráfico 1- Participação nas sessões anteriores dos Encontros com artistas



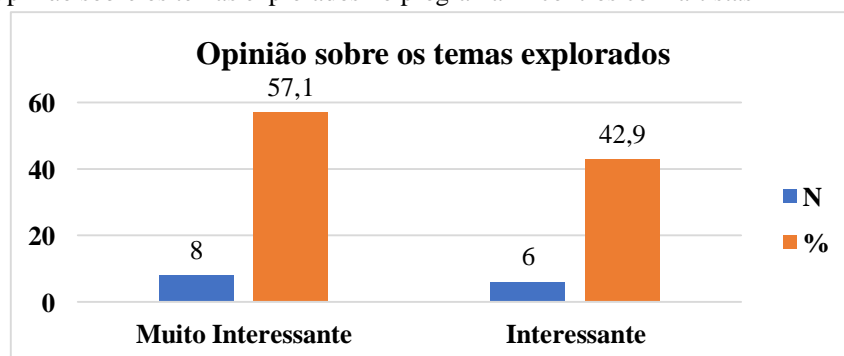
Quando questionado sobre a avaliação do programa Encontro com artistas, a maioria dos inquiridos considera que o programa foi muito bom (n=8;53.3%).

Gráfico 2- Avaliação do programa Encontros com artistas



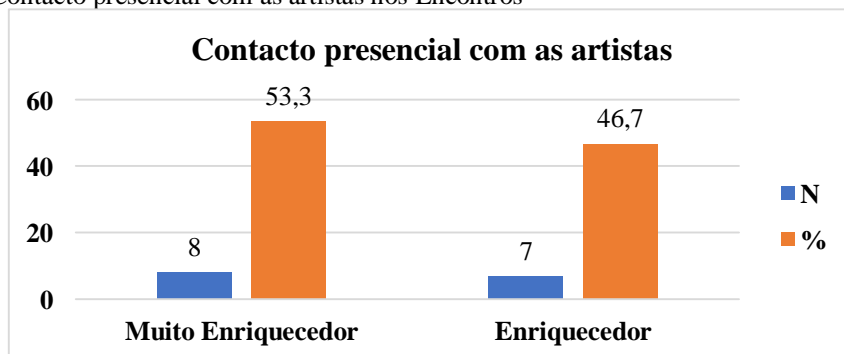
No Gráfico 3, observa-se que a maioria dos inquiridos considera que os temas explorados durante os Encontros são muito interessantes (n=8;57.1%).

Gráfico 3- Opinião sobre os temas explorados no programa Encontros com artistas



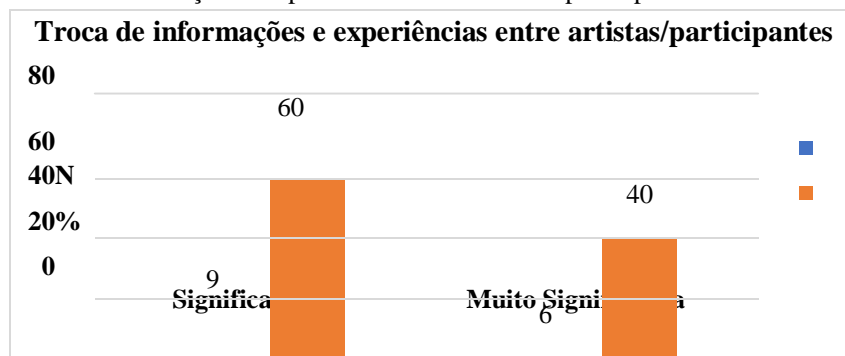
No Gráfico 4, verifica-se que a maioria dos inquiridos respondeu que o contacto presencial com as artistas foi muito enriquecedor (n=8;53.3%).

Gráfico 4- Contacto presencial com as artistas nos Encontros



Quando questionado sobre a troca de informações e experiências entre artistas e participantes, os inquiridos responderam que a mesma foi significativa (n=9;60%).

Gráfico 5- Troca de informações e experiências entre artistas e participantes



Relativamente à organização dos Encontros, nomeadamente da abordagem do tema, a maioria dos inquiridos respondeu que a mesma tinha ido ao encontro das suas expectativas (n=14;93.3%).

Quanto ao local de realização e ao horário dos Encontros, a maioria dos inquiridos respondeu que os mesmos foram bastante adequados (n=10;66.7% em ambos os casos).

Nos meios técnico-pedagógicos, a maioria dos inquiridos respondeu que os mesmos foram bons (n=9;60%).

Por último, quando questionado sobre o apoio prestado pelo secretariado, onde o meu trabalho também se incluía, os inquiridos responderam que o mesmo foi bom (7;50%), seguido dos inquiridos que consideraram o apoio muito bom (n=4;28.6%).

4.4. Festival Internacional de Artes Performativas – Lá Fora

O festival Lá Fora 2018 ocorreu entre o dia 7 até o dia 10 de junho. Este festival foi promovido com o objetivo de apresentar nos seus pátios e jardins, um programa único de artes performativas (Figura 17).

Figura 17- Cartaz do festival Lá Fora 2018



Fonte: Fundação Eugénio de Almeida, 2018

Na sua 5ª edição, este festival contou com a direção artística do Curador José Alberto Ferreira, que pretendia trazer nova vida aos espaços patrimoniais mais históricos e emblemáticos da cidade de Évora.

Este festival contou com a atuação de diversos artistas, cantores, bandas, tendo sido realizado em diversos espaços do Centro de Arte e Cultura, nomeadamente no Pátio de Honra, no Pátio das Colunas e, no Pátio de São Miguel (Pátio pequeno e no Jardim).

Dos artistas destacam-se: Sequin – Born Backwards, a Companhia Instável Percursos Coreográficos, a Orquestra de Jazz de Évora, os Cais Sodré Funk Connection, Joana Guerra, António Bexiga e Cristina Viana – Quando as Sereias são Pássaros, os Dead Combo e Catarina Garcia & Sofia Aires – Projeto Migratório.

No Lá Fora, a minha colaboração passou pelo acolhimento aos espetadores e pela contagem dos visitantes, as quais eram realizadas na porta de entrada do Centro de Arte e Cultura.

Também prestei apoio à caixa, através da venda de bilhetes, nos dias dos espetáculos. Os bilhetes estavam à venda no Centro de Arte e Cultura até às 19:00 horas do dia do espetáculo, custando entre os 2-12€, sendo o mais caro, o bilhete do dia 09, onde atuaram Joana Guerra, os Lince e os Dead Combo.

Durante os espetáculos, prestei apoio técnico à equipa de produção, caso necessitassem de algum serviço ou pedido relacionado com as tarefas do festival.

4.5. Evento da Universidade Católica Portuguesa

Por último, é de destacar o evento da Universidade Católica Portuguesa, evento de cariz social, assim como, uma atividade comercial em contexto do Programa Social Grupos de Formação de Executivos.

Este evento decorreu em cinco sessões, durante três fins-de-semana consecutivos de maio (dias 11-12, 18-19 e 25-26), tendo decorrido também em dois fins-de-semana de junho (dias 22-23 e 29-30).

A temática abordada na primeira sessão foi “Motivação e Liderança”, na segunda sessão foi “Gestão e Mudança e Equipas de Trabalho”, na terceira sessão foi “Schedule”, na quarta sessão foi “SIF e Controlo Orçamental”, enquanto que na última sessão decorreu o evento de cariz social, com uma prova de vinhos.

A minha colaboração neste evento passou pelo apoio técnico e logístico, apoio ao secretariado, apoio à receção, acolhimento dos participantes nos espaços de acesso livre, preparação do *coffee break*, do lanche e da prova de vinhos.

Na prova de vinhos, preparava as mesas, os copos, as bolachas para acompanhar e as cuspideiras (Figuras 18, 19). Nesta atividade, acompanhei e apoiei o enólogo José Rupio, que fez todas as provas, começando por uma breve abordagem de cada vinho, das suas características, dos graus de temperatura a que deveriam ser servidos, as diferentes castas, os solos, a forma de servir, de segurar no copo, de ver a lágrima que deixa ao cair, entre outras atividades.

Figura 18 - Preparação da mesa para a prova de vinhos



Figura 19 - Prova de vinhos no Centro de Arte e Cultura



A prova de vinhos foi uma das atividades que realizei durante o período de estágio, na qual senti mais satisfação e entusiasmo, pelo que absorvi todos os conhecimentos e saberes do enólogo, para um dia no meu futuro profissional poder colocar em prática (Figura 20).

Figura 20- Prova de vinhos no Centro de Arte e Cultura



Cada prova de vinhos incluía 4 vinhos diferentes, no total de todas as provas: E.A Biológico (Tinto e Branco), E.A (Rosé, Tinto, Branco e Tinto Reserva), Scala Coeli (Tinto Branco e Tinto Reserva), Pêra Manca (Branco e Tinto), Cartuxa (Tinto, Branco e Tinto Reserva), Foral de Évora (Branco e Tinto), Vinea (Branco e Tinto) e Espumante (Cartuxa, Rosé e Cartuxa Reserva) (Figura 21).

Figura 21- Vinhos apresentados na Prova de vinhos



Capítulo V – Análise e reflexão crítica das atividades

Durante o período de estágio realizado no Centro de Arte e Cultura, conseguiu-se cumprir com os objetivos definidos no plano de estágio, assim como, com os previstos no acordo de estágio definidos com a entidade. Não obstante, alguns aspetos poderiam ter sido mais aprofundados, se o período de estágio tivesse um prazo mais alargado.

Em todas as atividades, foi possível contar com uma equipa de trabalho bastante talentosa, metódica, profissional, onde subsistem valores de responsabilidade, harmonia, respeito pelo outro e companheirismo.

As tarefas realizadas também correram bem, uma vez que a equipa de trabalho facultou todas as ferramentas de trabalho necessárias para cada atividade prevista, desde a exposição *WAH!* até à prova de vinhos.

Com a realização das diferentes atividades, verificou-se que apesar de estar preparada para o futuro percurso profissional, também existem algumas falhas a serem colmatadas, em algumas situações menos agradáveis. Como foi o caso, do evento da Universidade Católica Portuguesa, onde por um ligeiro atraso da minha parte, podia não ter tido o melhor desfecho, mas que com a ajuda da minha orientadora de estágio, fez-me perceber que nesta profissão, nem tudo é um “mar de rosas”. A orientadora, assim como o resto da equipa, souberam acalmar-me, ouvir-me, compreender a situação, sugerir formas de solucionar o problema, sem nunca lesar a boa marca e imagem do Centro de Arte e Cultura, mas sobretudo, da Fundação Eugénio de Almeida.

Desse modo e, como exposto anteriormente, a conceção de um evento deve ter início pela recolha de informação e a posterior análise dos mesmos, que irá contribuir para o diagnóstico do problema/oportunidade. Depois de diagnosticado, o problema, deve ser definida a missão, os objetivos, a estratégia e o público-alvo, que posteriormente, darão lugar à execução do evento, através das estratégias previamente definidas. Por último, para saber se o evento foi bem-sucedido, é essencial proceder à avaliação do mesmo, onde serão detetadas áreas de melhoria, os pontos fortes e os pontos fracos.

Por esse motivo, existe a plena consciência de que o planeamento de eventos é uma tarefa complexa e morosa, pois, segundo a Dr.^a Fátima Murteira, as atividades

devem ser planeadas atempada e oportunamente, como foi o caso das atividades de 2018 e 2019 (exposições, seminários, entre outros), que começaram a ser preparadas desde o início de 2018.

Assim, compreende-se a relevância do planeamento de um evento, desde o ínfimo pormenor até ao dia do evento, em si, sobretudo quando se está a lidar com diferentes pessoas, de diferentes personalidades, atitudes e comportamentos.

E o resultado do planeamento de um evento é tao gratificante, quando se percebe que se coloca empenho, compromisso, responsabilidade, dedicação, em todas as situações, assim como, quando o feedback dado pelos visitantes, turistas, público em geral e até pelas crianças, é significativo e positivo.

Para além disso, os diversos eventos realizados exerceram alguns impactos positivos, quer na vida pessoal e profissional da autora do presente relatório, quer na vida do Centro de Arte e Cultura, onde se destacam: a partilha de experiências; o aumento da participação da sociedade; a expansão das perspetivas culturais; a perceção de que existe um orgulho comunitário e prestígio nacional/internacional perante o nome da Fundação Eugénio de Almeida; uma maior coesão social e preservação da identidade cultural dos habitantes de Évora; a revitalização das tradições; a promoção da imagem e do destino para os visitantes que ainda não conhecem a cidade; aumento do fluxo de turistas; entre outros.

Conclusão

Após a elaboração deste relatório de estágio, foi possível observar que os objetivos anteriormente definidos, foram bem-sucedidos, uma vez que se conseguiram descrever, analisar e elaborar uma reflexão crítica sobre as atividades desenvolvidas no estágio.

Quanto aos objetivos específicos, estes também foram alcançados, na medida em que se conseguiu analisar o funcionamento diário do CAC; prestar serviços nos eventos de carácter diferenciado; apostar na experiência de cada pessoa que participa nos eventos; criar estratégias de melhoria de funcionamento do CAC; aliar o turismo à sociedade, através de diversos eventos; desenvolver novas atividades relacionadas aos eventos e novas aprendizagens sobre a cidade.

Para a concretização destes objetivos, foi elaborada uma pesquisa e análise documental sobre todas as temáticas alvo de estudo, principais benefícios e limitações, áreas de melhoria, entre outros.

Toda esta pesquisa fez com que fosse mostrada a relevância do turismo e a sua aplicação nas diferentes instituições de cada cidade, de cada região e de cada país, o que contribuiu para compreender que o turismo é uma área em constante expansão e crescimento, pelo que as empresas e os seus responsáveis devem apostar na inovação tecnológica, na diferenciação de produtos, serviços e experiências e na potencialidade do turismo de eventos, sobretudo numa cidade histórica e património Mundial, como é o caso de Évora.

Isto contribuiu para que pudesse aliar a teoria assimilada ao longo do meu percurso académico (licenciatura e mestrado) com a prática adquirida durante as diversas atividades do estágio. A minha formação base, que é o Turismo, permitiu-me alargar horizontes, uma vez que esta área engloba diversos saberes, conhecimentos e capacidades, que se estendem desde a social, cultural, psicológica, até à económica, financeira, sustentabilidade, entre outras.

Quanto às limitações, são de apontar o facto de o período de estágio ser reduzido, o que não permitiu a realização de mais experiências e atividades, assim como, o facto de ter decorrido apenas uma prova de vinhos, uma atividade na qual gostaria de ter participado mais vezes.

Em suma, após a conclusão do mestrado, espero conseguir trabalhar na área do Turismo, sobretudo, na área dos vinhos, pela qual tenho uma enorme paixão e alegria, pois, permite-me adquirir novos conhecimentos e aplicar os conhecimentos e capacidades previamente assimilados. O meu interesse passa pelo início, onde são identificadas as castas, os solos, as características de cada vinho, as suas particularidades, até ao contacto com os fornecedores, as empresas, o público em geral, pois, gosto de descobrir, envolver-me com as terras e com as pessoas que fazem da vitivinicultura, uma das áreas mais crescentes e interessantes do setor do turismo.

Referências Bibliográficas

- Adema, K., & Roehl, W. (2010). Environmental scanning the future of event design. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 199–207.
- Allen, J. et. al. (2008). Organização e gestão de eventos. (3ª Edição). Rio de Janeiro: Elsevier
- Almeida, C. (2009). Organização de eventos o que é um evento? *Curso de Organização e Gestão de Eventos*
- Banks, G., & Overton, J. (2010). Old world, new world, third world? Reconceptualising the worlds of wine. *Journal of Wine Research*, 21(1), 57–75
- Barretto, M. (2006). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. (17ª Edição). Papirus: Editora São Paulo
- Barretto, M. (2007). *Cultura e turismo*. Papirus Editora.
- Batista, A., & Ferreira, A. (2010). O turismo e a cultura enquanto estratégias de regeneração de centros históricos. O caso de Alcacer do Sal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14, 513-523
- Belando, V., Ulldemolins, J., & Zarlenga, M. (2012) ¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del “modelo Barcelona” de políticas culturales. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 99, 31-50
- Boavida, A. (2012). *A experiência turística partilhada – Contributos para a hospitalidade e retenção do destino turístico – O Caso da Feira do Cavalo da Golegã*. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria
- Booth, A. (2010). Developing the event concept. In Robinson, P. et al (Eds), *Events Management*. Wallingford: Cabi International
- Borges, M. R., Marujo, N., & Serra, J. (2013). Turismo cultural em cidades património mundial: A importância das fontes de informação para visitar a cidade de Évora. *Tourism and Hospitality International Journal*, 1, 137-156
- Bowdin, G. (2006). *Events management*. (2ª Edição). Oxford: Elsevier ButterworthHeinemann
- Brito, J. (2007). *La investigación social del turismo*. Madrid: Thomson
- Butler, R. (2008). *The relevance of the tourism area life cycle (talcl) to sustainable destinations*

- Carvalho, R., Costa, C., & Ferreira, A. (2015). Community based tourism festivals in the Médio Tejo Region, Portugal: A potential for the specialized cultural consumption of creative tourism. In *ISLA – Atas de Conferência Internacional*
- Chiavenato, I. (2004). *Gestão de pessoas: O novo papel dos RH nas organizações*. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Cluzeau, C. (2007). *Le tourisme culturel* (4.^a Edição). Paris: Presses Universitaires de France.
- Costa, A. & Kastenholz, E. (2012). Proposta do modelo conceitual de decisão enoturística para a Região do Douro. In *Actas do VIII Citurdes – Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável – Turismo Rural em tempos de novas ruralidades*. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 724-745
- Cuche, D. (2012). A noção de cultura nas Ciências Sociais. *EDUSC*. São Paulo. Brasil
- Cunha, L. (2013). *Economia e política do turismo*. Lisboa: Editora Lidel.
- Daniels M., Norman W., & Henry M. (2004). Estimating income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 180-199
- Disegna, M., Osti, L., & Brida J. (2011). Segmenting visitors of cultural events by motivation: A sequential non-linear clustering analysis of Italian Christmas Market visitors. *Expert Systems with Applications*, 39 (13), 11349-11356
- Estevão, M., & Marques, A. (2012). Turismo, património mundial e cultura em Évora. In *II Congresso Internacional de verão da Escola de Ciências Sociais. Cooperação, Território e Rede de Atores: Olhares de Futuro*, Universidade de Évora
- Esu, B., Arrey, V., Basil, G., & Eyo, E. (2011). Analysis of the economic impacts of cultural festivals: the case of Calabar Carnival in Nigéria. *Tourismos*, 6(2), 333-352
- Figueira, L. (2013). *Manual para elaboração de roteiros de turismo cultural*. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar.
- Fredline, *et al.* (2003). The development of a generic scale to measure the social impact of events. *Event Management*, 8(1), 23-37.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism*. (2^a Edição). New York: Cognizant Communication
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann

- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428
- Giácomo, C. (2007) *Tudo acaba em festa. Evento, líder de opinião, motivação e público*. São Paulo: Editora Summus
- Hall, M.; Sharples, L.; Cambourne, B.; Macionis, N. (2000) Wine tourism around the world development, management and markets. Oxford: Butterworth-Heinemann
- ICOMOS. (1999). Carta internacional sobre turismo cultural. La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo. Disponível em:
https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Inácio, A. (2008) O enoturismo em Portugal: Da “cultura” do vinho ao vinho como cultura. Tese de Doutoramento. Faculdade de Letras - Universidade de Lisboa
- Inácio, A., & Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: Forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 13/14, 761769
- Isidoro, A., et al. (2013). *Manual de organização e gestão de eventos*. Lisboa: Edições Sílabo
- Jennings, G. (2010). *Tourism research*. (2.^a Edição). Milton: John Wiley & Sons Australia
- Knott, B., Fyall, A., & Jones, I. (2015). The nation branding opportunities provided by a sport mega-event: South Africa and the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 46-56
- Köhler, A., & Durand, J. (2007). Turismo cultural: Conceituação, fontes de crescimento e tendências. *A Revista Turismo - Visão e Ação*, 18(2)
- Lamont, M., & Dowell, R. (2007). A process model of small and medium enterprise sponsorship of regional sport tourism events. *School of Tourism & Hospitality Management*, 14 (3), 253-266
- Larsen, J. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18
- Livtin, S., & Fetter, E. (2006). Can a festival be too successful? A review of Spoleto, USA. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (1), 41-49



- Liu, Y. (2015). Event-led strategy for cultural tourism development: The case of Liverpool as the 2008 European capital of culture. *disP – The Planning Review*, 51 (2), 28-40
- Lopes, A. (2014). *Importância da percepção do clima e cultura organizacional numa organização: Estudo de Caso*. Dissertação de Mestrado. ISLA, Vila Nova de Gaia
- Marujo, N. (2014a). A cultura, o turismo e o turista: Que relação? *Revista TURYDES*, 7 (16), 1-12
- Marujo, N. (2014b). O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible*, 8(23), 1-12
- Marujo, N. (2015). *Turismo, turistas e eventos: Da teoria à prática*. Castelo Branco: RVJ Editores
- Marzo-Navarro, M., & Pedraja-Iglesias, M. (2012). Critical factors of wine tourism: incentives and barriers from the potential tourist's perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 312-334
- Mason, P., & Kerridge, J. (2006). Atitudes dos visitantes e residentes em relação aos impactos do festival internacional de Sidmouth de 2001. In, Yeoman, I. et al. (Eds), *Gestão de festivais e eventos: Uma perspetiva internacional de artes e cultura*. São Paulo: Roca
- McKercher, B., Mei, W. S., & Tse, T. (2006). Are short duration cultural festivals tourist attractions? *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 55–66
- Mesquita, A. (2011). *Turismo cultural nas comunidades rurais: o caso de Macieira de Alcôba*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro
- Miki, A., José, A., Gândara, M., & Muñoz, D. (2013). La variable competitividad en MeetingTourism: una visión general de la actualidad. *Escenarios: Empresa y Territorio*, 2(2), 131-154
- Munsters, W. (2004). *Culture x Tourism: merely a marriage of convenience?*. Maastricht: W. J. Munsters.
- Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO). (2011). *Tourism Towards 2030: Global Overview*. Madrid: OMT
- Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO). (2017). *WYSE Travel Confederation*. New Horizons, Preliminary Results

- Page, S., & Connell, J. (2009). *Tourism: a modern synthesis*. (3.ª Edição). Cengage Learning, SouthWestern
- Page, S. (2014). *Tourism management: An introduction*. London: Routledge
- Paiva, O. (2016). *Autenticidade e centros históricos património mundial. Contributo para explicar a redundância – Uma abordagem multigrupos*. Tese de doutoramento. Universidade de Coimbra
- Pasanen, K., Taskinen, H., & Mikkonen, J. (2009). Impacts of cultural events in Eastern Finland - Development of a finnish event evaluation tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2), 112- 129
- Pérez, X. (2009). Turismo cultural. Uma visão antropológica. Disponível em <http://www.pasosonline.org>
- Pereira, S. (2010). *Deus, Labor et Constantia*. Fundação Eugénio de Almeida.
- Pessoa, J. (2012). *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local*
- Rasoolimanesh, M., & Jaafar, M. (2017). Sustainable tourism development and residents' perceptions in World Heritage Site destinations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 34-48
- Richards, G. (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD
- Richards, G. (2011) Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253
- Rosenfeld, R. (2008). Cultural and heritage tourism. *ResearchGate*, 1-14
- Ryan, C. (2011). Ways of conceptualizing the tourist experience: A review of literature. In Sharpley, R e Stone, P. Eds), *Tourist experience: Contemporary perspectives*. London: New Routledge
- Sardo, A. (2009): “Turismo Literário: A importância do património e dos sítios literários para o desenvolvimento turístico regional”. In Simões, J. M., Ferreira, C. C., *Turismos de nicho: Motivações, produtos, territórios*. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, 339-352
- Sharpley, R., & Stone, P. (2011). Introduction: Thinking about the tourist experience. In Sharpley, R e Stone, P. Eds), *Tourist experience: Contemporary perspectives*. London: New Routledge

- Sigala, M. (2014). Wine tourism around the world: Development, management and markets. *Journal of Wine Research*, 25:2, 133-134
- Simões, P. (2016). *O turismo e o lazer na cultura de consumo: Impactos nas variáveis do tempo e do Espaço*. In Geografia, cultura e riscos. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra
- Small, K. (2008). Social dimensions of community festivals: An application of factor analysis in the development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, 11(1/2), 45-55
- Sparks, B. (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. *Tourism Management*, 28, 1180-1192
- Su, M. & Wall, G. (2014). Community participation in tourism at a world heritage site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 146–156
- Toselli, C. (2006): “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”. *PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 4(2), 175-182
- Tassiopoulos, D. (2005) *Event management: A professional and developmental approach*. (2ª Edição). Lansdowne, U.S.A: Juta and Company
- UNWTO (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*. Madrid/Nueva York. Naciones Unidas
- Vieira, J. (2015). *Eventos e turismo - Planeamento e organização*. Lisboa: Edições Sílabo
- Yin, R. (2010). *Estudo de caso: Planejamento e métodos*. (4ª Edição). Porto Alegre: Bookman

Anexos

Anexo I – Questionário de Avaliação

QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO

Este questionário destina-se a receber informação sobre o grau de satisfação do participante e sobre a forma como decorreu a sessão do ciclo *Encontro com Artistas*, programa paralelo à exposição WAM! que promove o contacto com as artistas e as obras, convidando os públicos para o debate e reflexão crítica. O seu contributo é muito importante para nos ajudar a fazer melhor!

SOBRE A REALIZAÇÃO DO PROGRAMA *ENCONTROS COM ARTISTAS*

1. Já tinha participado nas sessões anteriores?
 Sim Não
2. Globalmente como avalia o programa Encontro com Artistas?
 Muito Bom Bom Razoável Insuficiente
3. Qual a sua opinião sobre os temas explorados?
 Muito interessantes Interessantes Sem interesse

SOBRE O TEMA APRESENTADO NESTA SESSÃO

4. A abordagem do tema foi ao encontro das suas expectativas?
 Sim Não
5. Como foi para si o contacto presencial com as artistas?
 Muito enriquecedor Enriquecedor Pouco enriquecedor

SOBRE ESTA SESSÃO

6. De a sua opinião quanto à organização:

		1	2	3	4	5
Local de realização	Inadequado					Bastante adequado
Horário	Inadequado					Bastante adequado
Módulos teórico-pedagógicos	Insuficientes					Muito bons
Apoio prestado pelo secretariado	Insuficiente					Muito bom

7. Qual a sua opinião quanto à dinâmica:

		1	2	3	4	5
Troca de informação e experiências entre os artistas e os participantes	Inexistente					Muito significativa

8. Sugere ideias para futuras ações promovidas pelo Centro de Arte e Cultura.

Identificação:
 Nome completo: _____
 E-mail: _____

Obrigado pela sua colaboração!

De acordo com a Lei de Proteção de Dados Pessoais, sua informação é tratada para fins de avaliação e melhoria dos serviços.