

# XI Congresso da APDR

## “O Papel das Universidades no Desenvolvimento das Regiões”

Faro, 16 – 18 Setembro de 2005

*Cadima Ribeiro, José*  
EEG e NIPE  
Universidade do Minho  
Campus de Gualtar  
4710 Braga - Portugal  
Fax: 351 253676375  
[jcadima@eeg.uminho.pt](mailto:jcadima@eeg.uminho.pt)

*Cruz Vareiro, Laurentina*  
IPCA- ESG  
Urb. Quinta da Formiga,  
Ed. Panorâmico II, Lote 3  
4750 Arcozelo – Portugal  
Fax: 351 253812461  
[lvareiro@ipca.pt](mailto:lvareiro@ipca.pt)

*Padin Fabeiro, Carmen*  
Dep. Economía Aplicada  
Universidad de Vigo  
Campus LagoasMarcosende  
s/n  
36200 Vigo- Spain  
[padin@uvigo.es](mailto:padin@uvigo.es)

*Pardellas de Blas, Xulio*  
Dep. Economía Aplicada  
Universidad de Vigo  
Campus Lagoas Marcosende  
s/n  
36200 Vigo- Spain  
[xulio@uvigo.es](mailto:xulio@uvigo.es)

### Título

*Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-  
Lima: um estudo de caso*

### Resumo

O turismo tem vindo a ganhar um espaço crescente nas propostas de desenvolvimento delineadas e implementadas com o fim de resolver a crise generalizada que afecta a maioria das áreas rurais, nomeadamente, as menos favorecidas.

Contudo, para constituir-se num instrumento de desenvolvimento destes territórios, o turismo precisa desconcentrar-se e diversificar-se, aproveitando o potencial das regiões e configurando produtos turísticos alternativos. Uma das actuações que vai neste sentido corresponde à celebração de eventos culturais que aumentem a atractividade de um lugar e captem mais turistas.

Apesar destes eventos estarem normalmente associados, numa primeira fase, a motivações culturais, artísticas ou educativas, importa conhecer as implicações que a nível turístico tem a sua celebração.

Constitui propósito desta comunicação avaliar o impacto do Festival de Música de Vilar de Mouros como atractivo turístico. Pretende-se, igualmente, verificar a forma como está a ser aproveitado para complementar e impulsionar outros produtos turísticos.

**Palavras-chave:** eventos culturais; desenvolvimento endógeno; turismo.

## Introdução

Tem sido colocado um interesse crescente no papel que o turismo pode desempenhar no desenvolvimento das áreas rurais, sendo apontado como o sector melhor colocado para prosseguir esse objectivo. No entanto, para constituir-se em instrumento de desenvolvimento, o turismo precisa desconcentrar-se e diversificar-se, aproveitando o potencial das regiões e configurando produtos turísticos alternativos.

Neste contexto, a celebração de eventos culturais pode desempenhar vários papéis importantes, que vão desde a atracção de turistas, à animação de atracções fixas, à dinamização de outras actividades até a elemento de suporte à criação de uma imagem do destino turístico.

Deste modo, a proliferação de eventos culturais, nomeadamente festivais, foi favorecida não só pelas tendências da procura de actividades culturais mas, também, pelo crescimento da oferta. Em todas as sociedades podemos encontrar festivais e outros eventos culturais, pois são vistos como factores de renovação e revitalização dos lugares e das regiões, não só a nível económico mas também a nível paisagístico, de preservação do património cultural e histórico. São eventos igualmente vistos como capazes de influenciar a imagem externa e interna de um território.

A celebração de eventos culturais constitui, portanto, uma estratégia efectiva de diversificação da oferta turística, de modo a captar novos segmentos da procura e/ou renovar o interesse de visitantes já habituais, justificando investimentos públicos e privados, quer na vertente turística quer na vertente cultural. Contudo, na sua génese nem sempre esteve a importância destes festivais como elemento de dinamização turística e respectivos impactes económicos. Para muitos festivais, o interesse maior residia em permitir à comunidade local assistir a actuações artísticas de elevada qualidade durante um curto período de tempo, uma vez que para muitas regiões seria impossível manter este tipo de espectáculos ao longo de todo o ano (Gratton e Taylor, 1995).

Apontado, nestes casos, como objectivo secundário, de forma a tornar o evento viável financeiramente, quer pela via do aumento do número de espectadores, quer pela captação de ajudas financeiras das entidades oficiais e dos patrocinadores, o turismo pode explicar todavia, nos anos mais recentes, o rápido crescimento no número de festivais, afastando os argumentos da educação, contemplação e integração cultural. Há hoje, claramente, a tentativa de explorar estes eventos em termos comerciais e turísticos

e de criar novos deliberadamente como atracções turísticas (Getz, 1991b), enquadrando-os em estratégias de desenvolvimento turístico mais alargadas.

Para o sucesso destas iniciativas revela-se fundamental a coordenação e colaboração entre os agentes envolvidos, quer públicos quer privados, sem esquecer o papel dos residentes do território em causa. A conciliação dos interesses de todos, bem como a sua participação activa em todo o processo é, sem dúvida, fundamental para a tradução da actividade turística em desenvolvimento local.

Nesta linha, uma questão importante e que será, também, objecto de análise na presente comunicação é a problemática da actuação dos agentes, públicos e privados, de um município que dispõe de um importante evento de animação turística e cultural, evento esse que, se não se integrar ou articular no conjunto da oferta turística do município, provoca mais efeitos negativos (por exemplo, congestionamento, saturação, necessidade de infra-estruturas, ...) do que positivos (isto é, benefícios que possam repercutir-se na qualidade de vida da população).

Partindo destas premissas, o presente trabalho estrutura-se da seguinte forma: num primeiro momento será dada atenção à relação entre eventos culturais e turismo, colocando a ênfase nos festivais; seguidamente, serão apresentados alguns aspectos teóricos relativos aos eventos culturais, como sejam a sua conceptualização, características e motivações, centrando-nos, depois, no papel que desempenham no desenvolvimento dos territórios, bem como nos benefícios e custos que aportam para residentes e turistas. A anteceder uma breve conclusão, como peça central, trata-se o caso em estudo, o Festival de Música de Vilar de Mouros, considerado o precursor dos festivais de Verão em Portugal.

## **1. O papel dos eventos culturais como atractivo turístico**

### ***1.1. Definições e motivações***

Dentro das actuações destinadas a incrementar a atracção turística de um território cabe destacar a especial importância atribuída à celebração de eventos culturais, como é o caso dos festivais, que têm sido vistos, crescentemente, como atracções turísticas únicas, capazes de influenciar a imagem de um destino.

De acordo com Getz (1991a; 1991b), estes eventos culturais não são mais do que um conjunto de actividades concentrado num curto período de tempo, com um programa pré-definido. De múltiplas temáticas e dimensões, o seu denominador comum reside no

seu carácter diferenciado e único relativamente à oferta turística permanente, o que os eleva acima do comum/quotidiano.

No caso concreto dos festivais, há, de facto, uma grande variedade de tipos, como refere Rolfe (citado em Gratton e Taylor, 1995, p.226), aquando da sua pesquisa sobre festivais britânicos: “Alguns festivais concentram-se apenas numa forma de arte. Outros incluem actividades em muitas formas de arte. Para além de quase todos os géneros de música, existem festivais de dança, drama, cinema, literatura, poesia, marionetas, etc. e um sem número de combinações inovadoras de formas de arte. De facto, a diversidade de festivais é tão grande que há muito de verdade num comentário de um membro da organização de um festival que refere que a única coisa que têm em comum é o título ‘festival’!”. Apesar desta diversidade, todos partilham uma característica comum: a intensidade da produção artística concentrada no tempo e delineada com objectivos bem definidos.

Associada à criação de muitos festivais está a possibilidade de proporcionar à comunidade local uma programação cultural de alto nível, ao longo de um curto período de tempo. As entidades locais (quer públicas quer privadas), conscientes da impossibilidade de manter espectáculos artísticos de alta qualidade ao longo de todo o ano, optam por concentrar essas iniciativas e actuações em determinados períodos, colocando à disposição dos cidadãos uma oferta cultural própria das grandes áreas metropolitanas (Getz, 1991a; García Hernández *et al.*, 2003; Gratton e Taylor, 1995). Neste âmbito, a população local constituía o seu público-alvo e a sua motivação era fundamentalmente cultural, artística ou educativa.

Contudo, nos tempos mais recentes, e mesmo no caso dos festivais tradicionais, sem orientações de perfil turístico, a sua programação realiza-se também atendendo à sua projecção extra-local, com o argumento de que constituem um bom instrumento de promoção e um factor de atracção de visitantes. Muitos dos festivais que surgiram nos últimos anos colocam uma maior ênfase na atracção de turistas, e alguns fazem parte de uma estratégia de desenvolvimento económico, baseada no turismo.

## **1.2. Implicações para o destino, residentes e turistas**

Os eventos culturais revelaram-se nos últimos tempos um “produto turístico” bastante dinâmico, quer do ponto de vista da procura, quer do da oferta. Entretanto, o conhecimento das reais implicações que a nível turístico tem a celebração destes eventos constitui, muitas vezes, uma incógnita. No entanto, no contexto do planeamento

dos destinos turísticos, os eventos culturais podem desempenhar vários papéis importantes (Getz, 1991a; André *et al.*, 2003; García Hernández *et al.*, 2003).

Em primeiro lugar, os eventos captam turistas e excursionistas, quer nacionais quer estrangeiros. A afluência turística “extra” que geram revela-se especialmente positiva quando os eventos têm lugar em época turística média ou baixa (pois favorecem a redução da sazonalidade) e quando implicam um aumento da estadia no destino. A essa luz, por forma a majorar os efeitos, é necessário desenvolver esforços no sentido de reduzir o peso dos excursionistas, que beneficiam, sobretudo, o sector da restauração local, procurando aumentar a presença dos turistas, de modo a estender os benefícios a toda a população local. Igualmente importantes para estes eventos são as audiências locais e regionais, pois têm o efeito de manter as pessoas, e o seu dinheiro em “casa”, em vez de viajarem para outras regiões ou países.

Em segundo lugar, os eventos ajudam a captar a atenção, a animar atracções e equipamentos fixos, estimulando a repetição de visitas. Deste modo, maximiza-se e racionaliza-se o uso dos espaços, com os consequentes benefícios financeiros mas, também, a nível de preservação e difusão do património artístico e cultural.

Finalmente, através da oferta de atracções e eventos culturais, os territórios começam a atrair não só turistas mas também investimentos. Com a realização destes eventos é natural que surja uma indústria turística complementar, adequada às características do produto oferecido, com a consequente geração de actividade e diversificação económica, incorporando também novos espaços que podem ser partilhados pelas empresas e cidadãos desse destino.

Fornecer a imagem correcta é um ponto essencial neste processo, pelo que o papel das entidades públicas é fundamental, através de elementos como a limpeza, a segurança, a boa sinalização, a adequada iluminação, os equipamentos urbanos - nomeadamente zonas de estacionamento e recepção dos visitantes - a conservação e preservação do património, entre muitos outros. Na opinião de Getz (1991a), os eventos funcionam, assim, como catalisadores da renovação e desenvolvimento urbanos.

Por outra parte, dada a atenção crescente colocada nos tão falados impactes negativos do turismo, particularmente do turismo de massas, advoga-se o desenvolvimento/a aposta num turismo “novo”, “soft”, “alternativo”, “social”, “gentil”, baseado na comunidade local e apostado num desenvolvimento sustentável. Segundo Getz (1991a), os eventos culturais, nomeadamente os festivais, podem ajudar a alcançar estes objectivos na medida em que: i) satisfaçam as necessidades locais de lazer, reduzindo o

desejo de procurar outros destinos; ii) mantenham tradições autênticas, o que pode ter o efeito de atrair turistas mais sensíveis aos recursos endógenos; iii) melhorem o relacionamento dos residentes com os turistas, ao facilitar o entendimento e uma maior troca de benefícios mútuos; iv) contribuam para a conservação do património natural, histórico e cultural; e, v) por último, encorajem o desenvolvimento organizacional local, a liderança e a cooperação entre todos os agentes envolvidos, crucial se se pretende um desenvolvimento turístico baseado na comunidade. Este derradeiro talvez seja mesmo o principal papel deste tipo de eventos.

Desta forma, para a concretização destes desideratos revela-se indispensável a conciliação entre os diversos agentes do território, públicos e privados, desde os que intervêm nas esferas cultural e turística aos próprios residentes no destino turístico.

Apesar dos benefícios acima mencionados decorrentes do desenvolvimento turístico dos territórios que apostam na celebração de eventos culturais, importa assinalar que se observam, igualmente, aspectos negativos ou factores limitadores. Estes não são, entretanto, muito diferentes do que acontece noutras modalidades turísticas.

Uma das principais limitações reside no facto da maioria dos eventos e festivais depender dos mercados locais e regionais, e estes se caracterizarem por visitas breves, pontuais e marcadamente sazonais (Getz, 1991a; André *et al.*, 2003). Em consequência, não se traduzem apenas em impactes económicos positivos para a população receptora. Esta enfrenta também situações incómodas, como o congestionamento e a sobreutilização de infra-estruturas, em momentos concentrados no tempo, no melhor dos casos.

Quer esta situação, quer o aumento da concorrência e o próprio esgotamento do ciclo de vida destes eventos (em resultado também da proliferação de iniciativas semelhantes), frustram muitas vezes as expectativas do sector turístico local (e de outras actividades económicas, em geral), que esperavam obter benefícios da organização continuada e do sucesso destes eventos na sua localidade ou cidade.

Outra preocupação reside nos problemas ambientais que este tipo de eventos podem provocar, como resultado, por exemplo, de se exceder a capacidade de carga, ou simplesmente devido à ausência de preocupação por parte dos turistas em preservar os recursos naturais e patrimoniais que encontram no destino.

De forma a rendibilizar os investimentos realizados, importa incorporar estes eventos (amiúde, muito concentrados no tempo) na oferta turística global do município/território em causa, de forma a gerar um produto integral que permita oferecer mais e melhores serviços ao turista, prolongando ou incentivando novas visitas em momentos distintos dos da sua realização, convertendo-os em veículo e motor da dinamização e diversificação económica local (Pardo, 2001).

## **2. Estudo de Caso: o Festival de Vilar de Mouros**

Na parte que se segue apresenta-se o Festival de Música de Vilar de Mouros, considerado o mais antigo e famoso festival português.

O festival, cuja génese remonta ao final dos anos 60, realiza-se com carácter regular (anual) e organização profissional desde 1996 (com um interregno de 3 anos, entre 1996 e 1999), na freguesia de Vilar de Mouros (nona freguesia do concelho de Caminha, em número de habitantes).

A informação aqui usada foi obtida de fontes secundárias, completadas com entrevistas realizadas ao presidente da Junta de Freguesia, habitantes da aldeia e membros da organização do festival.

Previamente à caracterização e análise do festival, realizar-se-á uma breve descrição dos aspectos demográficos, económicos, territoriais e turísticos do município em causa.

### **2.1. Vilar de Mouros e o seu concelho**

Conforme referenciado, Vilar de Mouros é umas das 20 freguesias do concelho de Caminha. De acordo com os dados do Recenseamento de 2001, este município residiam 16 897 habitantes (dos quais 820 em Vilar de Mouros), tendo-se constatado um acréscimo de população residente relativamente ao censo anterior. A sua população activa rondava os 7 mil habitantes, distribuídos pelos sectores terciário (59%), secundário (34%) e primário (7%).

Caminha é um concelho rico em termos ambientais e paisagísticos, possuindo variados e qualificados recursos naturais, patrimoniais e culturais, o que potenciou o crescimento do turismo, principalmente na época balnear. No entanto, durante todo o ano, por ocasião de festividades e aos fins-de-semana, são já muitas as pessoas que escolhem Caminha como destino e, também, como local para ter uma segunda residência.

A configuração geomorfológica é bastante variada, destacando-se as férteis margens dos rios Minho, Coura e Âncora, as encostas de Argela, Venade, Vilarelho e Cristelo e a

Serra D'Arga, cuja cota se aproxima dos 700 metros de altitude. Em quase todo o concelho, o clima é temperado e agradável, com forte influência do ar marítimo.

Por sua vez, Vilar de Mouros que conserva um ambiente rural, é, igualmente, rica em recursos naturais e patrimoniais. Desde logo importa destacar a ponte românica (classificada como monumento nacional), a azenha e o açude (também conhecida como levada ou primeira levada), nas margens do Rio Coura, bem como inúmeras igrejas, capelas, cruzeiros, alminhas, um púlpito do Senhor dos Passos e, até, um pequeno troço de calçada românica na margem sul do Rio Coura. A capela mais conhecida de Vilar de Mouros é, sem dúvida, a Capela de Santo Amaro, muito próxima da ponte, mesmo no centro do recinto onde se realiza o festival.

No que respeita aos dados demográficos de Vilar de Mouros, embora de 1991 para 2001 o número de habitantes praticamente não tenha sofrido alteração (passou de 812 para 820 habitantes), a procura como local de segunda habitação ou de “refúgio” temporário cresceu imenso, como indicia o aumento do número de edifícios de 358 para 458, neste período. Este facto justifica-se, provavelmente, como resultado da projecção nacional dada à aldeia pelos festivais de música.

## ***2.2. O festival enquadrado nos recursos e produtos turísticos de Caminha***

Na sequência da realização do inventário dos recursos e produtos do município, inicialmente centrado na documentação existente (folhetos, publicações) e nas páginas *web* da Câmara Municipal de Caminha e da Região de Turismo do Alto Minho (RTAM), e depois da revisão feita no local, chegámos aos seguintes resultados:

### **2.2.1. Categorias de recursos turísticos de Caminha**

Importa começar por realçar que, de entre os recursos endógenos de uma determinada região, existem alguns que possuem certos atributos que os tornam apetecíveis para a actividade turística, ou seja, possuem um maior ou menor grau de atracção. O que caracteriza este tipo de elementos, que designamos recursos turísticos, é a não intervenção, entendida como intervenção com fins turísticos.

**Quadro 1 – Recursos turísticos de Caminha**

Património Natural	Água	Oceano Atlântico	
		Estuário do Rio Minho	
		Rio Coura	
		Rio Âncora	
		Praias Marítimas: Moledo, Camarido, V.P.Âncora, Ínsua, Gelfa	
		Praias Fluviais: Seixas, Lanhelas, Foz Minho, Vilar de Mouros	
		Pias Gondar	
	Terra	Pinhal Camarido	
		Mata da Gelfa	
		Monte do Sino dos Mouros	
Serra d'Arga			
Património Histórico	Arqueológico	Dólmen da Barrosa – <b>MN</b>	
		Cidade de Âncora	
		Estação Arqueológica do Alto do Couto da Pena – <b>IIP</b>	
		Dólmen de Vile – <b>IIP</b>	
		Laje das Fogaças - <b>MN</b>	
	Arquitectónico Religioso	Igreja Matriz – <b>MN</b>	
Património Histórico (cont.)	Arquitectónico Religioso (cont.)	Igreja Misericórdia	
		Mosteiro de S. João d'Arga	
		Capela de S. Pedro de Varais – <b>IIP</b>	
	Arquitectónico Militar	Santuário da Sra. das Neves – <b>IIP</b>	
		Conjunto Fortificado – <b>IIP</b>	
		Forte de Ínsua – <b>MN</b>	
		Forte da Lagarteira – <b>IIP</b>	
		Forte do Cão ou Gelfa – <b>IIP</b>	
	Arquitectónico Civil	Torre do Relógio – <b>MN</b>	
		Chafariz – <b>MN</b>	
		Casa dos Pitas – <b>IIP</b>	
		Ponte Vilar de Mouros – <b>MN</b>	
		Ponte de Abadim – <b>IIP</b>	
	Património Etnográfico	Imaterial	Cobres Artísticos
			Bordados e Trabalhos em Linho
Confecção de Flores			
Carocho			
Pratos Típicos			
Festividades religiosas: Nossa Senhora da Bonança; Corpo de Deus; Santa Rita de Cássia; São João d'Arga			
Festival Vilar de Mouros			
Material		Cruzeiros (Senhor do Amparo, Laboradas <b>IIP</b> , Venade e Moledo)	
		Alminhas	
		Fonte Centenária - <b>IIP</b>	

Fonte: elaboração própria a partir de [www.rtam](http://www.rtam) e [www.cm-caminha.pt](http://www.cm-caminha.pt).

MN – Monumento Nacional

IIP – Imóvel de Interesse Público

Apesar de nem todos os recursos inventariados terem a mesma importância do ponto de vista turístico, variando sensivelmente em função da natureza do próprio recurso e segundo as suas características particulares (quanto à singularidade, disponibilidade, etc.), sendo necessário avaliá-los, a nossa análise restringiu-se neste âmbito à respectiva inventariação. De qualquer modo, o quadro acima indicia que o município possui uma razoável variedade de recursos turísticos, com especial relevo para os recursos naturais e arquitectónicos.

De facto, são as características naturais do concelho e, sobretudo, de Vilar de Mouros que na opinião das várias pessoas contactadas motivam, em grande medida, os promotores dos festivais.

Na análise da actividade turística, para além daquilo que se consideram os recursos primários, ou seja, os que são atracção turística em si mesmo (e que acabámos de expor), é necessário ter presente aqueles elementos que poderíamos definir como complementares. Estes, embora não possuam atractivo específico para a procura, actuam como suporte à exploração dos recursos primários, e ajudam a satisfazer a experiência turística.

Na secção seguinte serão analisados os elementos complementares.

### **2.2.2 Oferta complementar**

Apesar da oferta turística complementar de uma região ou localidade não ser, ou não poder ser, constituída somente pela oferta hoteleira, extra-hoteleira, estabelecimentos de turismo no espaço rural e restaurantes, mas sim por uma combinação de um pacote turístico o mais variado e da melhor qualidade possível, por forma a encorajar um número crescente de pessoas a despender mais tempo e mais dinheiro no território em causa, este trabalho vai centrar-se na análise destas componentes da oferta.

A informação que se segue é apresentada por freguesia.

**Quadro 2 – Estabelecimentos hoteleiros e extra-hoteleiros, de Caminha**

Freguesia	Hotel 4*		Hotel 3*		Albergaria		Pensão 2*		Pensão 3*		Aldeamento Turístico 3*		Parques Campismo		Total	
	Nº	C	Nº	C	Nº	C	Nº	C	Nº	C	Nº	C	Nº	C	Nº	C
Caminha	1	186							2	45					3	231
Cristelo											1	184	1	320	2	504
Seixas							1	60	1	30					2	90
V. Praia Âncora			1	104	1	56							2	740	4	900
Vilar de Mouros													1	300	1	300
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>186</b>	<b>1</b>	<b>104</b>	<b>1</b>	<b>56</b>	<b>1</b>	<b>60</b>	<b>3</b>	<b>75</b>	<b>1</b>	<b>184</b>	<b>4</b>	<b>1360</b>	<b>12</b>	<b>2025</b>

Fonte: elaboração própria a partir de [www.rtam.](http://www.rtam.)

**Quadro 3 – Estabelecimentos de Turismo no Espaço Rural (TER), de Caminha**

TER	TH		TR		HR		TOTAL	
	Nº	C	Nº	C	Nº	C	Nº	C
Caminha			1	6			1	6
Cristelo			1	4			1	4
Lanhelas			1	6	1	15	2	21
Moledo			1	4			1	4
Vila P. Âncora			1	8			1	8
Vilar de Mouros			1	5			1	5
Vilarelho	1	5	1	8			2	13
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>61</b>

Fonte: elaboração própria a partir de [www.rtam.](http://www.rtam.)

Segundo a RTAM, no final de 2004, Caminha dispunha de 8 estabelecimentos hoteleiros, 9 unidades de turismo no espaço rural [TER] (oferecendo 665 e 120 camas, respectivamente) e 4 parques de campismo (com capacidade para 1360 pessoas).

Importa destacar que existem 3 freguesias (do litoral) que concentram 77,6% dos estabelecimentos hoteleiros e de TER (Caminha – 31%; Cristelo – 24%; e V.P.Âncora 22,4%), sendo duas delas responsáveis, também, por 80% da capacidade dos parques de campismo.

Dispondo o município de Caminha, como já foi referido, de abundantes recursos naturais, não será de estranhar que 69% da capacidade de alojamento do concelho seja oferecida por parques de campismo e estabelecimentos de TER.

#### Quadro 4 – Restaurantes existentes no município de Caminha

Freguesia	Nº	Capacidade
Caminha	17	1450
Lanhelas	1	35
Moledo	4	270
Seixas	2	180
Vila Praia de Âncora	21	2100
Vilar de Mouros	1	100
Vilarelho	1	110
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>4245</b>

Fonte: elaboração própria a partir de [www.rtam](http://www.rtam) e [www.cm-caminha.pt](http://www.cm-caminha.pt).

Os restaurantes estão maioritariamente concentrados (81%) em duas freguesias – Caminha e Vila Praia de Âncora, em resultado da aposta no turismo de sol e praia.

No caso concreto de Vilar de Mouros, os equipamentos turísticos e de apoio resumem-se a um parque de campismo (construído especialmente para o festival de 1982), um estabelecimento de turismo no espaço rural (recentemente posto em funcionamento) e um restaurante, denotando que a grande aposta do mentor do festival (e seu organizador em 1965-68 e 1971), António Barge, nunca teve o impulso esperado (Zamith, 2003).

### **2.3. O festival**

#### **2.3.1. A história**

Podemos encontrar a génese do festival em 1965, quando um médico do concelho, António Barge, organizou um típico festival de folclore minhoto, com a designação que o evento ainda hoje mantém – I Festival de Vilar de Mouros (Zamith, 2003). Esta experiência repetiu-se nos anos seguintes, até 1968 (ano da projecção nacional do festival e da sua abertura a outros géneros musicais – desde música clássica até à música popular) e, ainda, em 1971, quando se realiza o, por muitos considerado, primeiro grande festival de música pop-rock do país – o “Woodstock” português.

De acordo com Zamith (2003), o objectivo do médico foi sempre projectar a aldeia em termos turísticos, dando a conhecer a sua beleza paisagística. Contudo, a falta de apoios e de patrocínios fez com que este responsável pela realização dos primeiros festivais acumulasse prejuízos, o que determinou a interrupção da realização dos mesmos.

De facto, durante vários anos o festival não se realizou, não existindo particulares interessados na sua organização, atendendo aos sucessivos fracassos financeiros. Em 1982 e 1985, o festival é retomado, primeiro com organização da Câmara Municipal de Caminha e, depois, da Junta de Freguesia de Vilar de Mouros que, também não tendo

conseguido reunir os apoios e patrocínios que viabilizassem financeiramente a realização do evento com maior regularidade, voltaram a “abandonar” o projecto.

Em 1996 o festival ressurgiu, a pretexto da comemoração dos 25 anos do festival de 1971, com uma organização profissional, a cargo de uma empresa de eventos que consegue um forte patrocínio, que permitia perspectivar reedições mais regulares. Contudo, mais uma vez, o festival tem um interregno de 3 anos, durante o qual a organização e a Junta de Freguesia procuraram resolver o problema da falta de espaço do recinto do festival, que na edição de 1996 se tinha revelado muito reduzido para a quantidade de pessoas que tinham conseguido atrair e que se pretendia continuar a atrair.

A partir de 1999, sempre com a mesma organização (agora, de duas empresas profissionais de organização de eventos), o festival passou a ter carácter anual, atraindo todos os anos milhares de pessoas a Vilar de Mouros e conseguindo resistir ao aparecimento de outros festivais de música idênticos, por todo o país (com os quais se pode comparar, já que, nos moldes actuais, o festival pouco tem que ver com as suas primeiras edições).

**Quadro 5 – Espectáculos e assistência média**

<b>Festival</b>	<b>Data</b>	<b>Nº Actuações</b>	<b>Assistência Média</b>
<b>1996</b>	9 a 11 de Agosto	21	15 000
<b>1999</b>	20 a 22 de Agosto	16	12 500
<b>2000</b>	14 a 16 de Julho	15	24 000
<b>2001</b>	13 a 15 de Julho	12	25 000
<b>2002</b>	12 a 14 de Julho	12	24 000
<b>2003</b>	18 a 20 de Julho	14	30 000
<b>2004</b>	17 a 18 de Julho	13	...*

Fonte: Organização do festival.

\*Dado não disponível na entidade contactada, em razão da mudança havida na organização do festival

### **2.3.2. O papel dos residentes**

Para que este tipo de eventos tenha um papel relevante em termos de desenvolvimento local é necessário que a população residente obtenha proveitos, mas sobretudo que participe activamente no processo (André *et al.*, 2003). De facto, na base do seu sucesso está a participação da população local, chamada a colaborar na organização dos eventos, a suportá-los através de trabalho voluntário e a considerá-los como acontecimentos locais (Getz, 1991b).

Na opinião do presidente da Junta de Freguesia de Vilar de Mouros, foi, claramente, o apoio dado pela população (ao nível da logística) ao responsável pelas primeiras edições do festival que tornou possível a sua realização.

Neste âmbito, o autarca sublinha uma clara mudança de atitude da população local. Assim, se nas primeiras edições a sua participação ocorria pelo respeito e consideração que esta tinha pelo responsável pela organização (António Barge), pois inicialmente poucas pessoas da aldeia viam com “bons olhos” este tipo de iniciativas, o que é um facto é que, com o decorrer do tempo, e reconhecendo os benefícios económicos que o festival trazia para a localidade, passaram a ter uma participação mais activa. Nuns casos, esta participação era voluntária, para poderem estar “por dentro” do festival. Noutros casos, esse envolvimento procurava tirar partido das necessidades de alojamento, alimentação e bebidas, que existe neste tipo de eventos.

Esta intervenção directa dos residentes, sobretudo quando há uma atenção especial para com os visitantes, é um factor indiscutivelmente importante de atracção turística, pois reforça a autenticidade e a identidade do local de realização do evento (André *et al.*, 2003).

No caso em estudo, de acordo com o autarca de Vilar de Mouros e com elementos da população local, este é um aspecto fundamental que leva as pessoas a repetirem a visita à aldeia, não só em sucessivos festivais, mas também convertendo-a em local de férias, ao longo do resto do ano. Uma prova disto mesmo é o crescimento do número de edifícios, já referenciado.

Com a profissionalização do evento, os organizadores do festival, apesar de verem o ambiente físico como um recurso, não têm essa percepção do papel da população local, tendo esta vindo a ser “afastada” do processo, por motivos claramente comerciais. De facto, o emprego temporário, apesar de envolver cerca de 500 elementos, conta com um reduzido número de locais. Também todas as actividades desenvolvidas pela população (com excepção do aluguer de terrenos) são realizadas sem qualquer coordenação com a organização ou demais entidades envolvidas.

### **2.3.3. O papel dos agentes públicos e privados**

Igualmente importantes para o sucesso destas iniciativas são as acções desenvolvidas pelos organismos públicos e privados envolvidos.

Desde logo cabe destacar o papel da Junta de Freguesia de Vilar de Mouros como elo de ligação entre a organização do festival e a população local, procurando explicar-lhe que

os inconvenientes decorrentes do festival (problemas de circulação dentro da aldeia, quebra da calma e da tranquilidade...) seriam compensados pelas vantagens que este tipo de eventos pode gerar (rendimentos suplementares do aluguer de terrenos para parques de campismo e de estacionamento, venda de produtos locais, exploração de pequenas barracas de “comes e bebes”, atracção de pessoas que regressem noutras situações, possibilidade de assistirem aos espectáculos...). Para além desta função, a Junta de Freguesia tem procurado proceder à valorização das margens do Rio Coura, através da sua limpeza e reflorestação, privilegiando as árvores autóctones, bem como pela via da instalação de alguns equipamentos (parque de merendas, sanitários públicos...), que servem quer a população local quer os visitantes, não só na altura dos festivais.

No que respeita à Câmara Municipal de Caminha, à excepção de um ano em que foi responsável pela organização do festival, o seu papel tem-se resumido aos apoios logísticos relacionados com questões como a iluminação, vedações, limpeza do recinto e parques de campismo.

Quanto aos agentes privados, tal como já referenciado, verifica-se uma falta de iniciativa e dinamismo, justificado pelo facto do festival não estar inserido numa estratégia turística global, segundo a opinião de um responsável pela organização.

Isto é, globalmente considerada, denota-se a falta de cooperação e coordenação entre os agentes envolvidos, necessária para permitir enquadrar o festival no conjunto dos atractivos turísticos do município. Essa coordenação viabilizaria, igualmente, oferecer mais e melhores serviços às pessoas que o festival atrai, rendibilizando assim as visitas recebidas.

Esta atitude conduz a que os participantes no festival centrem a sua atenção no mesmo, não percebendo o município e a região envolvente como destino turístico, e perdendo-se assim o potencial económico que representam as pessoas que o festival atrai.

#### **2.3.4. O perfil dos espectadores**

De acordo com a organização e com o autarca local, o festival de Vilar de Mouros recebe anualmente pessoas de todas as idades, apesar de predominarem os jovens. Entre os espectadores que assistem repetidamente aos festivais desde 1971, é possível encontrar pessoas dos 15 aos 50 ou mais anos.

São, sobretudo, oriundas da NUT II – Norte, embora nos últimos anos os organizadores, conscientes dos riscos da explosão festivais por todo o país (alguns deles nesta mesma

NUT II, por exemplo, Paredes de Coura e Ermal), tenham apostado na captação de público proveniente da vizinha Espanha, concretamente da Galiza.

De facto, a fidelização e a captação de novos públicos têm sido preocupações da organização, que, nesse sentido, realça os investimentos crescentes feitos nos meios de promoção do evento, pois, à medida que aumenta o raio de alcance das acções de difusão e comunicação, a probabilidade de captarem espectadores mais longínquos cresce, com as vantagens que daí podem decorrer para o próprio turismo da região. Um bom exemplo desta aposta é a página da *Internet* dedicada ao festival, onde, para além do programa e notícias do mesmo, é possível encontrar informação relativa aos festivais anteriores, informações úteis sobre como chegar, onde ficar,..., actividades complementares aos espectáculos, etc..

Para a grande projecção do festival também tem contribuído o interesse e a difusão mediática que este é capaz de suscitar, e que a organização reconhece ser uma mais valia.

Quanto a outras características dos frequentadores deste festival, realça-se que: i) a razão principal pela qual visitam Vilar de Mouros é o festival (não só os espectáculos mas toda a envolvente do mesmo); ii) cerca de 40% fazem-no em viatura própria, lotando os 22 parques de estacionamento disponibilizados pela organização; iii) a maioria pernoita recorrendo a formas de alojamento extra-hoteleiro (especialmente parques de campismo, quer os improvisados para a ocasião quer os convencionais).

## **2.4 Análise de forças e fraquezas**

Tendo sido apresentadas as principais características do festival, o passo seguinte consiste em determinar a sua posição competitiva/estratégica, enquanto possível elemento dinamizador do turismo da região. Para tal, recorreu-se a uma análise do tipo estratégico, onde se procurou sistematizar as forças e as oportunidades, bem como as dificuldades e ameaças em que incorre o festival Vilar de Mouros. Esta informação aparece sintetizada no quadro seguinte:

### Quadro 6 – Síntese de forças e fraquezas do festival

<b>Forças e Oportunidades</b>	<b>Debilidades e Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Festival consolidado, com história e tradição;</li><li>- Desenvolvimento de actividades diversificadas, complementares aos espectáculos;</li><li>- Audiências elevadas, muitas das quais regulares;</li><li>- Captação de novos públicos;</li><li>- Ampla promoção através da cobertura dos media e das novas tecnologias;</li><li>- Patrocinadores com interesses nacionais;</li><li>- Boa situação geográfica;</li><li>- Boas redes de comunicação e transportes;</li><li>- Importante envolvente natural.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ausência de definição do festival como produto turístico;</li><li>- Falta de apoio e promoção por parte dos organismos turísticos;</li><li>- Falta de iniciativa e dinamismo empresarial local;</li><li>- Falta de coordenação com atracções e serviços complementares no restante município e municípios vizinhos;</li><li>- Ausência de cooperação e coordenação entre agentes envolvidos;</li><li>- Deterioração do relacionamento da organização com a população local;</li><li>- Actividades complementares no âmbito do festival desenvolvidas por não-locais;</li><li>- Falta de entendimento político;</li><li>- Concorrência com outros festivais.</li></ul>

Fonte: elaboração própria.

## Conclusão

A proliferação de eventos culturais, nomeadamente festivais, foi favorecida não só pelo aumento da procura de actividades culturais mas, também, pelas estratégias efectivas de diversificação da oferta turística, de modo a captar novos segmentos da procura e/ou renovar o interesse de visitantes já habituais. Se a estes factores adicionarmos a atenção que os media concentram no local de realização dos eventos, mesmo por curtos períodos de tempo, encontramos justificação suficiente para o empenho dos agentes públicos e privados na realização dos mesmos e nas ofertas complementares.

Contudo, para que estes eventos se traduzam em desenvolvimento turístico e em desenvolvimento local, seria necessário uma gestão integrada do produto turístico, com todas as implicações daí decorrentes ao nível das ofertas complementares, envolvimento da população local, coordenação da acção entre agentes públicos e privados envolvidos, etc..

No caso objecto de estudo, o Festival de Música de Vilar de Mouros, estamos perante um importante evento por aquilo que ele representa em termos de animação turística e

cultural do local e do município em que se realiza. Pese isso, embora, não está integrado numa estratégia de oferta turística global da região, nem do próprio município. Esta ausência de integração e a incapacidade de oferecer mais e melhores serviços ao visitante, redundam em problemas de satisfação, com expressão na carência de infra-estruturas (uma vez que estas são escassas em Vilar de Mouros e não há coordenação com as áreas envolventes). Em razão disso, o público do festival tende a centrar a sua atenção no festival (embora não só nos espectáculos), não percebendo o município e região envolvente como destino turístico.

Nesse resultado, têm particular responsabilidade os agentes públicos (embora os privados não se possam colocar de fora) ao não serem capazes de perceber o festival como peça essencial de uma estratégia que aproveite o potencial económico decorrente do afluxo humano que o festival provoca. Dito de modo diferente, uma gestão planeada e levada a cabo de forma integrada beneficiaria não só o festival mas também o município e toda a região.

Adicionalmente, os agentes privados e, sobretudo, públicos não podem acomodar-se ao facto do festival ser reconhecido e existirem entidades interessadas na sua organização. Numa perspectiva de futuro, se pretendem que o Festival de Vilar de Mouros seja algo mais que um festival de música – e que perdure – será necessário que tenham um papel mais activo, articulando esforços e renovando-o.

## Referências Bibliográficas

- ANDRÉ, M. *et al.* (2003), “Turismo cultural: cuando el recurso cultural supera al destino turístico. El caso de Figueres”, comunicação apresentada no *XII International Leisure and Tourism Symposium*, 3 e 4 de Abril de 2003, ESADE – Fira de Barcelona.
- ALTÉS, C. (1995), *Marketing y turismo*, Madrid.
- CERRO, F. L. (1993), *Técnicas de evaluación del potencial turístico*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.
- CRUZ VAREIRO, L. e CADIMA RIBEIRO, J. (2005), “Sustainable use of endogenous touristic resources of rural areas: two portuguese case studies”, comunicação apresentada na *International Conference Theoretical Advances in Tourism Economics*, 18 a 19 de Março de 2005, Universidade de Évora.
- ELLIOT, J. (1997), *Tourism – politics and public sector management*, Routledge, New York.

- FACHÉ, W. (1997), “Short break holidays”, in *Tourism – the state of the art*, SEATON, A. (ed.), John Wiley & Sons, West Sussex.
- FAYOS-SOLA, E. e SANCHO PÉREZ, A. (1996), “Impactos globales del turismo en el desarrollo de las regiones: Estado de la cuestión”, in *Actas XX Congreso de Economía Regional*, AEER, 1996, Pamplona.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, M e CALLE VAQUERO, M. (2003), “La celebración de eventos culturales como factor de renovación de la oferta turística de las ciudades históricas”, comunicação apresentada no *VIII Congreso AECIT*, 2 a 4 de Outubro de 2003, Pontevedra.
- GETZ, D. (1991a), *Festivals special events ant tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- GETZ, D. (1991b), “Special events”, in *Managing tourism*, MEDLIK (ed.), Butterworth Heinemann, Oxford.
- GRATTON, C. e TAYLOR, P.D. (1995), “Impacts of festival events: a case-study of Edinburgh”, in *Tourism and spatial transformations – implications for policy and planning*, ASHWORTH e DIETVORST (ed.), CAB International, United Kingdom, London.
- HUGHES, H. L. (1987), “Culture as a tourist resource – a theoretical consideration”, in *Tourism Management* 8 (3), pp. 205-216.
- HUGHES, H. L. (1993), “The role of hallmark event tourism in urban regeneration”, in *Investments and financing in the tourism industry*, BLAR-ON e EVEN-ZAHAV (ed), Telavive.
- PARDELLAS, Xulio *et al.* (2000b), “La integración del turismo en proyectos municipales de desarrollo local: experiencias en Galicia”, in *Actas III Congreso de Turismo, Universidad y Empresa*, Castellón.
- PARDO, J. (2001), “Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectivas”, comunicação apresentada no *Curso - Modelos de gestión cultural: ciudad, patrimonio cultural y turismo*, Plan de formación de la Federación Española de Municipios y Provincias 2001, Olite y Bértiz, Pamplona.
- PEARCE, Philip (1991), “Analyzing tourist attractions”, in *The Journal of Tourism Studies* 2 (1).
- POLÈSE, M. (1998), *Economia regional e urbana – lógica espacial das transformações económicas*, Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional, Coimbra.

- RICHARDS, B. (1992), *How to market tourist attractions, festivals and special events*, Longman, London.
- VERA, F. [coord] (1997), *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.
- WANHILL, S. (2005), “A night at the Opera Festival: the economics of opera”, comunicação apresentada na *International Conference Theoretical Advances in Tourism Economics*, 18 a 19 de Março de 2005, Universidade de Évora.
- ZAMITH, F. (2003), *Vilar de Mouros – 35 anos de festivais*, Edições Afrontamento, Porto.

Sítios na *internet*:

- [www.cm-caminha.pt](http://www.cm-caminha.pt)
- [www.rtam.pt](http://www.rtam.pt)