



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO E PLANEAMENTO EM TURISMO

4º ANO

TRABALHO DE FIM DE CURSO

**OS EVENTOS TURÍSTICOS COMO FATOR DE  
DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ECONÓMICO NA ILHA DE SÃO  
VICENTE: CASO DO CARNAVAL**

NAIR SOFIA MORAIS PATACA

MINDELO, ABRIL DE 2019



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO E PLANEAMENTO EM TURISMO

4º ANO

**OS EVENTOS TURÍSTICOS COMO FATOR DE  
DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ECONÓMICO NA ILHA DE SÃO  
VICENTE: CASO DO CARNAVAL**

Trabalho de fim de curso apresentado ao Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais como requisito para elaboração da monografia de conclusão do curso de Licenciatura em Gestão e Planeamento em Turismo.

**Orientador:** Amílcar Morais

NAIR SOFIA MORAIS PATACA

MINDELO, ABRIL DE 2019

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho  
Á minha mãe, pelo esforço incansável em ver-me formada  
E a todos que sempre me apoiaram

### **AGRADECIMENTOS**

Foram grandes os desafios, as dificuldades, as dúvidas e angústias. Deste modo gostaria de agradecer em primeiro lugar, á Deus por me ter dado saúde e força de vontade para superar essas dificuldades.

Então, nesta luta não fiz sozinha, sinto-me na obrigação de agradecer a todos aqueles que fizeram parte desta etapa da minha vida.

Agradeço á minha mãe e a minha irmã e todos os meus familiares que estiveram presentes durante essa etapa e que sempre acreditaram em mim.

Também, faço um agradecimento ao meu orientador e a todos os meus professores, que ao longo desses quatro anos, proporcionaram-me conhecimento não apenas racional, mas também afetividade da educação no processo da minha formação profissional.

Agradeço a todos os inquiridos pelo acolhimento e dedicação do seu tempo e também por desempenharem um papel fundamental para concretização do estudo.

Em sequência agradeço a todos os meus colegas, companheiros e amigos, que ao longo de todos esses anos, transmitiram-me constantes incentivos e troca de conhecimentos e que vão continuar em minha vida com certeza.

**A todos,  
Um muito obrigado!**

*“O sucesso é a soma de pequenos esforços repetidos dia após dia.”  
(Robert Collier)*

## **ÍNDICE**

DEDICATÓRIA.....	I
AGRADECIMENTOS .....	II
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VI
ÍNDICE DE TABELA .....	VII
INDICE DE GRÁFICO.....	VIII
LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS .....	IX
RESUMO .....	X
Capítulo 1 INTRODUÇÃO .....	1
1.1. Justificativa de tema.....	2
1.2. Objetivos do estudo .....	3
1.2.1. Objetivo Geral .....	3
1.2.2. Objetivos Específicos .....	3
1.3. Objeto de pesquisa .....	4
1.4. Problema de Investigação .....	4
1.5. Hipóteses.....	4
1.6. Estrutura do trabalho.....	5
Capítulo 2 METODOLOGIA.....	6
2.1. Metodologia de Investigação .....	6
2.2. Métodos de recolha de dados .....	7
2.3. Universo ou População da Investigação.....	7
2.4. Método de seleção da amostra .....	8
Capítulo 3 ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	9
3.1. Conceptualização do Turismo .....	9
3.2. Generalidades sobre Evento .....	11
3.2.1. Breve história sobre eventos .....	12
3.2.2. Conceito de Evento .....	14
3.2.3. Tipologia dos Eventos .....	15
3.2.4. Classificação de Evento .....	16
3.2.5. Impactos dos Eventos .....	19
3.2.6. Importância de um evento para o desenvolvimento de um destino .....	23
3.3. Relação entre Turismo e Eventos.....	24

# Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval

---

3.3.1. Diferenciação entre eventos e eventos turísticos .....	25
3.3.2. Importância do planeamento dos eventos turísticos .....	27
Capítulo 4 CARACTERIZAÇÃO DA ILHA DE SÃO VICENTE ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO .....	29
4.1. Caracterização da ilha de São Vicente .....	29
4.2. A Oferta Turística na ilha de São Vicente.....	30
4.3. Procura Turística da ilha de São Vicente .....	32
Capítulo 5 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO – CARNAVAL MINDELENSE.....	34
5.1. Enquadramento histórico do carnaval em São Vicente.....	34
5.1.1. Primeiros grupos carnavalescos.....	35
5.2. O Carnaval Mindelense.....	36
5.2.1 Carnaval de Verão .....	37
5.2.2 Grupos espontâneos / Carnaval espontâneo.....	37
5.2.3 LIGOC-SV.....	38
5.3. Os agentes económicos e socioculturais do carnaval do Mindelo .....	38
5.4. Diagnóstico do carnaval na ilha de São Vicente .....	40
Capítulo 6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....	42
6.1. Caracterização da Amostra.....	42
6.2. Caracterização do Carnaval em São Vicente .....	43
6.3. Avaliação do carnaval na ilha de São Vicente .....	49
Capítulo 7 CONCLUSÃO .....	61
7.1. Propostas da investigação.....	64
7.2. Contribuições .....	65
7.3. Limitações da pesquisa.....	65
Referências bibliográficas .....	66
Apêndice A – Questionário da Pesquisa.....	73
Apêndice B – Tabelas correspondentes aos gráficos do inquérito .....	76

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 – Estrutura do trabalho.....	5
Figura 2 – Sistema do Turismo .....	10
Figura 3 - Eventos históricos ao longo das civilizações.....	13
Figura 4 - Classificação de eventos.....	16
Figura 5: Mapa da ilha de São Vicente .....	30

**ÍNDICE DE TABELA**

Tabela 1 - Classificação de eventos quanto a participação de pessoas .....	18
Tabela 2: Impactos positivos e negativos dos eventos .....	20
Tabela 3: Agentes individuais da economia do carnaval .....	39
Tabela 4: Análise SWOT.....	41
Tabela 5- Justificativa do gráfico 7 .....	44
Tabela 6- Justificativa do gráfico 10 .....	47
Tabela 7: Atividades que poderiam ser criadas no âmbito do carnaval .....	54
Tabela 8: Aspetos negativos no carnaval da ilha.....	57
Tabela 9: Principais vantagens da realização do evento para a ilha.....	59

# Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval

---

## INDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1: Oferta de Alojamento em São Vicente .....	31
Gráfico 2: Dormida e entrada na ilha de São Vicente .....	32
Gráfico 3: País de residência habitual dos hóspedes .....	33
Gráfico 4- Caracterização da faixa etária dos inquiridos .....	42
Gráfico 5- Género dos inquiridos.....	42
Gráfico 6 - Entidades .....	42
Gráfico 7- Habilitações literárias dos inquiridos.....	42
Gráfico 8- O carnaval pode ser considerado um elemento de desenvolvimento para a ilha.....	43
Gráfico 9- Maiores obstáculos encontrados no evento .....	45
Gráfico 10- Contribuição do carnaval para a ilha .....	45
Gráfico 11- Avaliação das infraestruturas existentes para suportar o evento .....	46
Gráfico 12- Tipos de articulações entre diferentes setores.....	48
Gráfico 13-Maior beneficiado do evento para a ilha.....	48
Gráfico 14: Contribuição económica – Aumento do rendimento .....	49
Gráfico 15: Contribuição económica - criação de emprego.....	49
Gráfico 16: Contribuição económica – Aumento do nível de preço dos bens e serviços .....	50
Gráfico 17: Contribuição económica – Aparecimento de novas empresas .....	50
Gráfico 18: Contribuição económica – melhorar infraestruturas locais.....	51
Gráfico 19: Contribuição económica – criar riqueza para a ilha.....	51
Gráfico 20: Contribuições sociais – aumento da participação da comunidade .....	51
Gráfico 21: Contribuição social – vivencia compartilhada .....	51
Gráfico 22: Contribuições sociais – acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio.....	52
Gráfico 23: Contribuições sociais – perda de conforto .....	52
Gráfico 24: Contribuições sociais – abuso de álcool e drogas .....	53
Gráfico 25: Contribuições sociais – orgulho da comunidade.....	53
Gráfico 26: Condições oferecidas – organização dos grupos.....	55
Gráfico 27: Condições oferecidas – condições de segurança.....	55
Gráfico 28: Condições oferecidas – condições higiénicas .....	55
Gráfico 29: Condições oferecidas – Impacto visual.....	55
Gráfico 30: Condições oferecidas – participação de pessoas.....	56
Gráfico 31: Principais princípios de gestão do carnaval .....	57
Gráfico 32: Disponibilidade da oferta turística .....	58
Gráfico 33: Classificação geral do evento.....	60

**LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS**

**CMSV** – Câmara Municipal de São Vicente

**DGT** – Direção Geral do Turismo

**INE** – Instituto Nacional de Estatística

**ISCEE** – Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais

**LIGOC-SV** - Liga Independente dos Grupos Oficiais do Carnaval de São Vicente

**MCIC** – Ministério da Cultura e Indústrias Criativas

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**PET** – Plano Estratégico do Turismo

**PIB** – Produto Interno Bruto

**SPSS** – *Statistical Package for the Social Sciences*

# Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval

---

## RESUMO

O Carnaval em São Vicente tem potencialidade económica para criar valor, criar emprego, fomentar o empreendedorismo e promover e divulgar a ilha.

Assim, este trabalho monográfico debruça-se sobre a análise, se o carnaval pode ser considerado como fator de desenvolvimento na ilha de São Vicente, enquanto evento turístico, pois considerada um dos eventos mais importantes da ilha.

O trabalho encontra-se dividido em seis capítulos, que permitem fazer o enquadramento da temática em estudo, abordando aspetos teóricos, através de bibliografia específica no âmbito do turismo e eventos. A metodologia de pesquisa foi considerada como exploratória e descritiva, quanto a abordagem pode-se considerar de carácter quantitativo. Utilizou-se o programa SPSS no tratamento dos resultados dos inquéritos, para através destes chegar-se a conclusões de extrema importância para a investigação.

Com a análise dos dados, constatou-se que o carnaval é um evento pertinente para o desenvolvimento da ilha enquanto evento turístico, embora necessite de intervenção e melhoria por parte dos órgãos competentes, apontando grande falta de financiamento.

**Palavras-chaves:** Carnaval, economia, sociedade, desenvolvimento

# Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval

---

## ABSTRACT

The Carnival in S. Vicente has the economic potential to create value, create jobs, foster entrepreneurship, promote, and divulge the island.

Thus, this monographic work focuses on the data analysis of the carnival can be considered as a development factor of the island of São Vicente, as a tourist event, considered as one of the most important events on the Island.

The work is divided in six chapters, that allow to make the framing of the subject under study, through specific bibliography in the scope of tourism and events. The research methodology was considered as exploratory and descriptive, as the approach can be considered quantitative. The SPSS program was used in the treatment of the results of the surveys, in order to reach conclusions of extreme importance for research.

With the analysis of the data, it was verified that the carnival is a relevant event for the development of the island as a tourist event, although it requires intervention and improvement by the competent agencies, pointing out a great lack of financing.

**Keywords:** Carnival, economy, society, development

## Capítulo 1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade econômica que se caracteriza pela sua dinâmica e flexibilidade, sendo considerada uma fonte de renda, empregos e desenvolvimento econômico e social.

Contudo, para constituir-se num instrumento de desenvolvimento, o turismo desconcentra-se e diversifica-se, aproveitando o potencial das regiões e configurando produtos turísticos alternativos. Sendo assim, uma das acuações que vai neste sentido corresponde ao setor de eventos, que tem vindo a aumentar a atratividade dessas regiões e captam mais turistas.

O setor de eventos é um dos mais dinâmicos e interativos, dentre os setores do turismo e apresenta reflexos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Por outro lado, também funcionam como instrumentos de desenvolvimento e promoção de uma localidade ou região como destino turístico. Ou seja, quando bem planeados trazem benefícios e bem divulgados criam uma imagem positiva promovendo, deste modo, o destino.

Mas para que cada região possa aproveitar desses benefícios há que criar estratégias de forma a garantir uma rentabilidade sustentável, onde todos possam participar do crescimento económico e de outros aspetos positivos e consequentemente diminuir os impactos negativos que essa prática poderá originar.

Desta forma, explica-se o grande crescimento de eventos realizados em todo o mundo, assim como os investimentos de grandes destinos turísticos que se transformaram em grandes centros recetores de eventos.

Dado a esse grande crescimento, o sector é uma importante fonte geradora de emprego e renda em todo o país e acredita-se que essa complementaridade de atividades entre os diversos segmentos turísticos seja uma das principais estratégias para diversificar a oferta turística da cidade, trazendo melhores resultados e benefícios para o destino turístico.

Nesta sequência, dos tipos de eventos, pode-se destacar os eventos turísticos que constitui na atualidade uma grande oportunidade para os destinos turísticos. Na medida em que são encarados como um complemento da oferta turística do território, promovendo o aumento: de visitantes, dos gastos médios por turistas e dos períodos de permanência no destino. Desta forma, os eventos turísticos potenciam a criação de emprego no território, promovem a melhoria de equipamentos e/ou infraestruturas, fomentam a captação de investimentos e incentivam o desenvolvimento económico e social do destino (Getz D. , 1997).

Partindo da perspetiva que os eventos turísticos poderão trazer vários aspetos positivos para um destino turístico de forma sustentável quando bem planeados, surgiu o estudo com o tema: “Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico para a ilha de São Vicente: Caso do Carnaval”.

São Vicente é uma das ilhas do arquipélago com várias potencialidades turísticas, com grande capacidade de atrair mais turistas, podendo deste modo diversificar a oferta das demais ilhas.

Considerada como sendo uma das festas mais populares da ilha de São Vicente, o Carnaval é um evento de carácter cultural que tem vindo a crescer anos após anos, onde se consegue apreciar uma grande movimentação de pessoas, sendo elas nacionais e internacionais.

Por outro lado, o evento movimenta a economia local, pois durante essa época, gera muito capital em quase todas as atividades lucrativas da ilha.

Desta forma, acredita-se que o Carnaval mindelense se for bem trabalhado, a ilha poderá vir a ter um forte crescimento económico e a população retirar mais benefícios.

### **1.1. Justificativa de tema**

O trabalho apresentado, tem como finalidade analisar a problemática dos eventos turísticos na ilha de São Vicente, mais precisamente o Carnaval mindelense.

O tema escolhido tem o intuito de finalizar o percurso decorrido durante os quatro anos de aquisição do grau de licenciatura em gestão e planeamento em turismo, lecionado pelo Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais.

O Carnaval na ilha de São Vicente é o mais procurado em relação as outras ilhas do arquipélago, envolvendo os sectores do turismo, os atrativos da cidade e por sua vez a comunidade em si.

Desta forma que surge o interesse pessoal e motivação de estudar quais as formas que este evento está evoluir na ilha, identificando as contribuições á nível da economia e para a sociedade. Assim realçando a importância deste evento para a ilha, de forma a pensá-la futuramente como um produto turístico para a mesma.

Assim, sendo considerado o melhor Carnaval do país, envolve ainda algumas questões que devem ser trabalhadas para que possa ter maior expansão a nível nacional e internacional. E ainda, com significado simbólico e, portanto, cultural, que se converte em produto cultural e pela preservação do património cultural da ilha.

## **1.2. Objetivos do estudo**

Dada a natureza do tema, o trabalho pretende-se investigar a capacidade que o Carnaval mindelense está a contribuir para o aumento das receitas e o nível de satisfação das pessoas, e com isso estabeleceu-se um conjunto de objetivos gerais e específicos:

### **1.2.1. Objetivo Geral**

Está ligado a uma visão global e abrangente do tema. Neste caso o objetivo geral do trabalho consiste em identificar e analisar os impactos do Carnaval na economia e sociedade mindelense.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

Apresentam carácter mais concreto. Têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicar este a situações particulares. Em que são:

- Caracterizar o evento turístico na ilha (Carnaval)
- Identificar as mais-valias que o evento poderá trazer para a ilha de São Vicente;
- Conhecer a perceção dos operadores do Carnaval e os diferentes *stakeholders* face as oportunidades de desenvolvimento na ilha;
- Promover o Carnaval como produto turístico para a ilha;
- Criar propostas para o desenvolvimento do Carnaval mindelense.

### 1.3. Objeto de pesquisa

Para delimitar o estudo teve-se a necessidade de definir o objeto de pesquisa, a problemática para depois construir as hipóteses.

De acordo com Vilelas (2009), delimitar um tema significa eleger uma determinada parcela de um assunto, estabelecendo limites ou restrições para o desenvolvimento da pesquisa pretendida.

O objeto de estudo incide sobre a perspectiva que o Carnaval pode contribuir para o desenvolvimento da economia e da sociedade são vicentina.

### 1.4. Problema de Investigação

Para a formulação do problema de investigação, Quivy (1998) citado por Vilelas (2009) recomenda: A precoce constituição de um corpo de perguntas ou de um conjunto de hipóteses, que delimitem o objeto em estudo. A definição de uma estratégia de recolha de informação. A definição rigorosa e clara das intenções da investigação. Neste sentido teve a necessidade de elaborar uma pergunta de partida

**Será que o Carnaval mindelense pode trazer contribuições para o desenvolvimento na economia e na sociedade da ilha?**

Cada vez mais o desenvolvimento económico da ilha tem sido considerado estagnado, e por isso é preciso novas ideias para gerar formas de rendimento para a população.

Com isso, através dessa temática procura-se identificar os contributos para o desenvolvimento da ilha, através desse evento que tem se mostrado cada vez mais com condições para melhorar a ilha em termos de economia, comunidade e turístico.

### 1.5. Hipóteses

As hipóteses constituem “respostas” supostas e provisórias ao problema. A principal resposta é denominada hipótese básica, podendo ser complementada por outras, que recebem a denominação de secundárias. Neste sentido criou-se três hipóteses que poderão ser ou não confirmadas ao longo do estudo:

- **H1** – O Carnaval da ilha de São Vicente pode ser vista como uma forma de melhorar as condições económicas da ilha.
- **H2** – O Carnaval mindelense pode ser considerado como uma oportunidade de desenvolvimento e envolvimento de comunidades.

- **H3** – O Carnaval da ilha como evento turístico apresenta fortes condições para ser transformado em produto turístico da ilha, que conseqüentemente traz benefícios turísticos.

### 1.6. Estrutura do trabalho

O trabalho está subdividido em seis capítulos, sendo o primeiro que permite conhecer passos introdutórios, o segundo tem como objetivo compreender todos os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração do estudo, o terceiro corresponde a conceptualização do turismo e de eventos, o quarto destina-se a caracterização da ilha de São Vicente enquanto destino turístico, o quinto descreve a caracterização do evento em estudo e o sexto e último capítulo, a apresentação e análise dos resultados obtidos através do questionário. Por último, as conclusões e propostas do trabalho.

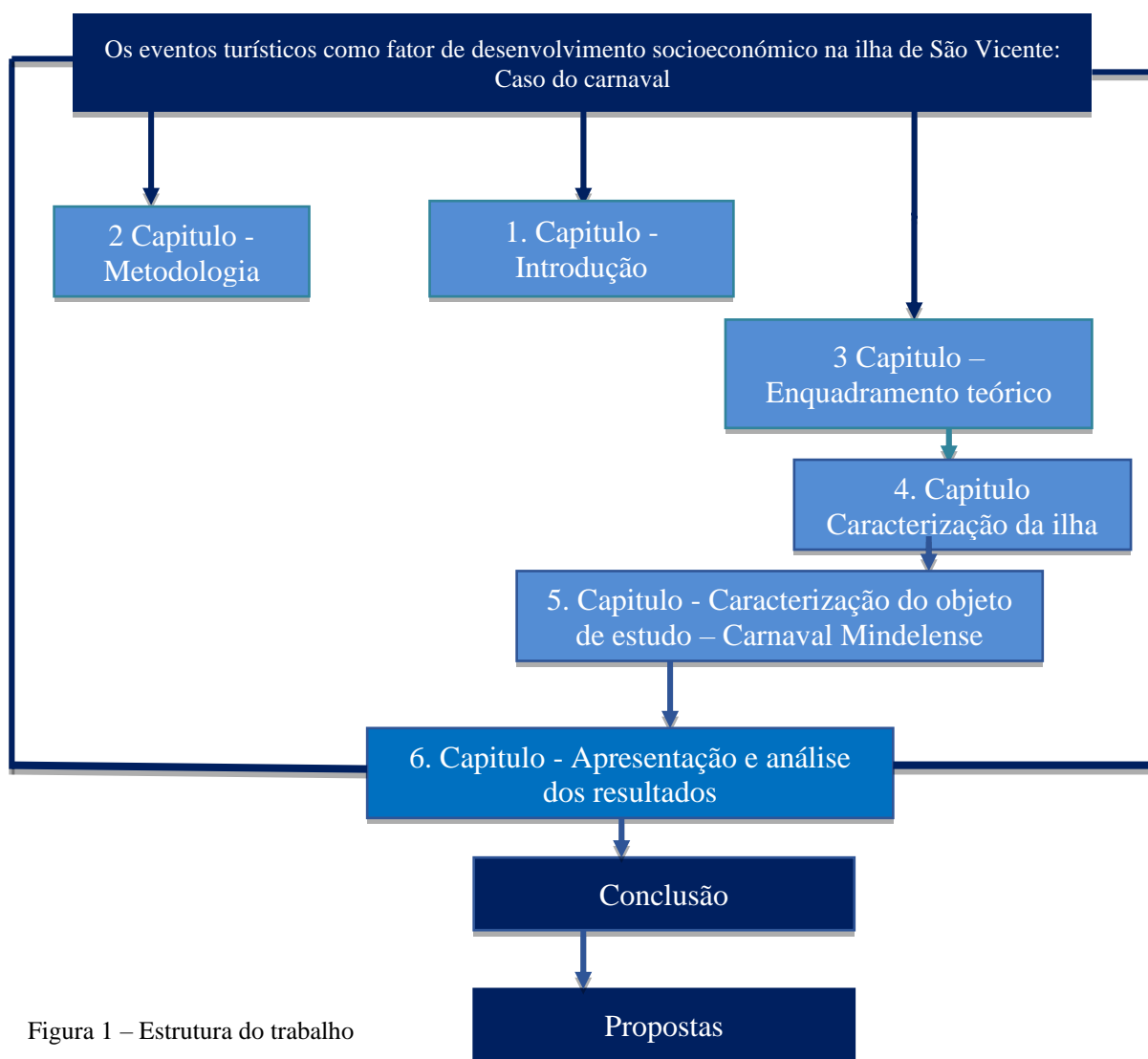


Figura 1 – Estrutura do trabalho

## Capítulo 2 METODOLOGIA

Pesquisar é uma necessidade de todos os indivíduos. Tem como sinónimo a busca, a indagação para alcançar a qualificação como um processo de investigação científica, requer emprego da metodologia (Castilho, Borges, & Pereira, 2014).

Segundo Prodanov e Freitas (2013), metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. Em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação.

Assim neste capítulo, aborda-se dentro desse âmbito, as considerações metodológicas que se relacionam com o presente trabalho científico, buscando justificar os procedimentos adotados, desde a coleta de informações até a interpretação dos resultados como forma de confirmar ou não as hipóteses e os objetivos delineados.

### 2.1. Metodologia de Investigação

O trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de carácter exploratório e descritivo. Em que a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (Gil C. A., 2007).

E a pesquisa descritiva, segundo Gil (1999) , as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenómeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Neste sentido fez-se uma pesquisa bibliográfica, que é um tipo de pesquisa realizada pela maioria dos pesquisadores e que através dela explica-se e discute-se um tema ou problema com base em referências teóricas já publicadas em livros revistas, artigos científicos, e é um excelente meio de formação científica quando realizada independentemente ou como parte da pesquisa empírica (Silva, 2008).

Ainda do ponto de vista de Prodanov e Freitas (2013), esse tipo de pesquisa quando elaborada a partir de material já publicado, são constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias,

dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Em relação aos dados coletados na internet, devemos atentar à confiabilidade e fidelidade das fontes consultadas eletronicamente.

Portanto neste sentido fez-se um levantamento teórico através de livros, monografias, teses, revistas, artigos científicos, a fim de dar um enquadramento teórico ao estudo.

## **2.2. Métodos de recolha de dados**

Os dados para a pesquisa podem ser classificados como primários uma vez que foram coletados diretamente num grupo de uma população em que definido por Mattar (1996), os dados primários são aqueles que não foram coletados, estando ainda em posse dos pesquisados, e que são coletados com o propósito de atender as necessidades específicas da pesquisa em andamento.

A recolha de dados foi feita através de inquérito por questionários com perguntas abertas e fechadas, estruturadas de acordo com o referencial teórico e objetivos delineados para a investigação.

Os questionários foram aplicados aos diferentes sectores do turismo, aos promotores do carnaval e entidades públicas e privadas, com o propósito de recolher informações sobre a perceção do estudo em caso.

Segundo o autor Gil (1999), o questionário pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”

Para a recolha de dados, teve-se a necessidade de fazer pesquisa bibliográfica sobre o tema, através de livros dissertações, revistas, monografias, artigos científicos e sites da internet facilitando a realização do trabalho.

O questionário foi aplicado na cidade do Mindelo, na ilha de São Vicente, nos meses de Dezembro de 2018 a Fevereiro de 2019.

## **2.3. Universo ou População da Investigação**

O universo, ou população, é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto, e a amostra, ou população amostral, é uma parte do universo escolhido selecionada a partir de um critério de representatividade.

A população do estudo teve por base dos promotores do carnaval e setores do turismo, nos quais os grupos oficiais do carnaval, os diferentes setores do turismo (alojamento, restauração; agências de viagens, operadores turísticos e guias turísticos; meios de transporte; serviços culturais e serviços mistos) e entidades ligadas ao carnaval (Camara Municipal, LIGOC, Ministério de cultura e Indústrias Criativas), onde foram aplicados 100 questionários.

#### **2.4. Método de seleção da amostra**

No presente estudo optou-se por uma amostra não probabilística, visto que são muitas vezes empregadas em trabalhos estatísticos, por simplicidade ou por impossibilidade de se obterem amostras probabilísticas, como seria desejável (Neto, 1977).

A amostra não probabilística intencional foi escolhida pelo facto de o assunto a ser tratado no trabalho ser um tema específico, que exige a opinião de indivíduos com características únicas, que dominem o tema e que são considerados especialistas na matéria.

#### **Análise de dados**

Realizado o questionário, os dados coletados foram interpretados através do *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) na versão 20.0, que se traduz numa ferramenta exposta em gráficos apresentando o percentual das referentes perceções da amostra sobre a temática em questão.

## Capítulo 3 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

No presente capítulo objetiva-se essencialmente conceptualizar o turismo, conceitualizar evento, e estabelecer uma relação entre os dois conceitos, fazendo uma compreensão teórica do assunto em análise, buscando uma revisão da literatura, apresentando conceitos fundamentais para a realização do estudo com base em obra de vários autores.

Vergara (1997) diz que, a fundamentação teórica é um importante referencial teórico para a formulação de hipóteses e suposições, necessárias na sinalização da escolha de um método mais adequado a solução do problema e conclusão do trabalho.

### 3.1. Conceptualização do Turismo

A origem da palavra turismo vem do vocábulo *tour* que é de origem *francesa* e significa “volta”. (Barreto, 1995). Outra afirmação diz que “a matriz do radical *tour* é do latim, através do seu substantivo *turnus*, do verbo *tornare*, cujo significado é “giro, volta, viagem ou movimento de sair e retornar ao local de partida” (Andrade J. V., 1992).

Mas o conceito de turismo, tem sido objeto de análise por alguns estudiosos desde há muito tempo e teve uma grande evolução ao longo dos anos, embora não haja nenhuma definição que seja considerada a mais completa do que as outras.

Para o entendimento conceitual do Turismo pode-se adotar a seguinte definição:

“Turismo é um fenômeno socioeconómico que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por uma complexidade de fatores que envolvem a motivação humana, saem do seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconómica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores” (Mota, 2001).

Do ponto de vista da OMT (2001), considera o turismo como o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros.

Para Mathienson e Wall (1990), o turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas.

Sendo assim, nessas definições demonstra que o turismo está centralizado numa vasta e variada atividade, envolvendo deslocamentos das pessoas e de todas as relações que estabelecem nos locais visitados, tal como os serviços desenvolvidos para responder às suas necessidades.

Ainda segundo Goeldner (2002), o turismo inclui atividades de deslocamento e permanência de pessoas para lugares afastados de seu ambiente de residência, e que neles permaneçam menos de um ano consecutivo, por motivos de lazer, de negócio ou por outras razões.

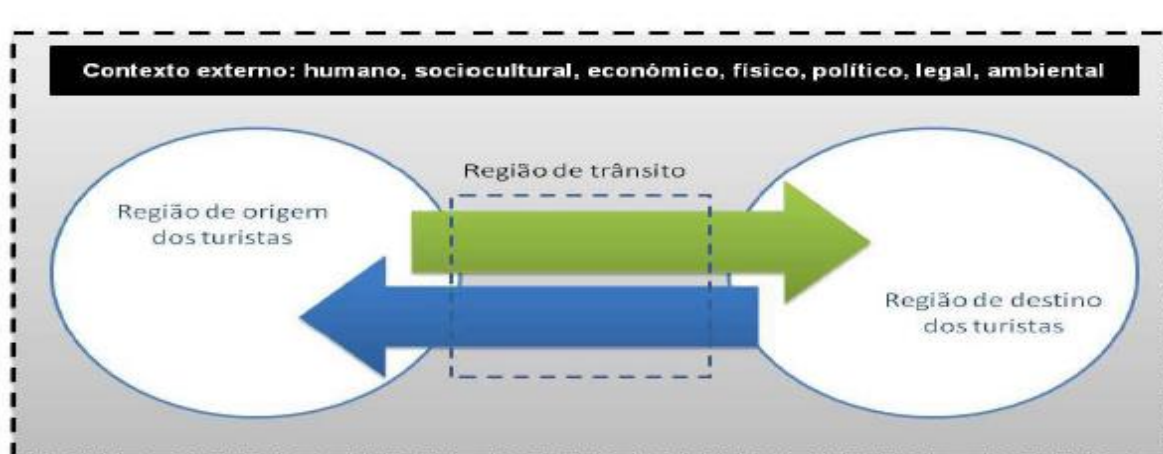


Figura 2 – Sistema do Turismo

Fonte: Leiper, 1979

Para Leiper, o sistema abrange a viagem discricionária e a estadia temporária de pessoas fora do seu lugar habitual de residência por uma ou mais noites, excetuando-se as viagens feitas com a principal intenção de obter uma remuneração (...). Os elementos do sistema são turistas, regiões emissoras, regiões de trânsito, regiões de destino e a indústria turística, apresentado na figura acima.

Pode-se constatar que o conceito de turismo sofreu grandes alterações ao longo dos tempos. Mas em todas as definições descritas pelos vários autores acima referidos,

estabelecem o conceito em volta dos termos: deslocação, permanência, motivos, a delimitação das atividades desenvolvidas e serviços necessários para a satisfação das necessidades.

Entretanto, conclui-se que o turismo abrange todas as deslocações de pessoas, quaisquer que sejam as suas motivações, que deem origem a consumos, durante a sua deslocação e permanência temporária fora do seu ambiente habitual num período inferior a um ano.

Os conceitos ainda, dão uma perspetiva tanto da procura como da oferta turística. Ou seja, os autores complementam assim a deslocação de pessoas, ou seja, o lado da procura, mas também todo o conjunto de serviços e de prestadores de serviços à disposição dos visitantes, ou seja, o lado da oferta.

### **3.2. Generalidades sobre Evento**

Ao longo dos tempos, o comportamento do consumidor tem evoluído não só se tornando mais exigente, mas com preferências mais complexas, por múltiplas motivações. Os destinos tendem a acompanhar estas mudanças e, conseqüentemente, a desenvolver infraestruturas e conteúdos que respondem aos novos padrões de comportamento do consumidor. É neste contexto que surgem os Eventos.

Mas, estes tem uma história milenar, surgindo associados a diversas civilizações da Antiguidade, nomeadamente a Egípcia, a Grega e a Romana, que celebravam os seus deuses e organizavam eventos de carácter religioso, desportivo e cultural, para seu entretenimento (Getz D. , 2005). O mesmo autor ainda defende que, um dos maiores eventos da atualidade - os Jogos Olímpicos -, tem raízes na Antiguidade e, do mesmo modo, também os rituais das peregrinações e do Carnaval.

Entretanto, o conceito de Evento não tem um consenso global, variando de autor para autor, embora existam, no entanto, características comuns defendidas como parte integrante do seu significado.

### 3.2.1. Breve história sobre eventos

Os Eventos são acontecimentos originados na antiguidade, atravessaram diversos períodos da civilização humana.

Acredita-se que começou aproximadamente no ano 776 a.C com os Jogos Olímpicos realizados na cidade de Olímpia, Grécia. Acredita-se também que foi a partir desses eventos que o espírito de hospitalidade se desenvolveu e se perpetuou, pois, os eventos representam uma forma efetiva de integrar pessoas e culturas (Freiberger, 2008).

De acordo com a autora Helen Coutinho (2010), diz que instituídas em 500 a.C., as Festas Saturnálias (antecedentes do Carnaval) foram outro tipo de acontecimento identificado na Antiguidade.

Ainda segundo a autora citado por Matias (2004), primeiro evento realizado, denominado congresso, aconteceu em 377 a.C., em Corinto. Esse congresso reuniu todos os delegados das cidades gregas, que elegeram Felipe o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia.

Finalizando, a autora afirma que em 56 a.C, aconteceu o último evento da Idade Antiga, que foi a Conferência de Luca, que tinha por objetivo reconciliar os dois rivais, Pompeu e Crasso.

Na Idade Média talvez tenha sido o período de maior estagnação dos eventos, pelo menos na Europa, não só devido ao contexto cultural (uma religiosidade profunda, comandada pelo catolicismo, combatendo muitos eventos de tradição popular que eram associados ao paganismo) mas também ao contexto político e de guerras frequentes, marcado por falta de segurança nas estradas e elevados tributos e impostos que, por vezes, os viajantes eram obrigados a pagar em determinadas estradas e caminhos dos grandes senhores feudais.

Os principais eventos da Idade Média tinham a ver com as peregrinações (à Terra Santa, a Roma, a Santiago de Compostela, ao Monte de S. Michel, e outras), com as feiras francas que se organizavam junto às cidades ou, eventualmente, com alguns torneios de luta entre cavaleiros (Simões, 2012).

Na Idade Média, foi bastante significativa. Esse período foi marcado por uma série de eventos religiosos e comerciais.

Os concílios, as representações teatrais, as feiras comerciais foram os principais tipos de evento que marcaram essa época (Coutinho H. , 2010).

Com a Revolução Industrial, desenvolveram-se os eventos técnico-científicos, pois inúmeras transformações ocorreram na sociedade: a economia que era manual passou a ser mecanizada; o trabalho humano foi substituído pelas máquinas robotizadas; os animais foram substituídos por tratores e similares movidos a vapor ou outros tipos de energia/combustão. Estas e outras mudanças que se refletiram nos tipos de eventos, tornando-os mais científicos e técnicos (Freiberger, 2008).

A autora descreve alguns dados históricos dos principais eventos mundiais:

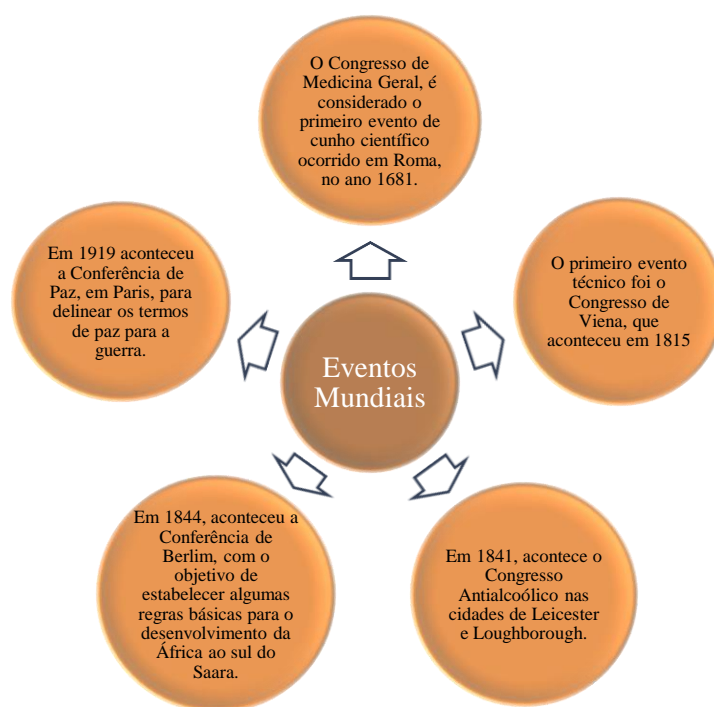


Figura 3 - Eventos históricos ao longo das civilizações

**Fonte:** Elaboração própria a partir de Freiberger

Ao longo da história, os eventos evoluíram e desenvolveram-se bastante, acompanhando a evolução histórica das civilizações.

Nos dias de hoje, os eventos (sejam de pequena escala, sejam de grande escala) ganharam um papel enorme na sociedade e na economia, mas também na política e na competitividade de países, regiões e cidades (Raj, 2009).

Fazendo uma síntese sobre o historial dos eventos, em todas as épocas da história os eventos tiveram importância na humanidade, pois desde a antiguidade até nos dias de hoje.

Cada época contribuiu que nos dias de hoje, conseguisse entender o conceito de evento como um consenso global ou seja entendido por todos e consequentemente aos tipos de eventos existentes.

### **3.2.2. Conceito de Evento**

Numa primeira perspetiva, Fortes e Silva (2011) definem evento como uma atividade económica e social que nascida com a civilização, acompanha a evolução dos povos, adquirindo perspetiva de cada período histórico.

Por outro lado, pode ser entendido como uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc (Zanella, 2003).

No entanto, e indo um pouco mais longe no entendimento de evento pode ser definido como:

“ Instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planeado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos de tecnologia” (Ignarra, 2007).

É importante ter em consideração que os eventos são algo extremamente dinâmico, cuja definição e significado pode variar ao longo do tempo, de acordo com as mudanças e alterações registadas na sociedade, na cultura e, mesmo no âmbito do próprio evento. Com isso, não existe uma única definição consensual.

Melo (1998) afirma, que o evento tem características de um produto - deve ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização e um forte apelo promocional.

As definições de evento são muitas, porém, analisando as citações acima, nota-se que, embora distintas, elas possuem pontos em comum. Qualquer uma das definições aborda o evento pelo ponto de vista da comunicação e estabelecem com ele uma relação entre a organização, sua imagem e interesses, e o seu público.

### 3.2.3. Tipologia dos Eventos

Os vários tipos de eventos existentes permitem fazer uma divisão mediante as suas características e particularidades. Por isso torna-se importante reconhecer esta diversidade e tratar todos os eventos de acordo com as particularidades, uma vez que cada um tem as suas próprias características e necessidades. Neste sentido, segundo Freiburger (2008) citado por Bettega (2001) os tipos de eventos são:

- **Brainstorming** - é uma reunião que tem como objetivo principal a transmissão de ideias sobre determinado assunto.
- **Conferência** - é uma reunião que conta com a presença de um conferencista, que detém amplo conhecimento de um determinado assunto. Ao final da exposição do conferencista é aberto espaço para o público fazer perguntas. Essas perguntas deverão seguir uma ordem preestabelecida, como um número determinado, ou numa ordem sequencial.
- **Exposição** - É uma reunião que tem como objetivo divulgar produtos ou serviços.
- **Feira** - a exemplo de exposições a feira tem por objetivo divulgar e também vender produtos. Cada expositor organiza seu espaço denominado *stand*, para chamar a atenção do público e vender seus produtos. As feiras podem ser de ordem comercial, industrial ou puramente promocional, porém o ponto forte de toda feira é a divulgação de produtos.

- **Workshop** - é uma reunião de um determinado grupo de trabalho, na qual os especialistas discorrem sobre um assunto específico, apresentam novas técnicas ou novos temas para o público interessado.

Ainda podendo ser: assembleia, congresso, coquetel, fórum, mesa-redonda e palestra.

### 3.2.4. Classificação de Evento

Segundo Albuquerque (2004) citado por Britto e Fontes (2002), para um melhor entendimento do vasto universo dos eventos, convencionou-se classificá-los por:



Figura 4 - Classificação de eventos

**Fonte:** Elaboração própria a partir de Britto e Fontes, 2002

Quanto á categoria, os eventos classificam-se:

- **Institucional** – quando visa a criar ou firmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa;
- **Promocional ou Mercadológico** – quando objetiva a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade, pessoa ou local (no caso de turismo), em apoio ao marketing, visando, portando, a fins mercadológicos.

Quanto a classificação por área de interesse, ainda segundo os autores citados são:

- **Científica** - trata de assuntos científicos nos campos da medicina, física, química, biologia, informática e outros em que a tónica é a pesquisa científica
- **Cultural** – ressalta os aspetos da cultura, objetivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, a exemplo das feiras de

artesanatos, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música regional, entre outros.

- **Lazer** – objetiva proporcionar entretenimento aos seus participantes
- **Desportiva** – qualquer tipo de evento realizado dentro do universo esportivo, independentemente da sua modalidade
- **Religiosa** – trata de interesses, assuntos e confraternizações religiosas, sejam quais forem as crenças abordadas
- **Turística** – seu objetivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, regional, estadual e nacional.

E ainda pelo interesse artístico, educativa, cívica, políticas, empresarial, governamental, social e beneficente.

Quanto á localização, a classificação distingue os eventos por localização de ocorrência e por conseguinte, estabelece seu porte e seus intervenientes. Podem ser locais (de bairro), distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais. Dependendo de sua localização, deverão ser apresentadas por meio de projetos de planeamento e organização relativamente complexos e relacionarem o envolvimento de serviços de terceirização e órgãos públicos referentes.

A classificação por características estruturais analisa algumas especificidades do evento, a seguir.

Pelo porte do evento, este pode ser:

- **Pequeno** – evento com número de até 200 participantes;
- **Médio** – evento com número de participantes estimado entre 200 e 500
- **Grande** – evento com mais de 500 participantes

Pela data de realização, o evento pode ser de caráter:

- **Fixo** – evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se, anualmente, no mesmo dia, com periodicidade determinada.

- **Móvel** – evento que sempre se realiza, porém, em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora
- **Esporádico** – evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados.

Pelo perfil dos participantes, o evento pode ser de caráter:

- **Geral** – evento organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas a função da capacidade do local de realização. Algumas vezes pode haver algum fator de restrição, como por exemplo, a idade. Ex: desfile de escola de samba
- **Dirigido** – evento restrito a um público que possui afinidades com o tema. De modo geral, esse público se subdivide em grupos de interesses diversificados. Ex: Um salão do automóvel, por exemplo, agrupa produtores, comerciantes, usuários, colecionadores, etc.
- **Específico** – evento realizado para o público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto. Ex: congressos da área médica.

E por último quanto a tipologia, são todos os tipos de eventos já referidos no ponto anterior, dos tipos de eventos existentes.

Numa outra perspectiva, os eventos podem ser classificados de acordo ao público que acaba por ser da classificação de acordo com o perfil dos participantes referido anteriormente.

Tabela 1 - Classificação de eventos quanto a participação de pessoas

Eventos abertos	Eventos fechados
• São os Eventos que podem ser divididos por dois tipos de adesão, o que pode ser apresentado a um determinado tipo de público, podendo ser aderido através de inscrições gratuitas ou taxas; e evento com acesso livre, sem taxas ou restrições, atingindo um público em geral como por exemplo, shows de músicas ao vivo organizados por órgãos públicos.	• Possui um público selecionado em que cada participante recebe convite específico e restritivo de quem organiza e que normalmente paga todas as despesas do evento, por exemplo, casamentos.

Fonte: Elaboração própria a partir de Matias (2010)

### 3.2.5. Impactos dos Eventos

Ribeiro e Ferreira (2009) citado por Getz (1997) afirmam que a popularidade e a singularidade dos eventos estão diretamente relacionadas com a sua capacidade de atingir objetivos múltiplos e por conseguinte originam múltiplos impactes a vários níveis.

Segundo Plummer (1999) , os impactos podem ser analisados numa perspetiva de curto e médio prazo, no qual os benefícios se baseiam, sobretudo no desenvolvimento económico do destino (direto, indireto ou induzido) e no acréscimo do emprego (efetivo e temporário), resultantes essencialmente do acréscimo de receitas derivadas da realização dos eventos; e longo prazo, onde se destaca a criação de equipamentos de qualidade, o reconhecimento internacional do destino (através da exposição e cobertura dos meios de comunicação social) e os benefícios comunitários, entendidos a nível do voluntariado, formação profissional, aquisição de “*know how*” e atracão de recursos para projetos de nível local, nomeadamente culturais e sociais.

Sendo assim, a realização de eventos em qualquer destino turístico provoca quer aspetos positivos quer negativos para esse mesmo local. Pois estes dependem bastante das características do evento, da sua natureza, objetivos, entre outros aspetos.

Desta forma, Allen, O’Toole, McDonnell e Harris (2006) citado por Hall (1989), apresenta quer impactos positivos quer negativos, apresentado na tabela abaixo:

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

<i>Esfera do evento</i>	<i>Impactos positivos</i>	<i>Impactos negativos</i>
<i>Social e cultural</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivência compartilhada</li> <li>• Revitalização de tradições</li> <li>• Fortalecimento do orgulho comunitário</li> <li>• Legitimação de grupos comunitários</li> <li>• Aumento da participação da comunidade</li> <li>• Apresentação de ideias novas e desafiadoras</li> <li>• Expansão de perspetivas culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alienação da comunidade</li> <li>• Manipulação da comunidade</li> <li>• Imagem negativa da comunidade</li> <li>• Comportamento destrutivo</li> <li>• Abuso de drogas e álcool</li> <li>• Deslocamento social</li> <li>• Perda de conforto</li> </ul>
<i>Física e ambiental</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposição do meio ambiente</li> <li>• Fornecimento de exemplos para melhores hábitos</li> <li>• Aumento da consciência ambiental</li> <li>• Legado da infraestrutura</li> <li>• Melhoria dos transportes e comunicações</li> <li>• Transformação e renovação urbana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danos ao meio ambiente</li> <li>• Poluição</li> <li>• Destruição de património</li> <li>• Perturbação acústica</li> <li>• Engarrafamentos</li> </ul>
<i>Política</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestígio internacional</li> <li>• Melhoria do perfil</li> <li>• Promoção de investimentos</li> <li>• Coesão social</li> <li>• Desenvolvimento de capacidades administrativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risco de insucesso do evento</li> <li>• Desvio de fundos</li> <li>• Falta de responsabilidade</li> <li>• Propaganda enganosa</li> <li>• Perda do controle comunitário</li> <li>• Legitimação de ideologia</li> </ul>
<i>Turismo e economia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoção do destino e incremento do turismo</li> <li>• Aumento do tempo de permanência</li> <li>• Maior lucratividade</li> <li>• Aumento da renda de impostos</li> <li>• Geração de empregos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistência da economia ao turismo</li> <li>• Perda de autenticidade</li> <li>• Danos á reputação</li> <li>• Exploração</li> <li>• Preços inflacionados</li> <li>• Custos de oportunidade</li> </ul>

**Tabela 2: Impactos positivos e negativos dos eventos**

**Fonte: Elaboração própria, adaptado a partir de Allen et. al. (2006)**

Compreender os impactos dos eventos é complicado devido à complexidade do fenómeno. Cada autor mostra as suas linhas de ideias, mas com muitas características em comum. Assim, de acordo com Marques (2005) os efeitos dos eventos dependem sobretudo: das características intrínsecas do destino e do local selecionado para acolher o evento; dos objetivos pré-estabelecidos; da natureza, dimensão, “escala” e duração do próprio evento; da frequência (ou não) do evento; das acessibilidades ao destino e da rede de transportes existente (e projetada); das infraestruturas, equipamentos e facilidades existentes (e projetadas); da capacidade organizativa dos promotores e da coordenação entre as diferentes entidades e dos segmentos de mercado que o próprio evento proporciona e/ou pretende atingir.

### **3.2.5.1. Impactos socioculturais**

Segundo Carvalho (2010), os eventos possibilitam o elevar do orgulho das comunidades locais. Diz que, trazem benefícios para os residentes locais na medida em que

contribuem para o orgulho da comunidade, permitem uma maior interação social e troca de ideias. Ainda segundo o autor, os eventos fortalecem as tradições e valores da comunidade, através de uma participação conjunta em desportos, arte e outras atividades relacionadas com a temática do evento. Existe ainda a necessidade de aumentar a sensibilidade ao voluntariado, permitindo um aumento da interação e cooperação local.

Ainda complementando os impactos positivos nesta área, Getz (1997), Ritchie (1984) e Hall (1989), afirmam que há novas oportunidades sociais e culturais, acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida, acréscimo da animação e “revitalização social” dos centros urbanos e estabelecimento de intercâmbios culturais.

Contudo estes trazem impactos negativos para a comunidade e a localidade, contudo Serreira (2014) citado por Ribeiro e Ferreira (2009) deve-se alerta para as questões relacionadas com a autenticidade cultural e com a ambivalência em relação ao reconhecimento internacional, provocadas pela tentativa de “comercialização” dos eventos culturais e de uma forma mais alargada onde estes se realizam.

Nos fundamentos de Jayaswall (2009), diz que os eventos podem interferir com a privacidade da comunidade local. Se os participantes no evento forem maioritariamente não residentes, os residentes poderão desenvolver um sentimento de não envolvimento ao evento. Alguns eventos podem ainda estar associados a um aumento de tráfego, ruído elevado e pressão sobre as infraestruturas da comunidade de acolhimento, por exemplo, os transportes.

### **3.2.5.2. Impactos Ambientais**

De acordo com os autores citados anteriormente, Getz (1997), Ritchie (1984) e Hall (1989) apresentam como aspetos positivos dos eventos em relação ao ambiente, em que há uma construção e melhoria de novos equipamentos, infraestruturas e acessibilidades; estímulo para a preservação do património cultural e ambiental e incentivo para a melhoria do ambiente, requalificação urbanística e limpeza urbana.

Ainda como aspetos negativos, problemas ecológicos e ambientais; alterações prejudiciais do meio ambiente; acréscimo da poluição atmosférica, sonora, *arquitetónica*” e visual; deterioração de património construído; excesso de visitantes e acréscimo do tráfego.

Pode haver ainda, consumo de bebidas e alimento durante o evento, levando a um acréscimo de resíduos de plástico e por outro lado uma interferência com os habitats dos animais, levando a uma interrupção das rotinas de migração (Jayaswall, 2009).

### **3.2.5.3. Impactos económicos**

A maior parte da avaliação realizada relativa aos impactos dos eventos centraliza-se na sua vertente económica.

Seguindo na perspetiva dos autores acima citados, afirmam nos seus fundamentos que os possíveis impactos económicos trazidos pelos eventos de uma forma positiva são: aumento das receitas turísticas, criação de novos empregos (permanentes e temporários), elemento potenciador de novos investimentos, melhoria da qualidade de vida e contribuição para a Balança de Pagamentos.

Genericamente, a realização de grandes eventos é encarada **positivamente** pelos responsáveis políticos dos destinos devido aos previsíveis benefícios económicos (diretos, indiretos e induzidos) e comerciais esperados, ao fluxo de turistas, visitantes e participantes que proporcionam, ao acréscimo de notoriedade e atratividade do destino, bem como à concentração de investimentos (públicos e privados) canalizados para a construção de equipamentos e facilidades diretamente envolvidas no evento e de apoio (hotelaria, restauração, centros de congressos, equipamentos de lazer e animação,), infraestruturas de suporte e acessibilidades (Marques, 2005).

Mas, conseqüentemente trazem aspetos negativos que estão em volta de: inflação dos preços e especulação imobiliária, inadequada estimativa dos custos do evento, falhanço na atração das receitas estimadas, grande necessidade de recursos financeiros, distribuição não uniforme dos benefícios, existência de custos de oportunidade.

Concluindo, pode-se verificar que os impactos dos eventos são muitos e bastante visíveis. Conseguiu-se constatar que os vários autores que fundamentam sobre o tema,

realçam tanto impactos positivos como negativos, visto que é um fenómeno complexo e abrange várias áreas.

### 3.2.6. Importância de um evento para o desenvolvimento de um destino

Na atualidade, é inegável a importância dos eventos como uma das formas para potencializar o desenvolvimento turístico de uma região ou localidade.

De facto, os eventos têm vindo a assumir, cada vez mais, um papel fundamental no desenvolvimento socioeconómico de um país, região ou localidade: criam empregos diretos ou indiretos; proporcionam uma melhoria da infraestrutura básica e turística do local; promovem o crescimento e a comercialização de produtos; fomentam o intercâmbio entre turistas e anfitriões, etc.

Getz (2005) considera que os potenciais benefícios dos eventos passam por:

- Atrair publicidade para o destino;
- Atrair visitantes que não pensariam visitar o destino;
- Incentivar a repetição das visitas ao local;
- Encorajar os visitantes a trazer amigos e familiares;
- Promover a cultura, desporto, património e lazer;
- Combater a sazonalidade com a realização de eventos nas épocas baixas;
- Criar uma imagem favorável dos destinos.

Oliveira (2000) evidencia que 40% do movimento turístico internacional acontece em função da realização de eventos, porque nessas ocasiões os produtos turísticos são vendidos em grandes quantidades, fomentando a venda de passagens aéreas e rodoviárias, diárias em hotéis, refeições, *souvenirs*, produtos e serviços em geral, além da intensa contribuição na divulgação dos atrativos naturais, culturais e artificiais da região sede do evento.

Os eventos são responsáveis por desenvolver e divulgar um destino, seja este turístico ou não, já que a atividade é utilizada por muitos municípios para a estabilização económica, além da amenização da sazonalidade (Nascimento, 2015).

Nessa questão da sazonalidade, muitos eventos têm a capacidade de combater a sazonalidade, dado que se podem realizar a qualquer altura do ano, bem como atrair turistas para locais/regiões menos conhecidos ou que sintam maior pressão por ausência de turistas. Ao se concretizarem, há a necessidade de recorrer a certos serviços que, conseqüentemente, irão criar postos de trabalho. Isto leva à fixação de população, que, por sua vez, arrasta consigo necessidades infraestruturais. As estruturas construídas poderão servir para o sector turístico, nomeadamente ao nível de comércio e restauração (Simões, 2012).

Conforme Januário e Oliveira (2007) , os eventos são por si só são capazes de projetar uma localidade para o mercado, gerar novas divisas, inserir o destino na rota do turismo de negócios e promover o aumento das receitas geradas no município, além de ampliar a rede de infraestrutura, já que para se realizar um evento é necessário dispor de ao menos uma infraestrutura básica.

Outro aspeto relevante em relação aos eventos é a sua necessidade de infraestrutura adequada, seja básica (saneamento, água tratada, redes e tratamento de esgoto), de apoio (transporte, hospitais, segurança pública) ou turística (meios de hospedagem, restaurantes, agências de recetivo). A realização de eventos em um município pode estimular então, a melhoria desses serviços urbanos e, conseqüentemente, trazer a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes.

Mas, os eventos só serão executados na sua totalidade se envolverem os diversos agentes da atividade: poder público, poder privado, visitantes e comunidade (Marujo, 2015).

### **3.3. Relação entre Turismo e Eventos**

A relação entre eventos e turismo é histórica e sempre foi muito intensa. Essa relação adquire hoje uma excecional importância económica, social e cultural que resulta do desenvolvimento e expansão dos eventos e do fenómeno turístico e da cada vez mais íntima ligação entre eles (Vieira, 2015).

O turismo pode ser considerado um instrumento de desenvolvimento económico e social de grande relevância no domínio dos serviços, mais do que qualquer outra

atividade. Assim, o segmento de eventos é relevante para ampliar as áreas de agências, hotéis, restauração e transporte na expansão do volume de negócios desenvolvido pelo setor (OMT, 2001).

Vieira (2015) afirma que os eventos atraem visitantes e são um importante fator de desenvolvimento turístico, eles têm merecido a especial atenção e o apoio dos responsáveis pelo turismo que pretendem assim maximizar a sua contribuição para a economia.

Realça ainda nos seus fundamentos, que a relação entre eventos e turismo é evidente. Em primeiro lugar, os eventos atraem participantes turistas cujos principais atos económicos praticados são atos turísticos nomeadamente a compra de serviços fornecidos por empresas turísticas como o alojamento, a alimentação e o transporte.

Visto que há uma otimização de todos esses serviços em épocas em que são menos utilizados, na baixa estação (ou baixa temporada), momento em que a região enfrenta a sazonalidade. Neste contexto, os eventos podem ser usados como alternativa de curto prazo para o Turismo, visto seu potencial económico e social (Andrade R. , 2002).

Em segundo lugar, o turismo pode contribuir para o sucesso dos eventos apoiando os mais complexos e dispendiosos, dando cobertura à sua divulgação no estrangeiro e suporte institucional aos seus promotores e organizadores.

Noutro ponto de vista, os eventos poderão assumir-se como ferramentas estratégicas de materialização do sistema turístico. Ou seja, o ideal será encarar o evento como uma espécie de “montra do destino”, na qual os seus atores, incluindo as comunidades locais, mostram e oferecem o seu melhor, promovendo o seu património material e imaterial, gerando receitas e contribuindo para o desenvolvimento económico e social do meio envolvente (Watt, 2004).

### **3.3.1. Diferenciação entre eventos e eventos turísticos**

Como já foi referido no ponto sobre o conceito de evento, para Getz (1991) citado por Cunha e Abrantes (2013), um evento é uma oportunidade para uma experiência de lazer,

social ou cultural que ocorre fora do universo formal de escolhas rotineiras ou de uma experiência quotidiana.

Ou então de acordo com Richero (1993) os eventos são considerados como uma técnica das ciências sócia e têm sido cada vez mais realizados pela mais diversas áreas e segmentos. São acontecimentos que não acontecem espontaneamente ou isoladamente e resultam de um complexo processo de planeamento que vai, desde o conhecimento ou da busca da expectativa do futuro participante e do futuro expectador, se for o caso, até a sua plena satisfação.

Já os eventos turísticos são uma das formas da generalidade dos eventos, em que seu objetivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, regional, estadual e nacional (Britto & Fontes, 2002).

Em que pode ser considerado um mix de atividades e serviços, com diversos fatores que promovem a prática da atividade turística e pode alavancar economicamente uma cidade, um bairro, uma rua, tornando-se uma excelente oportunidade de desenvolvimento para o setor (Coutinho H. P., 2007).

Os eventos turísticos podem ainda fomentar a construção de novas infraestruturas e/ou equipamentos orientados para o turismo no território (ex: hotéis, estradas, marinas, restaurantes; entre outros) e funcionar como excelentes ferramentas de *marketing* turístico, isto porque, os mesmos valorizam os recursos naturais e culturais presentes no destino turístico, acabando por promover a nível regional ou nacional e/ou internacional outros tipos de turismo existentes no destino (Getz D. , 1997).

Ainda é de opinião de Cunha (2009) que os acontecimentos especiais como os eventos turísticos (culturais, económicos, desportivos, religiosos, históricos) constituem atrações que geram importantes movimentos turísticos, embora de curta duração, e ajudam a criar e manter a imagem dos destinos.

Desta forma pode-se verificar de fato uma diferença entre os dois conceitos, pois sendo que evento pode ser entendido como uma forma de promoção de um projeto, ideia, produto, serviço, etc e uma necessidade da procura em relação as suas motivações,

enquanto os eventos turísticos podem ser visto como uma forma de melhorar a imagem de um destino em termos da atividade turística.

### **3.3.2. Importância do planeamento dos eventos turísticos**

Para que o evento alcance seu objetivo é preciso uma organização detalhada e planeada antecipadamente, que passa por diversas etapas. Uma das principais é o planeamento, pois este irá guiar os procedimentos da realização do mesmo, sendo, um planeamento, a forma teórica do evento antes da prática (Batistella, Pedrazani, & Bordin, 2009).

Afirmam ainda que o planeamento deve conter tudo que é relevante para quem o produz e quem irá executá-lo, porque o evento quando bem planeado e executado, criará fatalmente, um conceito positivo para organização que o promove.

É importante ressaltar a importância do bom planeamento porque o evento é uma atividade dinâmica, onde cada caso sempre revela alguma coisa nova, que até então ninguém havia feito.

De acordo com Santos, Chehade e Rocha (2010) é necessário efetuar um amplo planeamento para primeiramente traçar o objetivo principal, que incluirá uma adequada justificativa para a realização de um bom evento.

Segundo Getz (1997), os eventos turísticos são acontecimentos planeados no tempo e no espaço, têm objetivos que pretendem atingir e envolvem um grupo de indivíduos que procuram integração. Afirmando ainda que, esses eventos tem uma forma única e específica de planeamento, que acaba por ser na melhoria das oportunidades do destino turístico.

O planeamento dos eventos turísticos é fundamental, pois o indivíduo ou organização realizadora do evento pode verificar a situação do destino em termos de oferta. Já que o principal objetivo desse tipo de evento é a promoção e divulgação do destino.

Sendo que deve ter em conta as infraestruturas básicas do destino como tratamento de água, saneamento, redes de telecomunicações, entre outros; as estruturas turísticas tais como alojamento, restauração, empreendimentos comerciais, visto que esses eventos atraem muitos turistas; de apoio como transportes, hospitais, segurança pública, etc: e

ainda espaços de lazer e recreio. Desta forma implementando uma boa imagem do destino para quem a visita, juntamente com os atrativos materiais e imateriais.

Outro aspeto importante é o da sustentabilidade no destino, pois deve estabelecer a cooperação e integração entre os diferentes agentes envolvidos no processo, bem como respeitar as características do meio físico (Simões, 2012).



Figura 5: Mapa da ilha de São Vicente

**Fonte:**[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ilha\\_de\\_S%C3%A3o\\_Vicente\\_\(Cabo\\_Verde\)#/media/File:2007.03.16.cv.SaoVicente.mapa.png](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ilha_de_S%C3%A3o_Vicente_(Cabo_Verde)#/media/File:2007.03.16.cv.SaoVicente.mapa.png)

#### **4.2. A Oferta Turística na ilha de São Vicente**

No entender de Dias (2008), a oferta turística constitui-se de tudo aquilo que faz parte do consumo turístico, onde se incluem bens, serviços públicos e privados prestados ao turista, recursos naturais e culturais, eventos, atividades recreativas, etc.

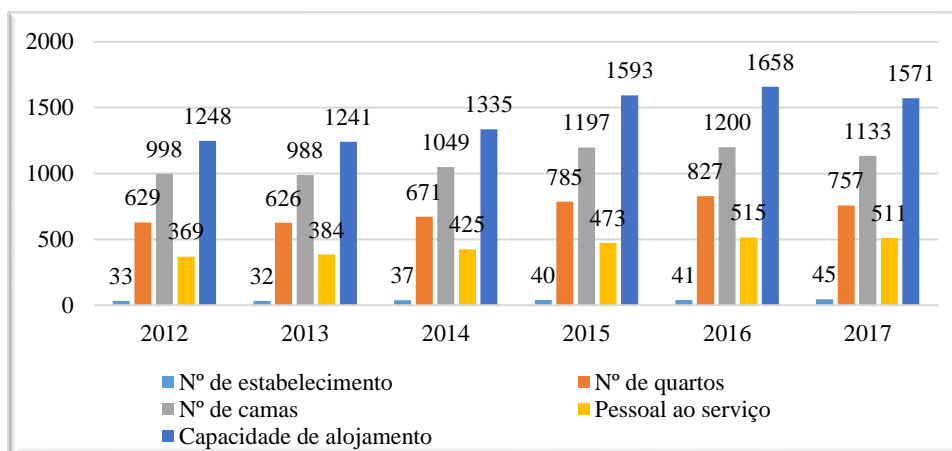
A ilha de São Vicente em termos de oferta, possui todas as componentes do conceito acima referido.

São Vicente apresenta uma oferta turística bastante diversificada, onde se destacam o turismo de praia (praia da Laginha, logo no centro da Cidade, e nas praias de Baía das Gatas, Calhau e São Pedro), o turismo cultural, com realce para o famoso Carnaval, o Festival de Música de Baía das Gatas, organizada anualmente nesta praia, os festivais de teatro Mindelact, Setembro Mês do Teatro, Kavala Fresk Festival e o tradicional *Reveillon*, o turismo de mergulho/subaquático e desportos náuticos e o turismo de natureza (Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Cabo Verde, 2010/2013).

A ilha apresenta em termos de atrativos turísticos: atrativos naturais (ex: Parque natural de Monte Verde, Ribeira de Vinha, Monte Cara, Baía do Porto Grande), atrativos culturais materiais (ex: Cidade do Mindelo, Museu do mar, Palácio do governador, Praça Nova, Centro Cultural do Mindelo, etc) e imateriais (ex: Carnaval,); infraestruturas de apoio turístico como sistema de segurança, sistema de transporte, sistema de comunicação, atendimento médico-hospitalar e infraestruturas básicas (DGT, 2009).

Em termos de oferta de alojamento, a ilha mostra um constante crescimento, conforme o gráfico 1, abaixo indicado.

Gráfico 1: Oferta de Alojamento em São Vicente



Fonte: INE (2017)

Desta forma verificando no gráfico, constata-se que em relação ao número de estabelecimento, há um pequeno acréscimo ao longo dos anos, mas tendo uma diminuição entre os anos 2012 a 2013 e de 2016 a 2017.

Na mesma linha, o número de cama e quartos diminuíram nos mesmos anos referidos anteriormente.

Ainda apresenta em termos de equipamentos e serviços turísticos: meios de restauração, entretenimento, agência de viagens e turismo e outros serviços de apoio.

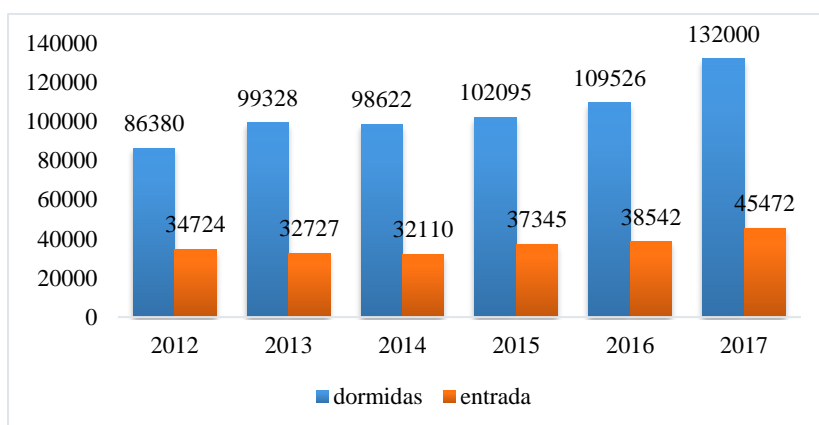
Contudo, no Plano Estratégico de Turismo (2010/2013) afirma que alguns pontos de estrangulamentos precisam ser resolvidos ou minimizados. Nomeadamente a nível da ligação com o exterior e com as restantes ilhas (melhoria das ligações aéreas e marítimas com outras ilhas), melhor planeamento e promoção integrada da oferta turística de São Vicente, qualificação de mão-de-obra, etc.

### 4.3. Procura Turística da ilha de São Vicente

Segundo Mathieson e Wall (1982) citado por Dias (2008), entende-se por procura turística é o nº total de pessoas que viajam ou decidem viajar, para desfrutar de instalações turísticas e de serviços em locais diferentes do local de trabalho ou da residência habitual.

De acordo com os dados da INE, os valores das dormidas e entradas vem aumentando. Verificando somente uma diminuição de 2013 a 2014 nas dormidas e nas entradas de 2012 a 2014.

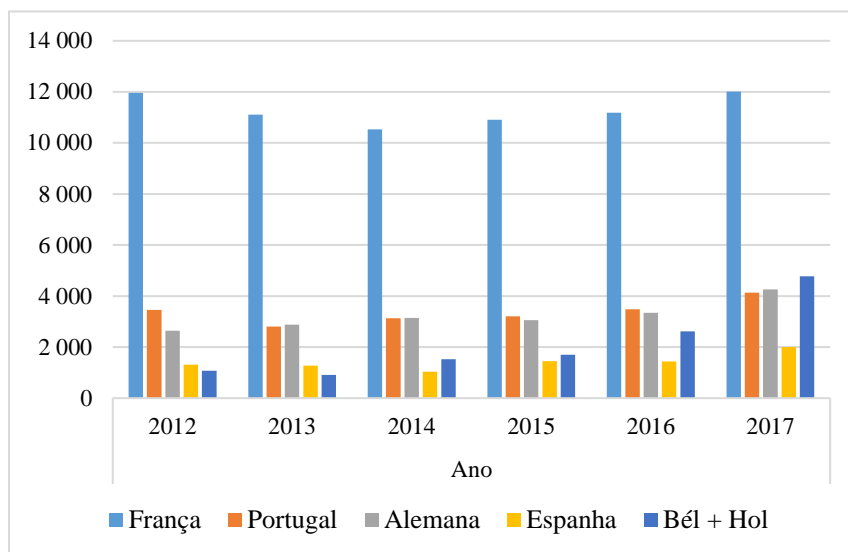
Gráfico 2: Dormida e entrada na ilha de São Vicente



Fonte: INE (2017)

Procedendo ainda, no que diz respeito ao país de residência habitual dos hóspedes verifica-se no gráfico 3, que os turistas que mais visitam a ilha foram de nacionalidade francesa, pois regista-se que ao longo dos últimos seis anos é o que mais dá entrada na ilha. De seguida, a nacionalidade portuguesa, alemã, belgíca-holandesa e espanhola respetivamente.

Gráfico 3: País de residência habitual dos hóspedes



Fonte: INE (2017)

Assim, nesta breve descrição da ilha de São Vicente em termos de oferta e procura turística, pode-se constatar através dos dados da INE e da DGT, que a ilha apresenta várias potencialidades e atrações. Mas que ainda carece de mais investimentos a nível de hotelaria e melhorias em outras infraestruturas.

Visto que, o que se pretende é atrair mais procura para o evento, para que possa trazer mais contributos para a ilha nas vertentes estudadas ( económica e social), de modo que seja considerado um elemento de desenvolvimento para a mesma.

## Capítulo 5 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO – CARNAVAL MINDELENSE

A ilha de São Vicente é marcada pela existência de uma intensa atividade, considerada uma ilha cultural por excelência nos mais diversos domínios, como a música, a literatura, o teatro, etc. Um dos grandes objetivos do município no domínio da cultura, prende-se com a transformação da cidade em “Mindelo Cidade de Eventos”. Dos eventos turísticos culturais Mindelenses de maior destaque encontra-se o Festival Internacional de Música na Baía das Gatas, o Carnaval, o Fim de Ano, o Carnaval de Verão, o Kavala Fresk Festival, o Festival de Jazz, o Mindelact, Festas de Romaria, etc (CMSV, 2018).

Dado a isso, o presente capítulo tem como objetivo caracterizar o evento turístico em estudo que é o carnaval mindelense, que reveste uma importância no fortalecimento e promoção da cultura mindelense e pelo seu papel impulsionador das atividades geradoras de rendimento.

### 5.1. Enquadramento histórico do carnaval em São Vicente

A tradição carnavalesca cabo-verdiana não é recente, mas um pouco antiga. A festa, como se realiza na ilha, é um produto essencialmente urbano com as suas raízes nos subúrbios do Mindelo (Rodrigues, 2011).

Refere o autor ainda, que teve a sua origem remota no entrudo português, mas não fazendo parte das festas tradicionalmente africanas e que persiste apenas nos pontos da colonização lusa.

Os primeiros grupos organizados saíram às ruas da ilha do Monte Cara pela primeira vez em 1920.

Caracterizada por um desfile de carros alegóricos, marchas, música e dança, integrando muitos elementos culturais que fazem a história da ilha.

Mas, contudo, o autor ainda referido afirma que a emigração contribuiu para o empobrecimento do carnaval principalmente aquando do contrato para os trabalhos nas roças de São Tomé, nos anos 50 que provocou uma sangria em São Vicente.

Muitos tinham consigo a alegria e o prazer da festa, porque tinham herdado dos seus. E os mais criativos é que saíram, por necessidade, á procura de uma vida melhor e levaram consigo a sua grande capacidade, o seu saber e a sua arte.

Muitos que regressaram, trouxeram em memória dos sítios por onde passaram alguma amostra cultural das terras, como Angola através de trajes e movimentos de dança que executavam.

### 5.1.1. Primeiros grupos carnavalescos

Vários foram os grupos que contribuíram nesta festa conhecida por muitos que a cada ano trazia uma inovação para o carnaval.

O primeiro grupo chamado Floriano surgiu no ano 1920, onde tinha a sua própria orquestra, com a sua sede, constituído principalmente, de pequenos funcionários públicos.

Outros já aparecem como, o Nacional (1939), onde surge o primeiro andor, representando o avião Lusitânia, que levou Gago Coutinho e Sacadura Cabral ao Brasil em 1922, que escalou no Porto Grande. De seguida, Sousa Cruz (1936) da Ribeira Bote e grupo Monte dos Amores (1936) do Monte Sossego.

A partir dos anos 40 e 50, a ilha já contava com vários grupos, como: Nhô Fula, Júnior, Juvenil, Perola e Unidos.

Nos anos 50 e 60, São Vicente já é marcada com Travadores do ar, Estrela da Marinha, Vindos do Oriente, Antes e Depois e Lombianos.

Assim já na década de 80, aparecem alguns conhecidos recentemente como Flores do Mindelo e Monte Sossego e entre outros como Vindos do Espaço, Maravilhas do Espaço e Africanos.

Segundo Rodrigues (2011) outras figuras típicas do carnaval são os mandingas. A origem da manifestação Mandinga, no Carnaval de S. Vicente, data de 1940 e dever-se-á à passagem de um grupo de guineenses pelo Mindelo, rumo a Portugal, para participar na Exposição do Mundo Português.

Mandinga é uma figura humana: guerreiro, trajado com saias feitas de cordas de sisal, búzios nos pés e lanças nas mãos, pintado nos seus corpos mulatos, brancos, e negros com tinta, carvão, e outros materiais, que lhes escurecem a pele.

Segundo esse investigador, o barco que levava os guineenses, passou por Cabo Verde, atracando no Porto Grande da ilha de S. Vicente. O aparecimento dos Mandingas tem a ver com a importância desse Porto Grande.

Afirma a autor ainda que nessa altura, executavam uma ‘dança de caça’, no antigo Sokol, junto da Salina, acontecimento que ficou marcado na memória do povo do

Mindelo. A partir daí as pessoas passaram a imitá-los durante o carnaval, e como os mandingas eram na altura um dos povos mais conhecidos da Guiné Portuguesa, o nome terá ficado.

Foi evoluindo até chegar aquilo que é hoje, uma festa procurada por todos, curiosos e estudiosos desse fenómeno.

## **5.2. O Carnaval Mindelense**

Considerado um dos mais belos carnavais de Cabo Verde com muita criatividade, folia e alegria, sendo uma das festas mais populares da ilha.

É planeado e organizado pela Câmara Municipal da ilha e agora nos dois últimos anos juntamente com a LIGOC-SV, que visa planear, organizar e fiscalizar a execução das atividades relacionadas com os desfiles do carnaval mindelense. Ocorre quase frequentemente no mês de fevereiro, mas as principais atividades decorrem durante três dias, contudo as festividades dão início um mês antes com o desfile dos mandingas todos os domingos.

Conta com desfiles de grupos de animação de várias zonas, escolas e jardins infantis e também contando a três anos com a participação de um grupo de reciclagem com grande criatividade – os Professores, muito esperado pelo público.

É uma grande festa, tendo participação na maioria da população da ilha, como também nacionais, emigrantes e turistas de várias nacionalidades.

As atividades com pontos mais altos que caracterizam essa festa cultural são os desfiles da escola do samba tropical numa segunda-feira á noite, na terça-feira á tarde, desfile dos grupos oficiais no dia do carnaval, e na quarta-feira de cinza, a entrega dos prémios para os vencedores do carnaval.

Este evento, para além de agitar a população da ilha, é uma atividade de grande relevância para a economia local, gerando muito capital em quase todas as atividades lucrativas da ilha e de grande contribuição cultural para a visibilidade do arquipélago.

Desta forma, o carnaval adquire um significativo económico, na medida que gera rendimentos, cria trabalho e produz divisas, ao mesmo tempo na sociedade no sentido que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Neste sentido este evento abarca aspetos económicos, sociais e culturais, interagindo com tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos.

### 5.2.1 Carnaval de Verão

Assim nesta linha, surge o carnaval de verão que já lá vão na sexta edição no decorrente ano. O evento, também é organizado pela Câmara Municipal de São Vicente, na medida em que serve de ensaio para a festa do Rei Momo.

Ritmo e cor tomam o certame cultural, contando com convidados das ilhas de Santo Antão, São Nicolau, Sal e Santiago. No sambódromo de “Morada” são esperados alguns elementos vindos do Brasil, orientados pelo artista Dudu Nobre.

A Câmara Municipal de São Vicente quer que o carnaval de Verão seja mais um cartaz turístico-cultural do Mindelo e para isso a aposta na organização e na capacitação dos grupos através de workshops com o artista brasileiro e sua equipa.

O evento leva para a rua centenas de foliões para um desfile noturno de forma a reviver a folia no verão e dar as boas vindas aos emigrantes que chegam nesta época à ilha do Monte Cara. O que faz acreditar, que também traz uma pequena movimentação económica para a ilha (SAPO, 2019).

### 5.2.2 Grupos espontâneos / Carnaval espontâneo

Os grupos de animação são os que mais espontâneo e autêntico há no carnaval mindelense, isto é, pequenos grupos que se reúnem de forma mais espontânea para exhibir fantasias inusitadas e performances criativas e bem humoradas durante os intervalos dos desfiles dos grupos de Carnaval oficiais (Dias J. B., 2016).

Refere ainda que foi tomada uma iniciativa em 2016, objetivando a preservação e o estímulo aos grupos espontâneos, supostamente mais autênticos. Chamado Prémio Kakoi, resultado dos esforços do Centro Nacional de Artesanato e Design em parceria com a Câmara Municipal de São Vicente, que veio laurear a criatividade da população local que se apresenta nos grupos de animação.

O Prémio Kakoi - carnaval artesanal, é financiado pelo Ministério da Cultura e das Indústrias Criativas e a sua implementação está a cargo do Centro Nacional de Artesanato e Design.

O objetivo é mobilizar a população para a valorização do lado espontâneo e artesanal do Carnaval, que é um elemento diferenciador no carnaval mindelense.

O nome Kakoi foi atribuído em homenagem a uma das figuras que mais marcou o Carnaval do Mindelo no seu estilo artesanal (SAPO, 2017).

### 5.2.3 LIGOC-SV

Como já tinha referido a LIGOC-SV, trata-se de uma Liga Independente dos Grupos Oficiais do Carnaval de São Vicente criada com o intuito de melhorar a organização e projeção do Carnaval do Mindelo.

Tem como objetivo principal, a curto prazo, tornar-se uma instituição independente tanto financeira como organizacionalmente para realizar o Carnaval de São Vicente, que é sem dúvida um dos maiores eventos culturais em todo Cabo Verde.

Assim contando com parcerias muito importantes, como a Câmara Municipal de São Vicente, o Ministério da Cultura Cabo-verdiano e o empenho e trabalho árduo da LIGOC-SV, procurando uma grande projeção nacional e internacional do evento, para o transformar numa grande indústria em prol da economia regional e nacional (LIGOC-SV, 2019).

### 5.3. Os agentes económicos e socioculturais do carnaval do Mindelo

É muito importante inventariar quais os elementos que fazem parte na elaboração deste evento, pois tanto na estrutura administrativa como financeira. Considerou-se um grupo de agentes individuais da economia (direta e indireta) e o outro grupo de coletivo.

Os agentes individuais da economia são:

<b>Agentes Individuais da Economia do Carnaval</b>	
<b>Direta</b>	<b>Indireta</b>
Desenhadores	Estúdios de gravação
Construtores de andores	Profissionais de audiovisuais
Elaboração dos trajés	Empresas gráficas e de edição
Músicos e compositores	Empresas de turismo
Coreógrafos	
Comerciantes de matérias-primas	
Empresas e técnicos dos meios de comunicação e publicidade	

Tabela 3: Agentes individuais da economia do carnaval

**Fonte:** Elaboração do autor

E os agentes coletivos principais que intervêm numa forma ou de outra na economia do carnaval são os seguintes:

- Os grupos carnavalescos;
- A Câmara Municipal;
- LIGOC-SV;
- O Ministério de Cultura e Indústrias Criativas;
- As empresas patrocinadoras do carnaval.

Outros dos elementos que são fundamentais na realização desse evento, mas não abrangendo a nível económico, são o Corpo dos Bombeiros Municipais, Comando da Polícia Nacional, Comando da 1ª Região Militar e a Comunicação Social.

Em 2018, segundo o Plano de Atividades e Orçamento da Câmara Municipal registou-se um financiamento no total de 13.000.000 (treze milhões de escudos cabo-verdianos) para o carnaval. No mês de fevereiro no valor de dez milhões e o resto para o carnaval de verão no valor de três milhões.

Também no mesmo ano, o MCIC disponibilizou 4.800.000 (quatro milhões e oito centos escudos cabo-verdianos) para os grupos oficiais e o grupo samba tropical (Nação, 2018).

Desta forma pode-se constatar que as entidades têm investido no evento, como forma de torná-lo com mais qualidade e de reconhecimento internacional da ilha.

Mas infelizmente não se consegue obter o valor real injetado na ilha durante este evento, pois são vários os elementos (os grupos carnavalescos, as entidades, empresas pública e população) que ganham e investem no carnaval e assim levaria este estudo, ser mais prolongado e detalhado.

#### **5.4. Diagnóstico do carnaval na ilha de São Vicente**

O melhor conhecimento da situação real do carnaval da ilha requer o seu diagnóstico cuidado por forma a permitir a recolha duma informação credível e fiável. Como já tinha mencionado, o Carnaval a cada ano constata-se com melhor qualidade mas, ainda tem pontos que devem ser trabalhados duma especial atenção, neste sentido através da análise SWOT (terminologia anglo-saxónica para “Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats”) permitirá delinear as fraquezas em torno deste evento permitindo minimizar os aspetos negativos, conhecer as vantagens ou pontos fortes que poderá ter, as oportunidades que poderá trazer a ilha e também conhecer as suas ameaças.

**(S) Pontos Fortes**

- Participação muito relevante da comunidade na organização e realização da festa;
- Promoção da música, danças, artistas a nível nacional e internacional;
- Oportunidade de negócio para a população;
- Aumento da interação e cooperação local;
- Enriquecimento da cultura Mindelense;
- Considerado o melhor carnaval do país.

**(W) Pontos Fracos**

- Forte sazonalidade;
- Carência de infraestruturas (estaleiros) que permitam melhorar a eficiência da produção carnavalesca;
- Insuficiente infraestrutura hoteleira;
- O espaço já não suporta bem os desfiles;
- Dificuldade em adquirir mais financiamentos;
- Falta de condições higiénicas e sanitárias durante o evento.

**(O) Oportunidades**

- Oportunidade de negócio;
- Criação de novas empresas;
- Maior promoção do carnaval;
- Fomentar o empreendedorismo;
- Conservação do património histórico e cultural;
- Acréscimo na oferta de atividades;
- Captação de novos públicos;
- Maior probabilidade de patrocinadores.

**(T) Ameaças**

- A crise económica pode diminuir as contribuições públicas (CM, Governo) e privadas (empresas) ao carnaval, bem como a influência turística a Cabo Verde;
- Infraestrutura de alojamento e turismo podem não acompanhar o crescimento do carnaval;
- Perda de autenticidade e identidade cultural;
- Exigências de qualidade a cada ano que passa;
- Fatores climáticos;
- Deficiente ligação inter-ilhas a nível marítimo e aéreo.

## Capítulo 6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O capítulo que se segue tem como finalidade apresentar os resultados e análise dos dados dos questionários, de forma a conhecer a perceção dos inquiridos em relação ao desenvolvimento socioeconómico do carnaval da ilha.

### 6.1. Caracterização da Amostra

Fez-se a caracterização socio demográfica dos inquiridos, onde inclui o género, faixa etária, habilitações literárias e entidade pertencente, representados nos gráficos abaixo.

Gráfico 5- Género dos inquiridos

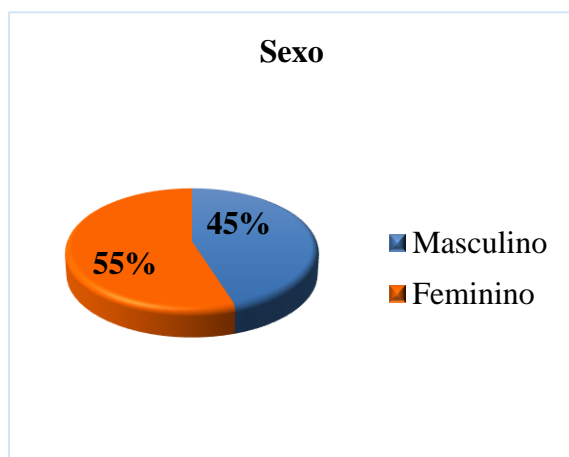
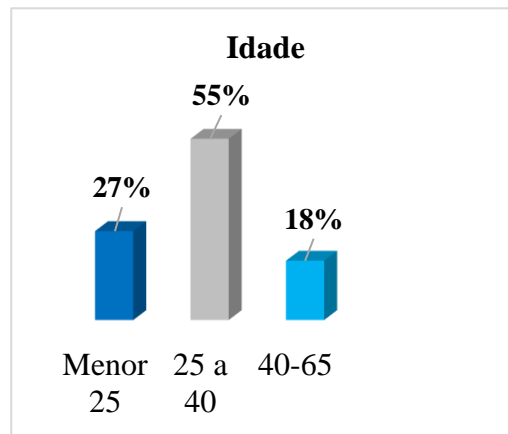


Gráfico 4- Caracterização da faixa etária dos inquiridos



Relativamente ao gráfico 5 ilustrado, pode-se constatar que dos 100 inquiridos, 55% correspondem ao sexo feminino e 45% corresponde ao sexo masculino.

Em relação a faixa etária, a maioria dos inquiridos encontra-se dos 25 á 40 anos correspondente a 55%, menor que 25 anos corresponde a 27% e uma minoria com representatividade de 18% com 41 a 65 anos.

Gráfico 7- Habilitações literárias dos inquiridos

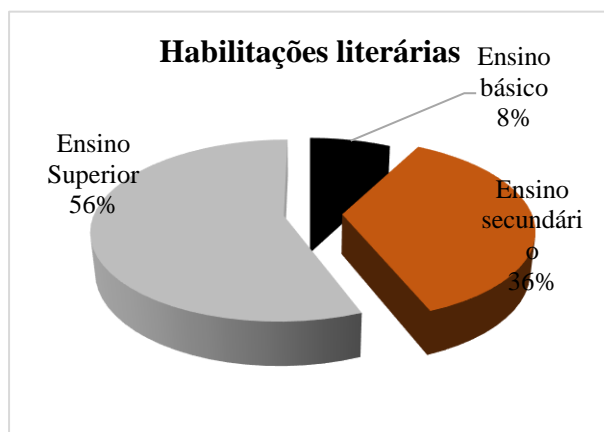
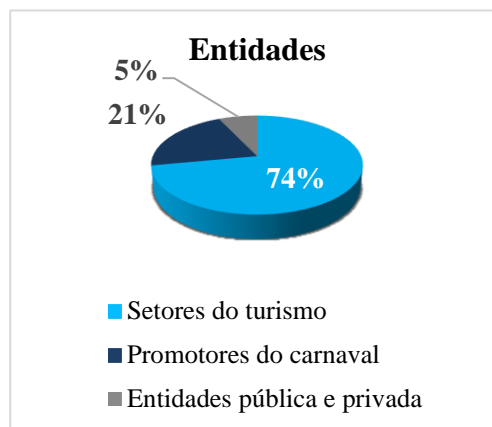


Gráfico 6 - Entidades

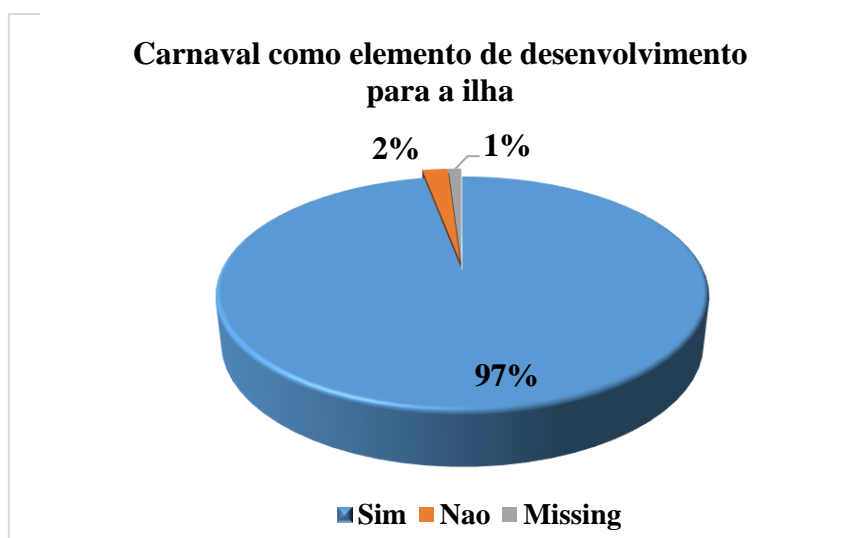


Em relação as habilitações literárias dos inquiridos, pode-se constatar que a maioria tem o ensino superior com uma representatividade de 56%, em relação ao ensino secundário corresponde a 38% e uma minoria de 8% pertencente ao ensino básico.

Tendo em consideração o gráfico 6 acima, pode-se verificar que dos 100 inquiridos 74% corresponde aos setores do turismo, onde encontra-se setor de hotelaria, agência de viagens, operadores turísticos e guias turísticos, setores de restauração, meios de transporte aéreo e marítimo, serviços culturais e recreativos e serviços mistos, 21% corresponde elementos de grupos oficiais e de animação e uma minoria de 5% foram distribuídos pela Câmara Municipal, LIGOC e MCIC.

## 6.2. Caracterização do Carnaval em São Vicente

Gráfico 8- O carnaval pode ser considerado um elemento de desenvolvimento para a ilha



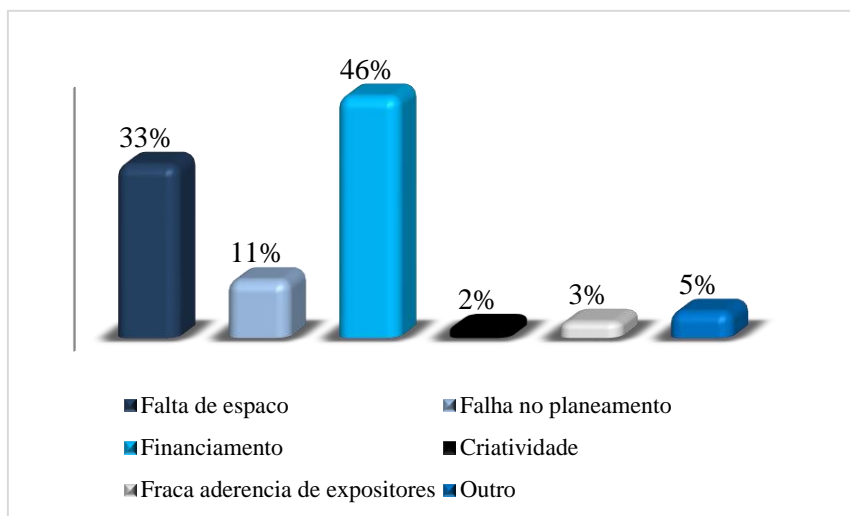
Dada a primeira questão do questionário, os resultados demonstram no gráfico acima, que 97% dos inquiridos afirmam, que o carnaval pode ser considerado um elemento de desenvolvimento para a ilha de São Vicente. Pois, uma vez com o desenvolvimento do evento, haverá mais oportunidades para a ilha. Contudo uma minoria, correspondente a 2% da amostra defende que, o carnaval não pode ser considerado um elemento de desenvolvimento da ilha e um *missing* de 1% da população que não respondeu a questão. Através do quadro abaixo ilustrado demonstra a justificativa da pergunta inicial, dos 97% dos inquiridos, a maioria condiz a 30% afirma que o carnaval pode ser considerado como um elemento de desenvolvimento da ilha, na medida em que aumenta o fluxo turístico da ilha que conseqüentemente traz mais receitas turísticas e outros 30%

justificam pelo fato que há uma movimentação económica nos vários setores de atividade, enquanto 14% responderam que, é um ponto forte para desenvolvimento cultural da ilha, 12% declara que o evento adquire mais aderência dos emigrantes e nacionais, 5% afirma que melhora a imagem da ilha internacionalmente, 4% acredita porque gera emprego e uma minoria que equivale a 2% afirma que sim, porque é o maior *show* audio-visual de Cabo Verde, precisa ser desenvolvido, profissionalizado e industrializado para trazer mais receita para a ilha. Já os 2% que responderam que o carnaval não pode ser considerado como elemento de desenvolvimento de São Vicente, justificaram que o governo e outras entidades injetam muito investimento no evento que deveriam, sendo algo que não traz benefício ao longo do ano e relativamente ao 1% restante, pertence ao *missing*, que corresponde a 1 inquirido que não respondeu a esta questão. Demonstrando deste modo que a maior parte que compõem a amostra afirma que, o evento poderá sim contribuir de forma positiva na ilha.

Tabela 5- Justificativa do gráfico 7

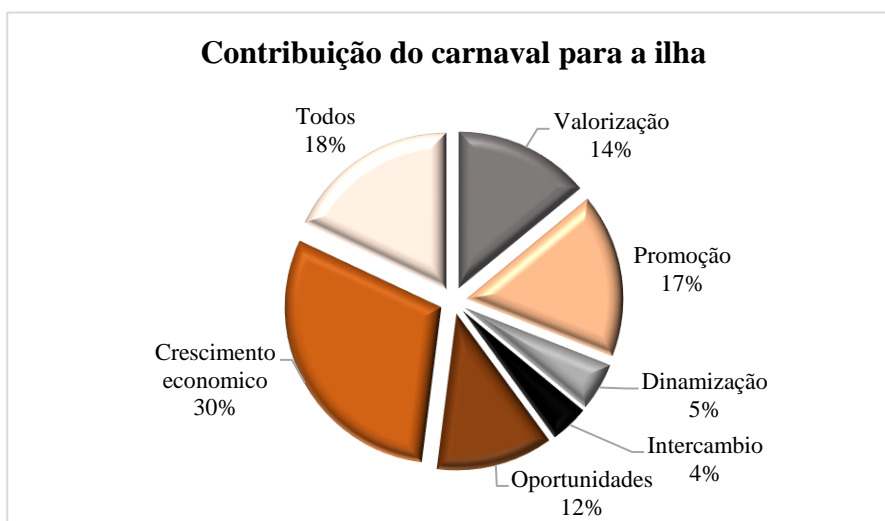
<b>O carnaval pode ser considerado um elemento de desenvolvimento para a ilha? Justifica a opção escolhida.</b>	<b>Percentagem (%)</b>
Gera emprego direta e indiretamente	<b>4%</b>
Ponto forte para desenvolvimento cultural	<b>14%</b>
Aumenta o fluxo turístico na ilha	<b>30%</b>
Melhora a imagem da ilha internacionalmente	<b>5%</b>
Movimentação económica em vários setores de atividade	<b>30%</b>
Mais aderência dos emigrantes e nacionais	<b>12%</b>
É o maior <i>show</i> audio-visual de Cabo Verde, precisa ser desenvolvido, profissionalizado e industrializado para trazer mais receita para a ilha	<b>2%</b>
Muito investimento por parte do governo e outras entidades perante o evento que não traz benefício ao longo do ano	<b>2%</b>
Missing	<b>1%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico 9- Maiores obstáculos encontrados no evento



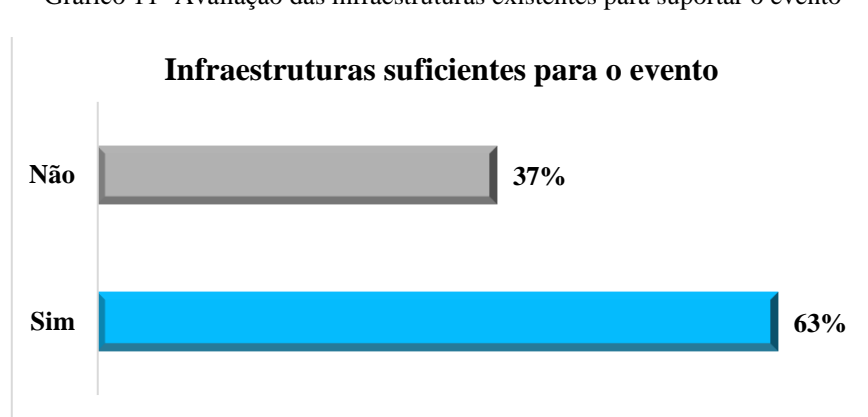
No que tange aos obstáculos encontrados no evento, na maior parte dos inquiridos que equivale a 46% da amostra afirma que os maiores obstáculos encontrados traduzem na falta de financiamentos visto que todos os anos os grupos oficiais tem a preocupação com este aspeto e mesmo pela logística geral do carnaval, 33% da amostra responderam que há necessidade de espaço, sendo que a cada ano os espectadores crescem, 11% defende que há falha de planeamento como forma de minimizar possíveis constrangimentos, 5% escolheram a opção Outro em que 1% assegura que outro obstáculo seria criação dos palancos e os outros 4% afirma que o carnaval mindelense não tem obstáculo e a minoria que conduz a 2% assegura a falta de criatividade. Com este cenário leva-nos a concluir que o maior obstáculo está na falta de financiamento em relação as outras variáveis.

Gráfico 10- Contribuição do carnaval para a ilha



Prosseguindo as questões, no que concerne a contribuição do evento para a ilha, pode-se constatar no gráfico 10, que 30% dos inquiridos indicam que o crescimento económico é uma das principais contribuições que o carnaval contribuirá na ilha, que é o aspeto mais realçado neste estudo, desta forma dando resposta a uma das hipóteses realçada nesta pesquisa, 18% dos mesmos afirmam que todos os indicadores citados no gráfico podem contribuir de melhor forma para a ilha, 17% da amostra defende que a ilha terá uma melhor promoção como destino turístico, 14% indica que a ilha terá mais valorização através deste evento turístico perante a todos que estão envolvidos no mesmo, 12% destes aponta que terá mais oportunidades a serem exploradas, contribuindo de forma positiva e uma minoria de 5% e 4% correspondendo a dinamização e intercambio respetivamente.

Gráfico 11- Avaliação das infraestruturas existentes para suportar o evento



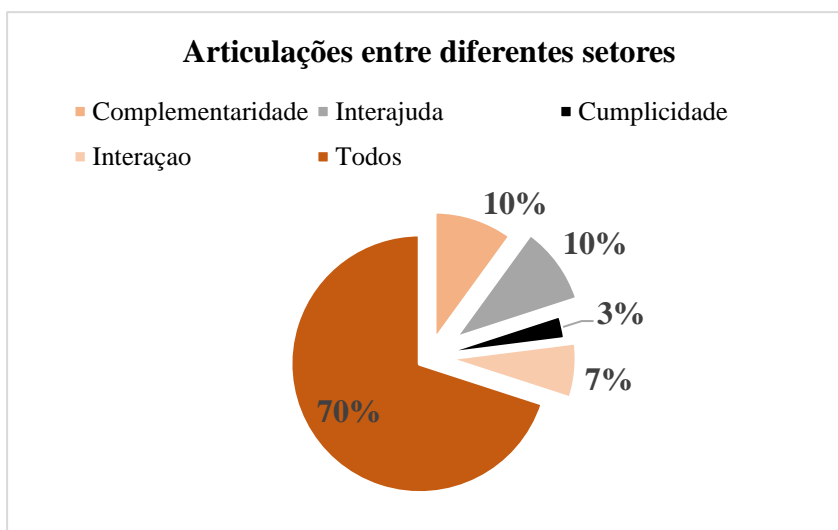
De acordo com os dados da pesquisa apresentados no gráfico acima, pode-se analisar que a maioria que equivale a 63% dos inquiridos avaliam que a ilha tem condições de suportar o evento realizado, assim 1% dessa maioria defende que a camara municipal da ilha tem investido nas infraestruturas para um carnaval de melhor qualidade, 39% justificaram pelo fato da ilha disponibilizar de todas as infraestruturas básicas como os meios de alojamento, aeroporto, porto, os meios de restauração e entre outras infraestruturas, 8% fundamentaram que a ilha tem espaço suficiente para a realização do evento e 15% afirmam que sim pelo fato dos meios de hospedagem e restauração estarem lotados nesta época.

Por outro lado, há os que defendem que a ilha não tem condições para suportar a evento, isto numa percentagem de 37% dos inquiridos. Desses, 9% deste justificam que com a evolução do carnaval as infraestruturas já não suportam a procura da festa, 13% justificam pelo fato de já não ter espaço suficiente para a sua realização, 10% garante que há infraestruturas a serem melhoradas nomeadamente as turísticas, em que são os meios de alojamento e transporte aéreo e marítimo, 3% indicam que há necessidade de construção de um sambódromo e 1% respetivamente afirma que a ilha não tem infraestruturas suficientes para suportar o evento, pelo fato que precisa expandir as infraestruturas ao patamar a que se pretende levar o evento e ainda por uma certa fragilidade em termos de saúde e saneamento básico. Como pode-se verificar no quadro abaixo:

Tabela 6- Justificativa do gráfico 11

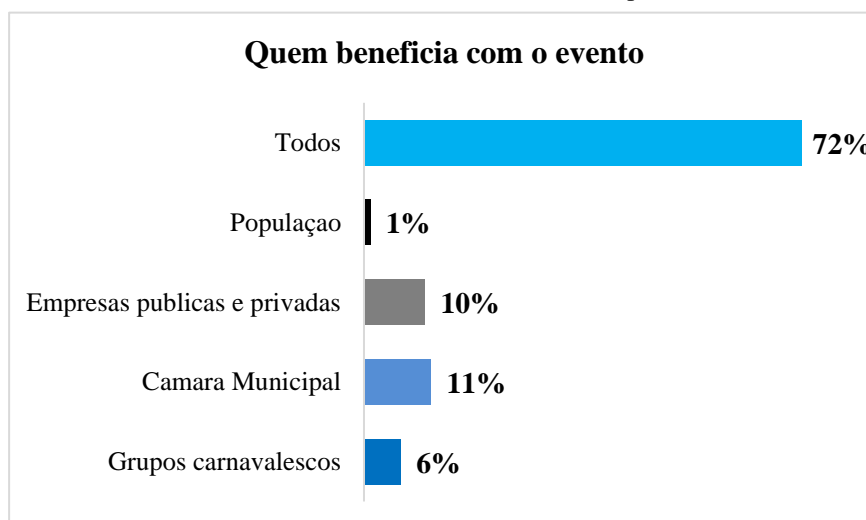
<b>Na sua opinião, em termos de infraestruturas a ilha tem condições para suportar o evento? Justifica a opção escolhida.</b>	<b>Percentagem (%)</b>
A câmara municipal tem investido nas infraestruturas para melhorar a qualidade do carnaval	<b>1%</b>
Todas as infraestruturas básicas estão todas disponíveis (porto, aeroporto, hotéis, restaurantes)	<b>39%</b>
Tem espaço suficiente	<b>8%</b>
Os meios de alojamento e restauração estão sempre lotados nesta época	<b>15%</b>
Com a evolução do carnaval as infraestruturas já não suportam a procura da festa	<b>9%</b>
Há infraestruturas por serem melhoradas (mais opções de alojamento e transporte aéreo e marítimo)	<b>10%</b>
Falta de espaço para a realização do evento (estaleiro, desfile)	<b>13%</b>
Falta de construção de um sambódromo	<b>3%</b>
Fragilidade em termos de saúde e saneamento básico	<b>1%</b>
As infraestruturas existentes devem estar ao patamar a que se pretende levar a atividade	<b>1%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico 12- Tipos de articulações entre diferentes setores



De acordo com a leitura do gráfico 12, a maioria dos inquiridos que condiz a 70% da população, assegura que para o desenvolvimento do evento realizado em São Vicente é necessária a existência de complementaridade, interajuda, a cumplicidade e interação de todos os intervenientes que ajuda na realização do carnaval da ilha para que este possa ser uma mais-valia para todos, mas por outro lado 10% afirma que, a complementaridade é o fator chave para o desenvolvimento, 10% aponta que a interajuda traduz numa mais-valia entre os intervenientes, seguidamente 7% aposta na interação e a minoria que corresponde a 3% aponta a cumplicidade como um elemento capaz de contribuir para o desenvolvimento socioeconómico do evento na ilha. O que nos leva a concluir que existe uma grande preocupação do mercado em que haja algum tipo de envolvimento entre os diferentes componentes deste evento.

Gráfico 13-Maior beneficiado do evento para a ilha



No que concerne a questão, quem beneficia com o evento, 72% da amostra afirma que quem mais beneficia com o evento são todos que estão envolvidos no mesmo, ou seja, a população, as empresas públicas e privadas, a camara municipal da ilha e os grupos carnavalescos, justificando que são todos eles que participam nesta festa. Mas, 11% alega que a camara municipal que acaba ganhando mais em relação aos outros, porque é ele o primeiro organizador do evento, 10% acredita que são as empresas públicas e privadas que beneficia com o evento porque são as empresas do setor do turismo que mais beneficiam, 6% defende que são os grupos carnavalescos, porque são eles que fazem grandes investimentos e responsável pelo grande espetáculo nas ruas e uma minoria de 1% afirma que a população beneficia mais, porque tem mais oferta de trabalho nesta época.

### 6.3. Avaliação do carnaval na ilha de São Vicente

Gráfico 15: Contribuição económica – Aumento do rendimento

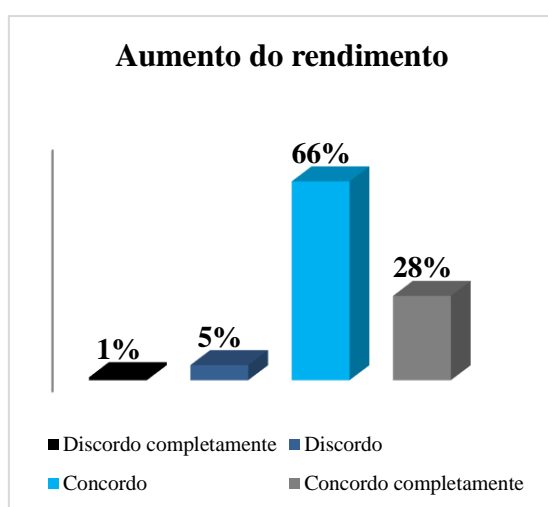
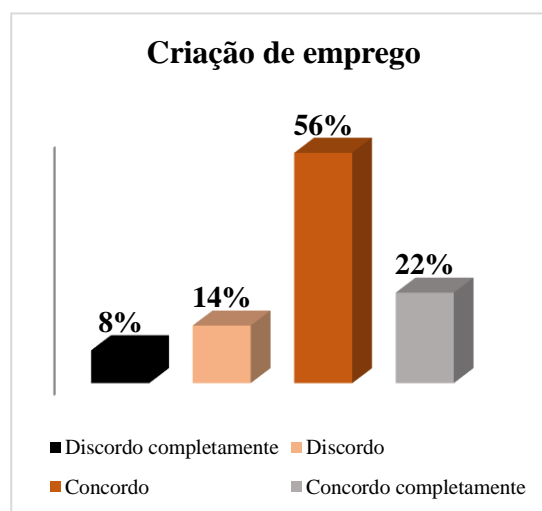


Gráfico 14: Contribuição económica - criação de emprego



De acordo com o gráfico 15, que refere a questão sobre o aumento do rendimento, a maioria que concerne a 66%, concorda que o evento traz um aumento de rendimento para todos que estão envolvidos na realização do evento e para toda a ilha, 28% também concorda completamente do aumento do rendimento, já 5% dos inquiridos acredita que o evento não traz um rendimento para a ilha e uma minoria de 1% defende que discorda completamente da questão.

Relativamente às contribuições económicas que o carnaval pode trazer à ilha, em relação à criação de emprego, 56% dos inquiridos concordam que o evento traz criação de emprego para a ilha, também respondendo de forma positiva 22% concordam completamente com a questão, mas contrariamente 14% afirmam que o carnaval não traz emprego para a população da ilha e uma minoria de 8% também alega que discorda completamente dessa questão.

Gráfico 17: Contribuição económica – Aumento do nível de preço dos bens e serviços

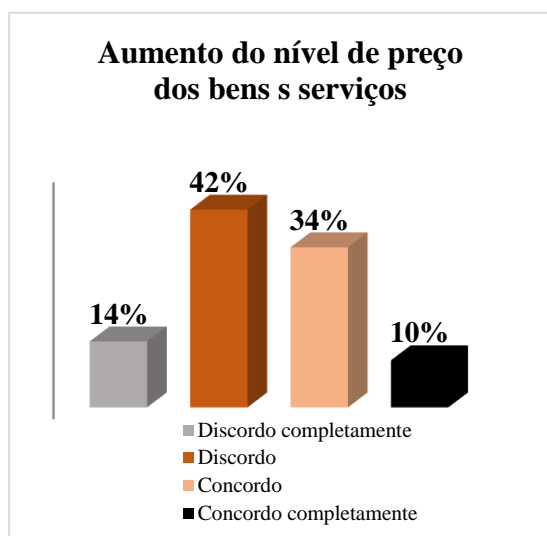
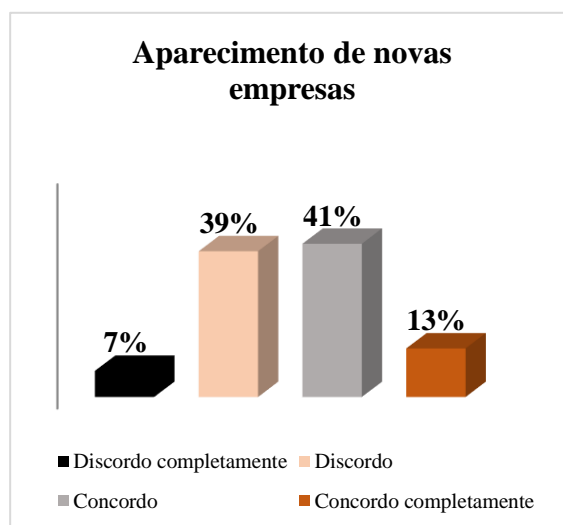


Gráfico 16: Contribuição económica – Aparecimento de novas empresas



Em relação ao gráfico 17, que representa os resultados da questão sobre o aumento do nível de preço dos bens e serviços durante este evento, a maioria dos inquiridos que corresponde a 56%, defende que o evento não influencia no nível de preço dos bens e serviços existente na ilha e os outros 44% defende que há sim um aumento de preço nesta época.

Dado aos gráficos acima apresentados, do gráfico 16 que representa os resultados da questão, se com o carnaval pode trazer mais aparecimento de novas empresas que consequentemente traz mais empregos para a população, de uma forma geral 54% responderam de forma positiva, em 41% concordam com a questão e 13% responderam que concordam completamente. Já os restantes 46% dos inquiridos não têm a mesma opinião, sendo que 39% afirmam que com o evento não haverá muito aparecimento de novas empresas e com uma minoria de 7% discordam completamente desta questão.

Gráfico 19: Contribuição económica – melhorar infraestruturas locais

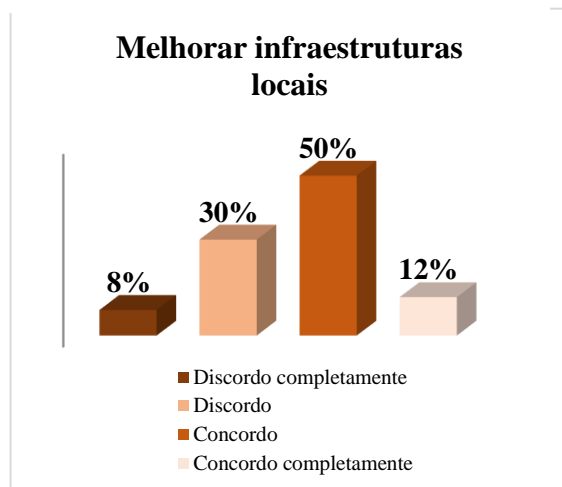
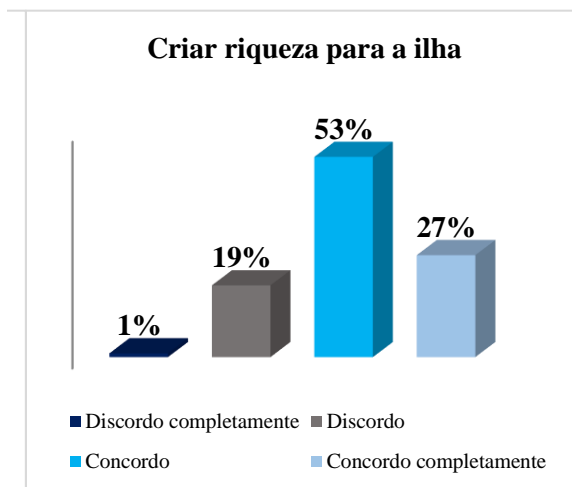


Gráfico 18: Contribuição económica – criar riqueza para a ilha



Chegado aos dois últimos indicadores das contribuições económicas que o carnaval poderá trazer á ilha de São Vicente, no gráfico 19, que responde a questão se o carnaval melhora as infraestruturas locais, metade dos inquiridos acredita que as infraestruturas locais podem ser melhoradas consoante a realização do evento, 12% concorda completamente, 30% já não tem a mesma opinião, em que discordam que o evento possibilitará a melhoria das infraestruturas da ilha e uma minoria de 8% discorda completamente.

E de acordo com o gráfico 18 ilustrado, 80% dos inquiridos acredita que o evento cria riqueza para a ilha, em que 53% concorda com a questão e 27% concorda completamente e os outros 20% afirma que o evento não traz riqueza para a ilha, sendo 19% discorda e 1% discorda completamente com a questão.

Gráfico 21: Contribuições sociais – aumento da participação da comunidade

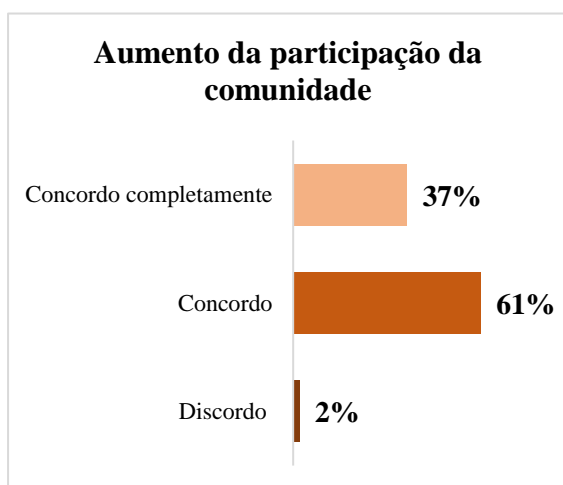
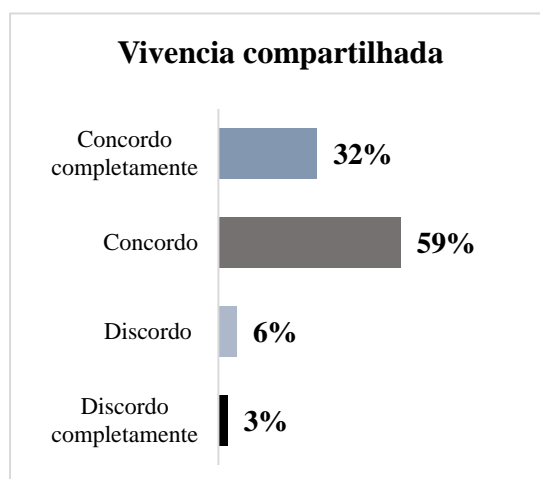


Gráfico 20: Contribuição social – vivência compartilhada



Quanto as contribuições sociais do evento para a ilha, de acordo com o gráfico 21, 98% da amostra respondeu de forma positiva a questão sobre o aumento da participação da comunidade no evento, pois isto é realidade vista a cada ano que passa no carnaval mindelense, sendo que há muitos visitantes nesta época do ano para assistir esta festa e 2% discorda dessa questão. A meu ver, isto é bastante provável através de uma pesquisa para conhecer o tráfego aéreo e marítimo nesta época.

O gráfico 20, correspondente a questão sobre a vivência compartilhada que as pessoas adquirem, 91% dos inquiridos afirma de forma positiva que há uma grande vivência, pois há várias pessoas em convívio e assim há uma troca de experiências entre elas, sendo 59% concorda e 32% concorda completamente com a questão e 9% dos 100 inquiridos, não defende esta troca de experiência durante este evento, sendo 6% discorda e uma minoria de 3% discorda completamente.

Gráfico 23: Contribuições sociais – acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio

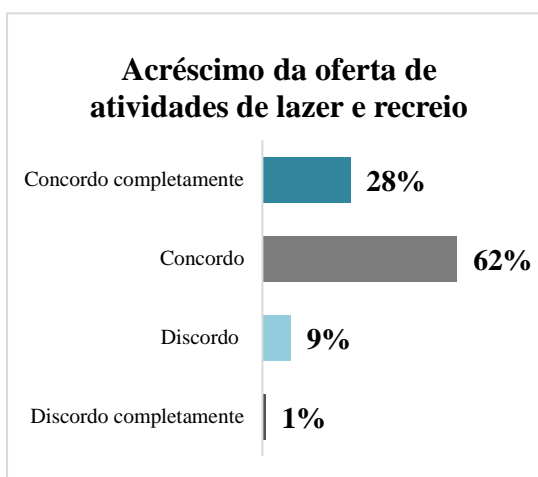
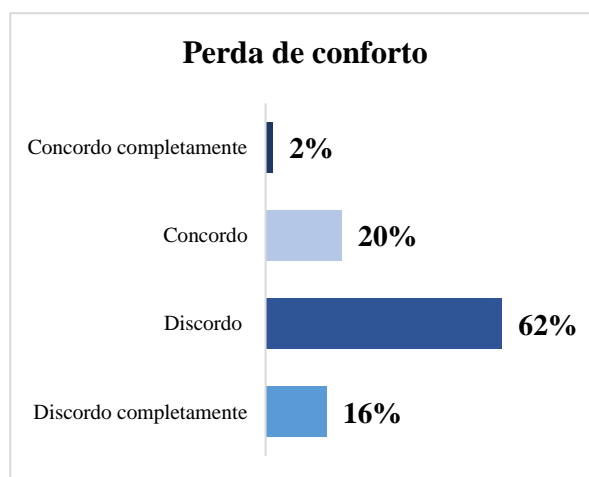


Gráfico 22: Contribuições sociais – perda de conforto



Referente ao gráfico 23, que corresponde a questão sobre o acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio, 90% da amostra acredita que com o carnaval há mais oferta de atividade de lazer, o que traz as pessoas momentos de descontração, convivências que é uma mais-valia para o desenvolvimento para o ser humano, sendo 62% concorda com a questão e 28% concorda completamente. Defendendo de uma forma negativa, os restantes 10% não acredita neste acréscimo de atividades para as pessoas, sendo 9% discorda e 1% discorda completamente.

Quanto a questão que refere se o evento traz alguma perda de conforto as pessoas, conforme o gráfico 22, dos 100 inquiridos, 78% não concorda que o evento traz algum tipo de desconforto para as mesmas, em que 62% discorda e 16% discorda

completamente dessa questão e os outros restantes 22% concorda que o carnaval traz um desconforto as pessoas, sendo 20% concordam e uma minoria de 2% concorda completamente.

Gráfico 25: Contribuições sociais – abuso de álcool e drogas

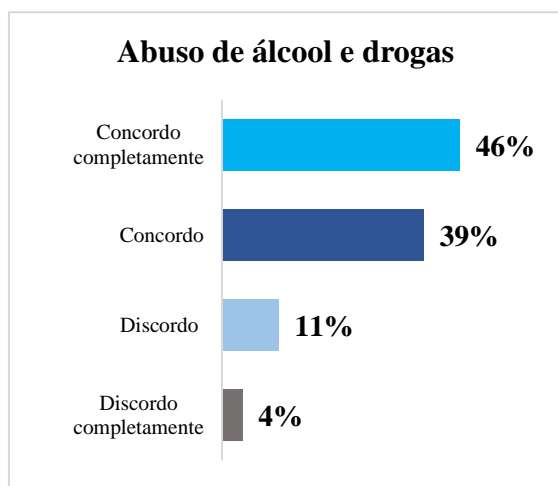
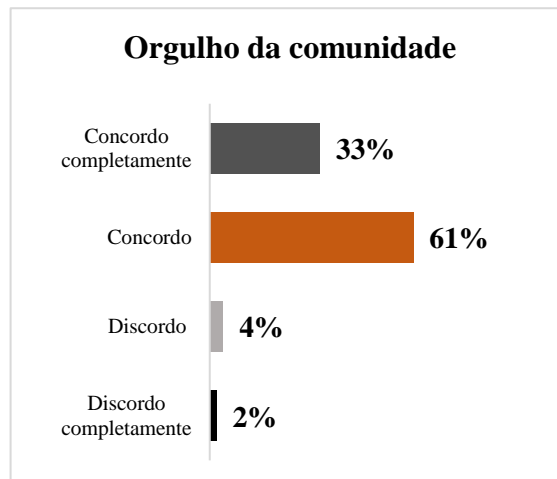


Gráfico 24: Contribuições sociais – orgulho da comunidade



Assim ilustrado os dois últimos gráficos acima sobre os indicadores sociais que o evento traz a ilha, no que se concerne a questão do orgulho adquirido pela comunidade, 94% da amostra afirma que o carnaval contribui para um orgulho da comunidade, ou seja acreditam que o carnaval da ilha é um dos grandes eventos realizados, desta forma sentem o orgulho de pertence a ilha, sendo assim 61% concorda com a questão e 33% concorda completamente. Contrariamente dos 6% restantes, defende que o evento não traz orgulho a comunidade, sendo 4% discorda e 2% discorda completamente.

Relativamente ao gráfico 25, que corresponde a questão se o evento traz abuso de álcool e drogas, a grande maioria correspondente a 85% dos inquiridos afirma que há um grande abuso de álcool e droga nesta época, que acaba sendo uma grande preocupação. Nota-se como um problema social que incide sobretudo nos jovens da população mindelense, na medida em que 39% concorda com esta questão e 46% concorda completamente. E assim uma minoria que equivale a 15% não defende esta questão, sendo que 11% discorda e 4% discorda completamente.

Tabela 7: Atividades que poderiam ser criadas no âmbito do carnaval

Que atividades poderiam ser criadas no âmbito do carnaval?	Percentagem (%)
Criação de mais grupos oficiais	18%
Desenvolver atividades carnavalescas nas periferias	8%
Criação de um museu do carnaval	25%
Roteiro para turistas nos <i>ateliers</i> /estaleiros dos grupos	10%
Feiras com exposições de fotos, vídeos, livros sobre a história do carnaval do Mindelo	19%
Mais participação de grupos de animação	9%
Intercâmbio entre cidades que desenvolve o mesmo evento	1%
Formação para os artistas do carnaval	2%
As atividades que poderiam ser criadas já estão em funcionamento	8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

No que diz respeito as atividades que poderiam ser criadas no âmbito do carnaval como contributo para o desenvolvimento da ilha, dos 100 inquiridos, 25% defende a criação de um museu do carnaval como forma de realizar várias atividades expondo de diversas formas o evento realizado, 19% afirma que deveriam ser criadas feiras que debruça-se sobre a história do carnaval em Mindelo, através de exposições de fotos, vídeos, livros e entre vários outros, 18% defende a necessidade de criação de mais grupos oficiais, 10% afirma a necessidade de criar roteiros para turistas nos *ateliers* dos grupos, 9% realçam a necessidade de criar mais grupos de animação, lembrando os tempos de outrora, que era vivido mais intensamente, outros 8% respetivamente expõe a necessidade de criar mais atividades carnavalescas nas periferias e 8% acha que as atividades que poderiam ser criadas já estão em funcionamento, 2% defende a realização de formações para os artistas do carnaval e uma minoria que equivale a 1% acredita que deveria realizar intercambio entre cidades que realizam o mesmo evento, fazendo projetos tanto nacionais como internacionais.

A análise da tabela leva a concluir que a ilha possui um variado leque de atividades, que poderiam ser programadas de forma a aumentar a disponibilidade da oferta nesta época.

Gráfico 27: Condições oferecidas – organização dos grupos

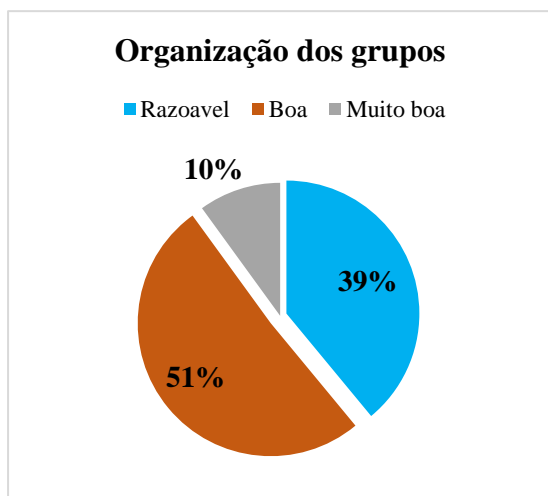
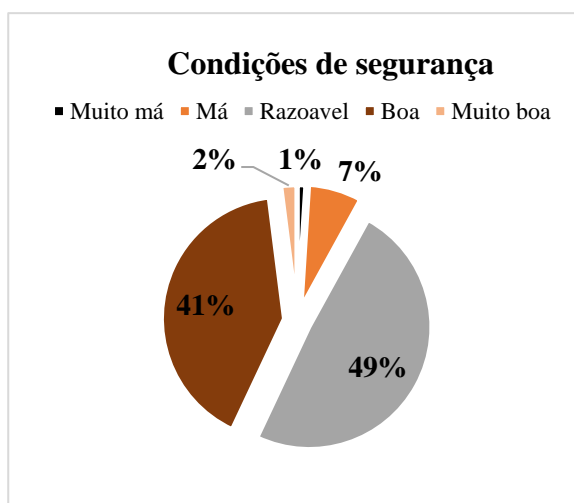


Gráfico 26: Condições oferecidas – condições de segurança



No tocante a avaliação da organização dos grupos que participam nos desfiles, grande parte dos inquiridos que equivale 51%, avalia como sendo boa, 39% avalia-os como sendo razoável e 10% como sendo muito boa, o que nos leva a concluir que a organização, satisfaz as perspetivas do público que o assiste.

Em relação a outro gráfico (27), quase metade dos inquiridos que condiz a 49%, avalia as condições de segurança como sendo razoável, 41% estima que durante o evento oferece boas condições de segurança, 7% da amostra corresponde a opção má, outros 2% avalia-as como sendo muito boa e 1% como sendo muito má. Segundo os dados apresentados no gráfico 27 pode-se concluir que, o carnaval de certa forma pode ser classificado como um evento seguro.

Gráfico 29: Condições oferecidas – condições higiénicas

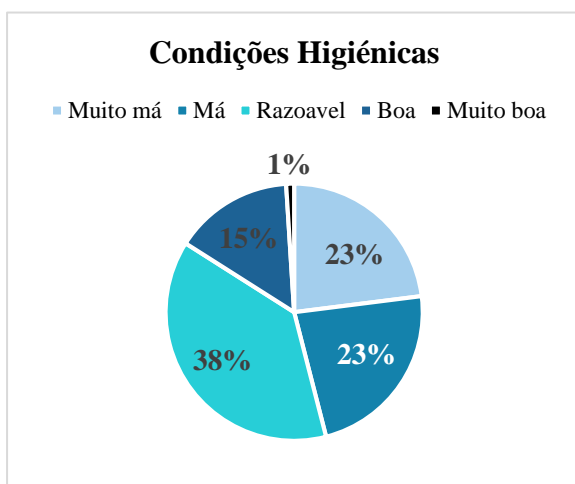
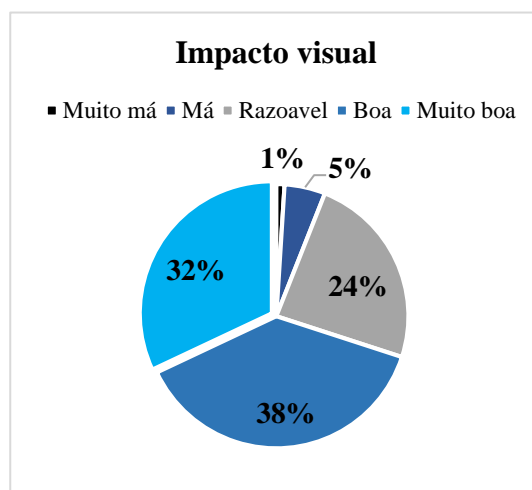


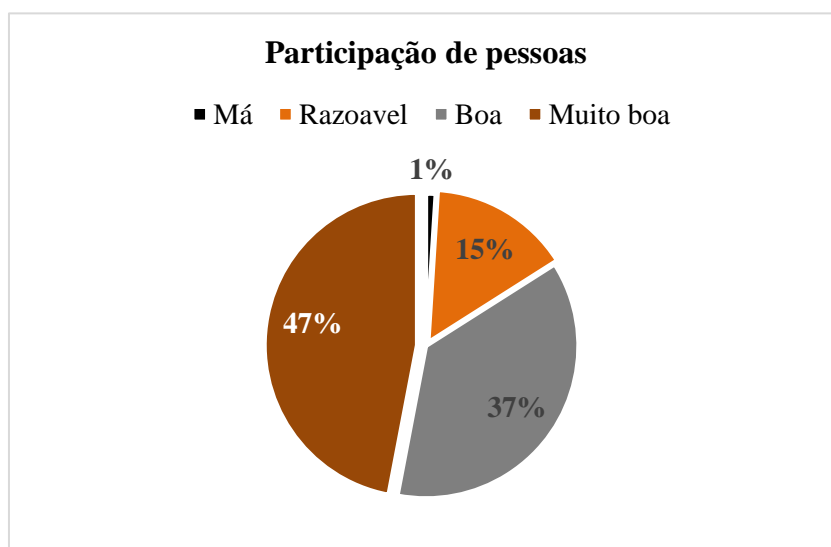
Gráfico 28: Condições oferecidas – Impacto visual



De acordo com os dados da pesquisa representado no gráfico 28, os inquiridos não aprovam as condições higiénicas oferecidas, equivalente a 46%, 38% da amostra afirma como sendo razoáveis, 16% classifica de forma positiva. Sendo o carnaval uma festa que cresce o seu número de participantes a cada ano, não pode ser classificada por quase metade da amostra de forma negativa, pois isto leva a uma chamada de atenção por parte das entidades para melhorias neste aspeto.

Segundo os dados recolhidos, é igualmente notório que a população da nossa amostra que equivale a 38% é de opinião que o impacto visual face ao evento, é considerada como sendo boa, 32% dos inquiridos classifica-o de forma muito boa e 24% razoavelmente e uma minoria equivalente a 6% classifica negativamente, referente ao gráfico 29.

Gráfico 30: Condições oferecidas – participação de pessoas



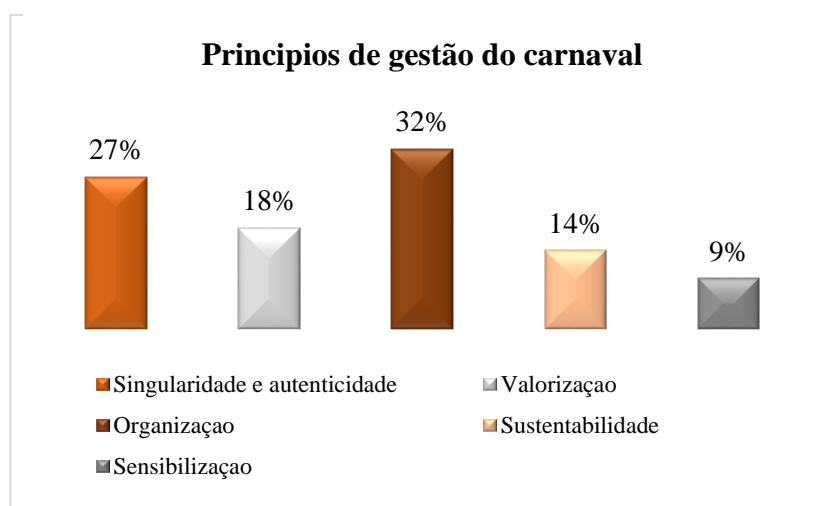
Relativamente a última questão sobre as condições oferecidas do evento, o evento traz uma boa participação de pessoas em que corresponde a 84% e os restantes 16% classifica de uma forma razoável.

Tabela 8: Aspectos negativos no carnaval da ilha

Aspectos negativos no carnaval da ilha	Percentagem (%)
Nenhum aspeto negativo	30%
Más condições higiénicas	8%
Excesso de consumo de bebidas alcoólicas e drogas	28%
Falta de organização	19%
Falta de espaço	5%
Implementação e valor cobrado das bancadas	4%
Falta de sensibilização por parte da população	2%
Desfile de crianças menores de 11 anos	1%
Vandalismo	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

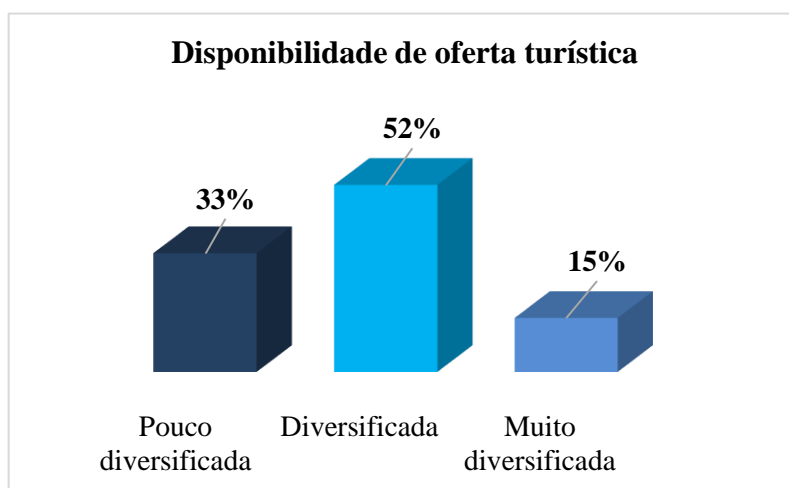
No que concerne aos aspetos considerados negativos no carnaval da ilha, conforme os dados da tabela 8, 30% dos inquiridos considera que o carnaval não tem aspeto negativo, 28% alega ser o excesso de consumo de bebidas alcoólicas e drogas, aspeto muito negativo para as pessoas, 19% considera a falta de organização, 8% acredita que seja as más condições higiénicas, um aspeto muito criticado no gráfico 28 já referido, 5% defende a falta de espaço, 4% justifica com a implementação e valor cobrado das bancadas, 3% considera o vandalismo, 2% alega a falta de sensibilização por parte da população e uma minoria de 1% justifica como negativo, desfile de crianças menores de 11 anos.

Gráfico 31: Principais princípios de gestão do carnaval



Para qualquer realização de uma atividade, é necessário que haja um conjunto de princípios que estejam assentes na gestão da mesma, desta forma foi criada esta questão, sendo que os inquiridos afirmam que os dois principais princípios que devem estar assente no desenvolvimento do evento na ilha sejam a organização e singularidade e autenticidade equivalente a 32% e 27% respetivamente. A organização é um princípio fundamental, dado a justificação como uma das principais escolhidas e a singularidade e autenticidade que não fica atrás, pois há que permanecer os aspetos que caracterizam o evento. Outros 14% consideram a sustentabilidade como um dos principais fundamentais para a gestão do evento, 18% já defende a valorização.

Gráfico 32: Disponibilidade da oferta turística



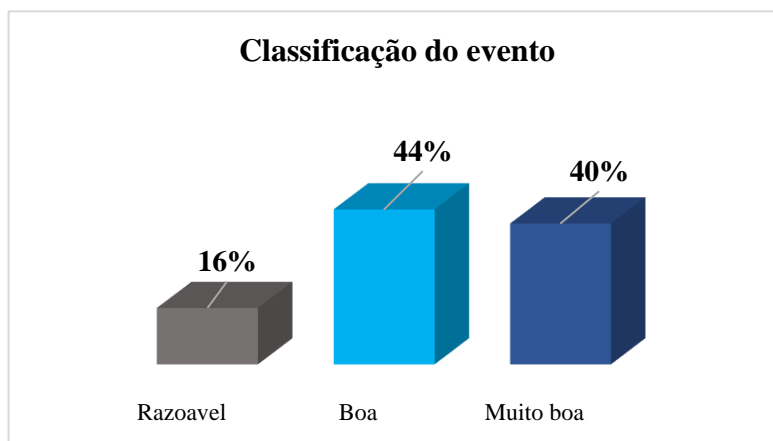
Relativamente a questão sobre a disponibilidade de oferta turística na ilha capaz de suportar o evento, a maioria dos inquiridos classifica como diversificada. Visto que a ilha disponibiliza de todos os componentes que constituem uma oferta turística, que já foi mencionado no quarto capítulo desse estudo. Dos 100 inquiridos, 33% defende que a oferta da ilha é pouco diversificada e 15% julga ser muito diversificada.

Tabela 9: Principais vantagens da realização do evento para a ilha

<b>Principais vantagens da realização do evento para a ilha</b>	<b>Percentagem (%)</b>
Aumento do empreendedorismo	9%
Preservação do património cultural	13%
Consciencialização da população	2%
Maior promoção e divulgação do destino	25%
Aumento da qualidade de vida dos residentes	2%
Tornar produto turístico da ilha/país	19%
Aumento do desenvolvimento económico	10%
Projeção do carnaval para a diáspora	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

No que concerne as 4 principais vantagens que o evento, poderá trazer para a ilha de São Vicente, o maior valor concentra-se na maior promoção e divulgação do destino, que equivale a 25% da população, afirmando que o evento permitirá a melhoria do destino e maior reconhecimento do mesmo, 20% assegura que permitirá melhorar projeção do carnaval para a diáspora, o que demonstra que os inquiridos revelam uma preocupação com o envolvimento com a diáspora, 19% defende como principal vantagem do carnaval tornar produto turístico da ilha ou então de todo o arquipélago, o que considera que se deve trabalhar mais as atividades turísticas da ilha, como forma de melhorar o produto para os turistas que nos visita cada vez mais e 13% afirma que o evento traz vantagem a nível da preservação do património cultural, pois sendo um dos grandes eventos realizados na ilha, caracterizado como um atrativo cultural imaterial do destino, mas é de salientar que das 8 opções todas possuem grande importância e todos poderão ser considerados como vantagens do evento na ilha.

Gráfico 33: Classificação geral do evento



Dada os resultados da última questão do questionário representada no gráfico 33, grande parte da amostra avalia o evento de forma positiva, equivalente a 84%, o que significa que o evento é aceito por maioria dos inquiridos, demonstrando que a maioria está satisfeito com o evento e consequentemente com as possíveis melhorias que poderá vir a ter e 16% deste, classifica de forma razoável, o que significa que há aspetos a serem melhorados ao ver destes.

Dada as apresentações dos resultados do questionário, considera-se que o evento foi classificado da melhor forma em maioria das questões apresentadas, no desenvolvimento da ilha de São Vicente, um aspeto bastante positivo para concluir que este evento poderá sim trazer mais-valias para a ilha.

## Capítulo 7 CONCLUSÃO

A realização e o impacto de um grande evento é sempre muito impactante para todos os envolvidos, sejam eles organizadores, expositores ou visitantes. Afinal, eles movimentam muito dinheiro, demandam grandes estruturas e muito planeamento e organização.

O carnaval como sendo um grande evento da ilha, também não foge a regra, sendo um produto dinâmico, em constante evolução, está sujeito a influências culturais e do contexto atual, com uma pressão considerável das dinâmicas económicas e do mercado. Por isso é pertinente o processo de reflexão estratégica sobre o Carnaval.

Considerado como um fenómeno de várias dimensões, e de forma a atingir um determinado objetivo, o evento requiere planeamento e organização, executados na sua totalidade se envolverem os diversos agentes da atividade: poder público, poder privado, visitantes e comunidade.

O Carnaval gera emprego e distribui a despesa pública, com um funcionamento desequilibrado. De um lado o Carnaval permite gerar rendimentos a participantes da economia direta que assumem responsabilidades e riscos empresariais para assegurar o produto, facilitado também pela contribuição do importante trabalho voluntário. De outro lado o Carnaval permite a empresas da economia indireta, a obtenção de rendimentos com um risco empresarial mínimo, não fazendo contribuição alguma para a garantia do produto.

Conforme os dados apresentados, os resultados indicam que o carnaval pode ser um elemento para o desenvolvimento na ilha, visto que é um importante pilar para o aumento do fluxo de turistas na ilha, que acabam por gerar grandes receitas na ilha, conseqüentemente aumentando o PIB da ilha, gera uma grande movimentação económica em vários setores de atividades. Por estes motivos, o evento deve ser pensado como uma atividade económica e social que gera uma série de benefícios para as comunidades promotoras, para os empreendedores e para o comércio.

Mas, contudo, constitui algumas lacunas a serem melhoradas para que se consegue alcançar metas e objetivos. Isto pelo fato que se encontra alguns obstáculos, como falta

de mais financiamentos e falta de espaço, pois os investimentos são muitos e são milhões de contos que se injetam neste evento, para ser considerado dos melhores.

Já em relação aos contributos os dados analisados, indicam que o evento traz vários contributos para o desenvolvimento, na medida em que valoriza, promove, cria oportunidades e permite um crescimento económico, o que cria uma imagem positiva promovendo, deste modo, a ilha.

Em relação as infraestruturas de suporte, conforme os resultados, muitos acreditam que as infraestruturas são suficientes para suportar o evento, mas em contrapartida um número razoável considera que as infraestruturas já não estão a ser suficientes para suportar o evento realizado na ilha, visto que com a evolução do carnaval já não suporta a procura da festa, outro problema já mencionado é a falta de espaço que já carece na ilha, pois sendo um ponto a ser trabalhado porque a cada ano adquire-se mais atividades, mais pessoas e isso pode-se levar a sobrecarga do evento na ilha, uma questão preocupante. Mas, considera-se que para realizar um evento é necessário dispor de ao menos uma infraestrutura básica, que constitui de saneamento, água tratada, redes e tratamento de esgoto; de apoio: transporte, hospitais, segurança pública e turística: que constitui em meios de hospedagem, restaurantes, agências de recetivo.

Outro aspeto importante que se pode concluir é que, o evento acaba por beneficiar a todos os envolvidos, visto que há que apostar no envolvimento de todos que a constituem sendo eles do poder público, poder privado, turista, visitantes e comunidade. A população foi a menos considerada que beneficia com o evento, mas visto que esta tem um papel importante e deve ser inserida neste processo e que possa contribuir através de sugestões que venham ampliar e melhorar o evento.

Dadas as avaliações económicas, conclui-se que o evento traz criação de emprego, aumento do rendimento, a possibilidade de aparecimento de novas empresas, criar riqueza para a ilha e ainda melhorar as infraestruturas locais.

E em relação as avaliações sociais, verificou-se que o carnaval contribui para uma vivência compartilhada entre pessoas, aumento da participação da comunidade, acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio, não traz desconforto da população, o que conseqüentemente traz um orgulho a população mindelense, mas em contrapartida já traz um aspeto negativo que é o abuso de álcool e drogas.

Ainda sobre as principais vantagens que a ilha pode ter com a realização do evento, concentra-se na maior promoção e divulgação do destino, projeção do carnaval para a diáspora, tornar produto turístico da ilha/país e preservação do património cultural.

Perante este cenário confirmam-se todas as hipóteses desenvolvidas inicialmente, de que o evento pode ser visto como uma forma de melhorar as condições económicas da ilha, pode ser considerado como uma oportunidade de desenvolvimento e envolvimento de comunidades e ainda fortes condições para ser transformado em produto turístico da ilha, que conseqüentemente traz benefícios turísticos.

Relativamente aos objetivos delineados e propostos para o trabalho, foram todos alcançados, com a colaboração de todos os inquiridos que compuseram amostra, efetuados nas diferentes entidades e empresas relacionadas ao tema.

O estudo contribuiu para o enriquecimento ao nível pessoal, permitindo uma maior sinergia com a temática em estudo, trazendo uma visão mais clara da realidade da ilha face ao evento. Permitiu atribuir maior credibilidade a importância que o mesmo tem para a ilha e acreditar que através do carnaval poder-se-á desenvolver a ilha em vários domínios e ainda constituir numa mais-valia para a mesma.

Também para engrandecer e amadurecer os conhecimentos curriculares adquiridos ao longo do curso e permitiu o contacto com a realidade do mundo laboral.

### 7.1. Propostas da investigação

De uma forma geral o carnaval é classificado como um bom evento realizado na ilha de São Vicente pela maioria, mas, ainda existiu alguns obstáculos a serem ultrapassados, que caso contrário teria uma avaliação muito mais satisfatória.

Há necessidade de minimizar os obstáculos existentes em torno do evento na ilha, visto que todos deverão estar satisfeitos com o evento, dado criou-se um conjunto de propostas para o estudo:

- Fortalecer a dimensão cultural do Carnaval, promovendo a sua vivência e fruição tendo em conta a sua contribuição para a coesão social e a construção da identidade de Cabo Verde;
- Instituir a atribuição de um prémio anual para projetos inovadores;
- Divulgar boas práticas relacionadas com a promoção da autenticidade e singularidade do Carnaval;
- Incentivar as universidades a realizarem estudos sobre o Carnaval nas suas várias dimensões: social, etnográfica, antropologia, económica, arquitetónica;
- A segmentação do mercado turístico, principalmente para estes tipos de eventos, tendo em conta vários critérios;
- Instituir reuniões regulares de coordenação com os grupos de carnaval;
- Identificar e propor novos espaços de lazer carnavalesco (feira, baile popular, parque de diversão, espaços de demonstrações vivas);
- Criar um plano de marketing que permite trabalhar a imagem do produto turístico (São Vicente) e a comercialização do carnaval enquanto recurso e atrativo turístico;
- Incentivar as empresas de transporte aéreo e marítimo, agências de viagem e de cruzeiros, para oferecer pacotes turísticos vinculados ao Carnaval;
- Educar e sensibilizar a população local sobre a importância do evento no desenvolvimento na ilha;
- Introduzir novas atividades ou introduzir inovações no programa do carnaval;
- Implementação de um quadro de indicadores que sejam eficazes para a quantificação e rastreamento da economia do Carnaval;
- Fomentar a criatividade no carnaval, que conseqüentemente cria empreendedores, possibilitando a estes criar projetos profissionais dentro ou fora do carnaval.

## 7.2. Contribuições

Quanto a contribuição, espera-se que, este trabalho sirva de alguma forma, de apoio e incentivo para futuros estudos nessa área, e que a metodologia desenvolvida nela sirva de suporte e apoio a futuros estudos desenvolvidos sobre o sector de eventos.

Da mesma forma, e tendo em conta a carência de investigação sobre eventos em Cabo Verde e, mais concretamente, de estudos sobre eventos turísticos (carnaval) e a perceção tanto dos diferentes setores da atividade, como da população local sobre os diferentes impactos.

Para futuras pesquisas no ramo, sugere-se estudos que permitem conhecer os reais valores que incidem na ilha durante a realização do evento, ou também tema que permitisse conhecer a avaliação somente dos promotores do carnaval, conhecendo as suas fragilidades e possíveis pontos para melhorar com o intuito de desenvolver uma oferta que contribua para o crescimento sustentável da atividade.

## 7.3. Limitações da pesquisa

A recolha dos dados adquiridos através da análise dos resultados da pesquisa dá-nos a conhecer a perceção dos diferentes stakeholders promotores do carnaval e entidade organizadora.

Pelo facto de ser uma amostra não probabilística dirigida por conveniência, os resultados não podem ser generalizados para toda a população, e por serem dados recolhidos através da opinião das pessoas da área.

Durante a realização deste trabalho, deparou-se com algumas dificuldades, nomeadamente pelo facto de não haver estudos sobre esta temática em Cabo Verde, seguido da indisponibilidade dos entrevistados para responder aos questionários, o que levou a maiores custos e gastos de tempo.

## Referências bibliográficas

- (17 de Fevereiro de 2017). Obtido de SAPO: <https://muzika.sapo.cv/eventos/carnaval/artigos/premio-kakoi-carnaval-artisanal-mantem-formato-espontaneo>
- Albuquerque, S. S. (2004). *Turismo de Eventos: A importancia dos eventos para o desenvolvimento do turismo*. Brasília: Universidade de Brasília: Centro de Excelencia em Turismo.
- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2006). *Organização e gestão de eventos*. Campus.
- Andrade, J. V. (1992). *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática.
- Andrade, R. (2002). *Manual de eventos*. Porto Alegre: EducS.
- Barreto, M. (1995). *Manual de iniciação ao estudo do Turismo*. Campinas: Papirus.
- Batistella, C., Pedrazani, C., & Bordin, F. (2009). *A Importância do evento como estratégia de comunicação*. Londrina: Universidade Estadual de Londrina.
- Bettega, M. L. (2001). *Eventos e cerimoniais*. Rio Grande: EducS.
- Britto, J., & Fontes, N. (2002). *Estratégias para eventos*. São Paulo: Aleph.
- Carvalho, R. (2010). *Os eventos culturais e criativos poderão ou não contribuir para uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro? (Tese de mestrado)*. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar.
- Castilho, A., Borges, N., & Pereira, V. (2014). *Manual de Metodologia Científica*. São Paulo: Itumbiara: ILES/ULBRA.
- CMSV. (2018). *Plano de Atividades e Orcamento*. Sao Vicente.
- Coutinho, H. (2010). *Organização de Eventos: Curso Técnico em Hospedagem*. Manaus: CETAM.
- Coutinho, H. P. (2007). Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. *Revista Eletrônica Aboré*.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.

- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.
- DGT. (2009). *Inventário de recursos turísticos de são vicente*. Mindelo: DGT. Obtido de São Vicente - INE: [https://pt.scribd.com/document/397986079/Sao-Vicente-INE#from\\_embed](https://pt.scribd.com/document/397986079/Sao-Vicente-INE#from_embed)
- Dias, J. B. (2016). O Carnaval do Mindelo, Cabo Verde: reflexões sobre a festa e a cidade. *pragMATIZES - Revista Latino Americana de Estudos em Cultura*.
- Dias, R. (2008). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas.
- Fortes, W., & Silva, M. (2011). *Evento: Estratégias de planeamento e execução*. São Paulo: Summus Editorial.
- Freiberger, Z. (2008). *Organização de Eventos*. Paraná: Instituto Federal.
- Getz, D. (1997). *Event management & event tourism*. Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (1997). *Event management & event tourism, Cognizant Communication Corp*.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism*. Nova York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism. 2ª Ed*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Sao Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Sao Paulo: Atlas.
- Gil, C. A. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Goeldner, R. (2002). *Turismo, Princípios, Praticas e Filosofias*. Porto Alegre: Bookman.
- Guetz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication.
- Hall, M. (1989). *Hallmark events and the planning process, em the planning and evaluation of hallmark events*.

- Hall, M. (1989). *Mega-events and their legacies*. Chicester: John Wiley & Sons Ltd.
- Ignarra, L. (2007). *Tese de Doutorado: Dinamica dos eventos turísticos e seus impactos na hotelaria paulistana*. São Paulo.
- INE. (2017). *SCRIBD*. Obtido de São Vicente - INE: [https://pt.scribd.com/document/397986079/Sao-Vicente-INE#from\\_embed](https://pt.scribd.com/document/397986079/Sao-Vicente-INE#from_embed)
- Januário, M., & Oliveira, S. (2007). Os eventos como potencializadores do turismo regional: O festival de inverno Bahia. *CULTUR-Revista de cultura e turismo*, 54-64.
- Jayaswall, T. (2009). *Events-induced tourism: A protocol analysis (Tese de mestrado)*. Auckland: Auckland University of Technology.
- Leiper, N. (1979). *The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry*. *Annals of Tourism Research*.
- LIGOC-SV. (Fevereiro de 2019). *Carnaval 2019*. Obtido de LIGOC-SV: <https://ligoc.cv/sobre-ligoc/>
- Marques, P. A. (2005). *A importância dos grandes eventos na promoção da imagem e consolidação dos destinos turísticos – O Euro 2004 em Portugal (Tese de mestrado)*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Marujo, N. (2015). O CONTRIBUTO DO TURISMO DE EVENTOS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE UMA REGIÃO. *DELOS: Revista Desarrollo Local Sostenible*, 12.
- Mathiesion, A., & Wall, G. (1990). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: John Wiley & Sons.
- Matias, M. (2004). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 3ª ed. Barueri: Manole.
- Matias, M. (2010). *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas*. São Paulo: Manole, 5ª Edição.
- Mattar, F. (1996). *Pesquisa de marketing: metodologia, planeamento*. Sao Paulo : Atlas.

- MECC, & DGT. (2010/2013). *Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Cabo Verde*. Praia: pd consult.
- Melo, F. (1998). *Marketing de Eventos*. Rio de Janeiro: Sprint.
- Mota, K. (2001). *Marketing Turístico: promovendo uma atividade*. São Paulo: Atlas.
- Municipal, C. (2018). *Plano de Atividades e Orcamento*. Sao Vicente.
- Nação, A. (2015). Destino Turístico das ilhas do Norte. *Iniciativa - edic. n°59*, 6.
- Nação, A. (2018). O Ministério da Cultura e das Indústrias Criativas (MCIC) disponibiliza sete milhões de escudos para o incentivo à indústria do Carnaval. *A Nação*, <https://anacao.cv/ministerio-da-cultura-disponibiliza-sete-milhoes-escudos-os-grupos-carnaval-sao-vicente-sao-nicolau/>.
- Nascimento, E. d. (2015). *GESTÃO DO TURISMO: A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA AS CIDADES INTERIORANAS: ESTUDO DE CASO EM LAGOA SALGADA / RN*. Lagoa Salgada: UFRN.
- Neto, P. C. (1977). *Estatística*. Sao Paulo: Edgard Blucher.
- Neves, M. (2018). *ARTES, TRADIÇÕES E EDUCAÇÃO EM CABO VERDE - Mandingas do Mindelo – estórias da história*. Viana: Instituto Politécnico .
- Oliveira, P. (2000). *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- OMT. (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.
- OMT. (2001). *Introdução ao turismo. Trad. Dolores Martin Rodriguez Corner*. São Paulo: Roca.
- Plummer, M. (1999). *The economic impact of hosting the 1996*. Georgia: Atlanta.
- Prodanov, C., & Freitas, E. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico*. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale.
- Prodanov, C., & Freitas, E. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico*. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale.

- Quivy, R. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Raj, R. (2009). *Events Management: An Integrated and Practical Approach*. Londres: Sage.
- Ribeiro, S., & Ferreira, L. (2009). As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais. *Revista Científica Percursos e Ideias*.
- Richero, A. (1993). *Eventos: guia práctico para su planeación y ejecución*. México: Trillas.
- Ritchie, J. (1984). *Assesing the impact of hallmark events*, *Journal of Travel Research*.
- Rodrigues, M. (2011). *O carnaval do Mindelo: Formas de reinvencao da festa e da sociedade*. Sao Vicente: Gráfica do Mindelo Lda.
- Santos, R. d., Chegade, M., & Rocha, G. (2010). A IMPORTÂNCIA DA COMPREENSÃO DO CONCEITO DE EVENTOS À EXECUÇÃO DO PLANEJAMENTO, PERANTE AS ETAPAS PRÉ, DURANTE E PÓS-EVENTO. *REVISTA CIENTÍFICA ELETÔNICA DE TURISMO – ISSN: 1806-9169*.
- SAPO. (sete de Agosto de 2019). SAPO. Obtido de Sapo Muzika/ Inforpress: <https://muzika.sapo.cv/eventos/novidades-eventos/artigos/sao-vice-carnaval-de-verao-leva-milhares-a-baixa-da-cidade-do-mindelo>
- Serreira, T. (2014). *Eventos como promotores culturais de um destino turístico: O caso das Capitais Europeias da Cultura*. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria.
- Sharpley, R. (2002). *Tourism: a vehicle for development*. In Sharpley & Telfer (Eds.), *Aspects of tourism Tourism and development Concepts and issues*. Clevedon: Channel View Publications.
- Silva, A. C. (2008). *Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade: Orientações de estudo, projectos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses*. 2ª edição: Atlas, S.A.
- Simões, M. (2012). *Os Eventos e a Atractividade e Competitividade Turística das Cidades: Mestrado em Turismo - Especialização em Gestão Estratégica de Eventos*. Lisboa.

- Vergara, M. (1997). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Vieira, J. M. (2015). *Eventos e Turismo: Planeamento e Organização - Da teoria á Prática 1ª edi*. Lisboa: Sílabo.
- Vilelas, J. (2009). *Investigação: O Processo de Construção de Conhecimento*. Lisboa: Sílabo.
- Wall, G., & Mathieson, A. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social impacts*. New York: Longman.
- Watt, D. (2004). *Gestão de Eventos em Lazer e Turismo*. Porto Alegre: Bookman.
- Zanella, L. (2003). *Manual de organização de eventos: planeamento e operacionalização*. São Paulo: Atlas.

# APÊNDICES

## Apêndice A – Questionário da Pesquisa

### Inquérito aos promotores do carnaval e os diferentes *Stakeholders* em São Vicente

O presente questionário enquadra-se num projeto de monografia para obtenção do grau de licenciatura em Gestão e Planeamento em Turismo no ISCEE (São Vicente) sobre: **Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: Caso do Carnaval**. Este questionário poderá servir como um instrumento de apoio á tomada de decisão por parte das entidades públicas e privadas no desenvolvimento do evento em estudo. A sua resposta é de extrema importância para este trabalho de fim de curso. A informação recolhida é confidencial. Agradecemos antecipadamente, a sua colaboração.

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

- **Sexo:** Masculino ( )                      Feminino ( )
- **Idade:** - 25 ( )    25-40 ( )    41-65 ( )    +65 ( )
- **Habilitações literárias:** Ensino básico ( )    Ensino secundário ( )    Ensino superior ( )
- **Nome da entidade:** \_\_\_\_\_
- **Profissão:** \_\_\_\_\_

**1. O carnaval mindelense pode ser considerado um elemento de desenvolvimento para a ilha?**

- Sim ( )                      Não ( )  
Justifique a opção escolhida

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**2. Quais são os maiores obstáculos encontrados nesse tipo de evento em São Vicente?**

- Falta de espaços( )    Falha no planeamento( )    Financiamentos( )  
Criatividade( )    Fraca aderência de expositores( )    Outro \_\_\_\_\_

**3. Em que medida o carnaval pode contribuir para a ilha enquanto evento turístico?**

- Valorização ( )    Promoção( )    Dinamização ( )    Intercambio ( )  
Oportunidades ( )    Crescimento económico ( )    Todos ( )  
) \_\_\_\_\_

**4. Na sua opinião, em termos de infraestruturas a ilha tem condições para suportar o evento?**

- Sim ( )                      Não ( )

Justifique a opção escolhida

---



---



---

**5. Que tipos de articulações deveriam prevalecer entre empresas públicas e privadas, operadores turísticos e promotores do carnaval?**

- Complementaridade ( )    Interajuda ( )    Cumplicidade ( )    Interação ( )  
  Todos( )

**6. Na sua opinião, quem mais beneficia com o evento?**

- Grupos carnavalescos( )    Camara Municipal( )    Empresas públicas e privadas( )    População( )    Todos( )

Justifique a opção escolhida

---



---



---

**7. Quais os aspetos económicos que o carnaval pode trazer para a ilha?**

<b>Indicadores</b>	<b>Discordo completamente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo completamente</b>
Criação de emprego				
Aumento de rendimento				
Aparecimento de novas empresas				
Aumento do nível de preços dos bens e serviços				
Criar mais riqueza para a ilha				
Melhorar as infraestruturas locais				

**8. Quais os aspetos sociais que o carnaval pode trazer para a ilha?**

<b>Indicadores</b>	<b>Discordo completamente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo completamente</b>
Vivencia compartilhada				
Aumento da participação da comunidade				
Perda de conforto				
Acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio				
Orgulho da comunidade				
Abuso de álcool e drogas				

**9. Que atividades poderiam ser criadas no âmbito do carnaval?**

---



---



---

**10. Como avalia as condições oferecidas durante o evento?**

<b>Indicadores</b>	<b>Muito Má</b>	<b>Má</b>	<b>Razoável</b>	<b>Boa</b>	<b>Muito Boa</b>
Condições de segurança					
Organização dos grupos					
Impacto visual					
Condições Higiénicas					
Participação de pessoas					

**11. Quais os principais aspetos que considera negativos no carnaval da ilha?**

---

---

**12. Dos itens abaixo relacionados, marque até 2 opções que consideras como sendo os principais princípios na gestão do carnaval.**

- Singularidade e autenticidade ( ) Valorização( ) Organização( )  
Sustentabilidade( ) Sensibilização( )

**13. Ao seu ver como avalia a disponibilidade da oferta turística á realização de evento?**

- Pouco diversificada ( ) Diversificada ( ) Muito diversificada ( )

**14. Dos itens abaixo relacionados, marque ate 4 opções que consideras como sendo as principais vantagens da realização do evento para a ilha?**

1- ( )	Aumento do empreendedorismo
2- ( )	Preservação do património cultural
3- ( )	Consciencialização da população
4- ( )	Maior promoção e divulgação do destino
5- ( )	Aumento da qualidade de vida dos residentes
6- ( )	Tornar produto turístico da ilha/país
7- ( )	Aumento do desenvolvimento económico
8- ( )	Projeção do carnaval para a diáspora

**15. De um modo geral como classifica o evento realizado na ilha?**

- Muito Má ( ) Má ( ) Razoável ( ) Boa ( ) Muito Boa( )

Apêndice B – Tabelas correspondentes aos gráficos do inquérito

1. Caracterização da amostra

**sexo**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
masculino	45	45,0	45,0	45,0
Valid feminino	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**idade**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
menor 25	27	27,0	27,0	27,0
Valid 25 a 40	55	55,0	55,0	82,0
41 a 65	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**habilitações literárias**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ensino básico	8	8,0	8,0	8,0
Valid ensino secundário	36	36,0	36,0	44,0
ensino superior	56	56,0	56,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**nome da entidade**

	Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setores do turismo	74	74,0	72,0	72,0
Valid Promotores do carnaval	21	21,0	21,0	95,0
Entidades públicas e privadas	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

2. Caracterização do carnaval em São Vicente

**o carnaval mindelense pode ser considerada um elemento de desenvolvimento para a ilha**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sim	97	97,0	98,0	98,0
Valid não	2	2,0	2,0	100,0
Total	99	99,0	100,0	
Missing System	1	1,0		
Total	100	100,0		

**justificativa da pergunta 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid gera emprego direta e indiretamente	4	4,0	4,0	4,0
Valid ponto forte para o desenvolvimento cultural	14	14,0	14,1	18,2
Valid aumenta o fluxo turístico da ilha	30	30,0	30,3	48,5
Valid melhora a imagem da ilha internacionalmente	5	5,0	5,1	53,5
Valid movimentação económica em vários setores de atividade	30	30,0	30,3	83,8
Valid mais aderência dos emigrantes e nacionais	12	12,0	12,1	96,0
Valid é o maior show audio visual de Cv, precisa ser desenvolvido, profissionalizado e industrializado	2	2,0	2,0	98,0
Valid muito investimento por parte do governo e outras entidades	2	2,0	2,0	100,0
Total	99	99,0	100,0	
Missing System	1	1,0		
Total	100	100,0		

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**em que medida o carnaval pode contribuir para a ilha enquanto evento turístico**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valorização	14	14,0	14,0	14,0
promoção	17	17,0	17,0	31,0
dinamização	5	5,0	5,0	36,0
interbambio	4	4,0	4,0	40,0
Valid oportunidades	13	13,0	13,0	53,0
crescimento económico	29	29,0	29,0	82,0
todos	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**na sua opinião, em termos de infraestruturas a ilha tem condições para suportar o evento**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sim	62	62,0	62,0	62,0
não	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

**justificativa da resposta 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
a camara municipal tem investido nas infraestruturas para a melhorar a qualidade do carnaval	1	1,0	1,0	1,0
todas as infraestruturas básicas estão todas disponíveis	39	39,0	39,0	40,0
tem espaço suficiente	8	8,0	8,0	48,0
os meios de alojamento e restauração estão sempre lotados nessa época	15	15,0	15,0	63,0
com a evolução do carnaval as infraestruturas já não suportam a procura da festa	9	9,0	9,0	72,0
Valid há infraestruturas por serem melhoradas( mais opções de alojamento e transporte aéreo e marítimo	10	10,0	10,0	82,0
falta de espaço para a realização do evento	13	13,0	13,0	95,0
falta de construção de um sambódromo	3	3,0	3,0	98,0
fragilidade em termos de saúde e saneamento básico	1	1,0	1,0	99,0
as infraestruturas existentes devem estar ao patamar a que se pretende levar a atividade	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**que tipos de articulações deveriam prevalecer entre empresas públicas e privadas, operadores turísticos e promotores do carnaval**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
complementaridade	10	10,0	10,0	10,0
interajuda	10	10,0	10,0	20,0
cumplicidade	3	3,0	3,0	23,0
Valid interação	7	7,0	7,0	30,0
todos	70	70,0	70,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**na sua opinião, quem mais beneficia com o evento**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
grupos carnavalescos	6	6,0	6,0	6,0
camara municipal	11	11,0	11,0	17,0
empresas públicas e Valid privadas	10	10,0	10,0	27,0
população	1	1,0	1,0	28,0
todos	72	72,0	72,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### 3. Avaliação do carnaval em São Vicente

**o carnaval pode trazer criação de emprego para a ilha**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	8	8,0	8,0	8,0
discordo	14	14,0	14,0	22,0
Valid concordo	56	56,0	56,0	78,0
concordo completamente	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**o carnaval pode trazer aumento de rendimento para a ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	1	1,0	1,0	1,0
discordo	5	5,0	5,0	6,0
Valid concordo	66	66,0	66,0	72,0
concordo completamente	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer aparecimento de novas empresas para a ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	7	7,0	7,0	7,0
discordo	39	39,0	39,0	46,0
Valid concordo	41	41,0	41,0	87,0
concordo completamente	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer aumento do nível de preços dos bens e serviços para a ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	14	14,0	14,0	14,0
discordo	42	42,0	42,0	56,0
Valid concordo	34	34,0	34,0	90,0
concordo completamente	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer riqueza para a ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	1	1,0	1,0	1,0
discordo	19	19,0	19,0	20,0
Valid concordo	53	53,0	53,0	73,0
concordo completamente	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**o carnaval pode trazer melhorias as infraestruturas locais?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid discordo completamente	8	8,0	8,0	8,0
Valid discordo	30	30,0	30,0	38,0
Valid concordo	50	50,0	50,0	88,0
Valid concordo completamente	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer vivencia compartilhada para a ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid discordo completamente	3	3,0	3,0	3,0
Valid discordo	6	6,0	6,0	9,0
Valid concordo	59	59,0	59,0	68,0
Valid concordo completamente	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer aumento da participação da comunidade?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid discordo	2	2,0	2,0	2,0
Valid concordo	61	61,0	61,0	63,0
Valid concordo completamente	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer perda de conforto?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid discordo completamente	16	16,0	16,0	16,0
Valid discordo	62	62,0	62,0	78,0
Valid concordo	20	20,0	20,0	98,0
Valid concordo completamente	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**o carnaval pode trazer acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio para a ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	1	1,0	1,0	1,0
discordo	9	9,0	9,0	10,0
Valid concordo	62	62,0	62,0	72,0
concordo completamente	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer orgulho da comunidade?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	2	2,0	2,0	2,0
discordo	4	4,0	4,0	6,0
Valid concordo	61	61,0	61,0	67,0
concordo completamente	33	33,0	33,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**o carnaval pode trazer abuso de álcool e drogas?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
discordo completamente	4	4,0	4,0	4,0
discordo	11	11,0	11,0	15,0
Valid concordo	39	39,0	39,0	54,0
concordo completamente	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

**justificativa da pergunta9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
criação de mais grupos oficiais	18	18,0	18,0	18,0
desenvolver atividades carnavalescas nas periferias	8	8,0	8,0	26,0
criação de museu do carnaval	25	25,0	25,0	51,0
roteiros para turistas nos atelier/ estaleiros dos grupos	10	10,0	10,0	61,0
feiras com exposição de fotos, vídeos, livros sobre a historia do carnaval do mindelo	19	19,0	19,0	80,0
mais participação de grupos de animação	9	9,0	9,0	89,0
Intercambio entre cidades que desenvolvem o mesmo evento	1	1,0	1,0	90,0
formação para os artistas do carnaval	2	2,0	2,0	92,0
as atividades que poderiam ser criadas já estão em funcionamento	8	8,0	8,0	100,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**como avalia as condições oferecidas durante o evento – condições de**

**segurança**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
muito má	1	1,0	1,0	1,0
má	7	7,0	7,0	8,0
razoável	49	49,0	49,0	57,0
boa	41	41,0	41,0	98,0
muito boa	2	2,0	2,0	100,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**como avalia as condições oferecidas durante o evento – organização dos grupos**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
razoável	39	39,0	39,0	39,0
boa	51	51,0	51,0	90,0
muito boa	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**como avalia as condições oferecidas durante o evento – impacto visual**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
muito má	1	1,0	1,0	1,0
má	5	5,0	5,0	6,0
razoável	24	24,0	24,0	30,0
boa	38	38,0	38,0	68,0
muito boa	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**como avalia as condições oferecidas durante o evento – condições higienicas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
muito má	23	23,0	23,0	23,0
má	23	23,0	23,0	46,0
razoável	38	38,0	38,0	84,0
boa	15	15,0	15,0	99,0
muito boa	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**como avalia as condições oferecidas durante o evento – participação de pessoas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
má	1	1,0	1,0	1,0
razoável	15	15,0	15,0	16,0
Valid boa	37	37,0	37,0	53,0
muito boa	47	47,0	47,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**quais os principais aspetos que considera negativos no carnaval da ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nenhum aspeto negativo	30	30,0	30,0	30,0
Más condições higienicas	8	8,0	8,0	38,0
Excesso de consumo de bebidas alcoolicas	28	28,0	28,0	66,0
Falta de organização	19	19,0	19,0	85,0
Falta de espaço	5	5,0	5,0	90,0
Valid Implementação e valor cobrado das bancadas	4	4,0	4,0	94,0
Falta de sensibilização por parte da população	2	2,0	2,0	96,0
Desfile de crianças menores de 11 anos	1	1,0	1,0	97,0
Vandalismo	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Os eventos turísticos como fator de desenvolvimento socioeconómico na ilha de São Vicente: caso do carnaval**

---

**dos itens abaixo relacionados, marque até 2 opções que consideras como sendo os principais princípios na gestão do carnaval**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
singularidade e autenticidade	27	27,0	27,0	27,0
valorização	18	18,0	18,0	45,0
Valid organização	32	32,0	32,0	77,0
sustentabilidade	14	14,0	14,0	91,0
sensibilização	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**ao ser ver como avalia a disponibilidade da oferta turística á realização do evento?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
pouco diversificada	33	33,0	33,0	33,0
Valid diversificada	52	52,0	52,0	85,0
muito diversificada	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**de um modo geral como classifica o evento realizado na ilha?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
razoável	16	16,0	16,0	16,0
Valid boa	44	44,0	44,0	60,0
muito boa	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	