

Is the most Portuguese carnival a good bet?
Analysis of economic impact of the carnival of Torres Vedras 2013

Francisco Teixeira Pinto Dias

Dulcineia Basílio Ramos

Rui Alberto de Feitas Martins

Polytechnic Institute of Leiria, Portugal

E-mails: francisco.dias@ipleiria.pt / dulcineia.ramos@ipleiria.pt / rui.martins@ipleiria.pt

ABSTRACT

Nowadays, mainly in the countries suffering of chronic state budget deficit, the financing of cultural events is becoming a polemic issue. The municipalities that give financial support to annual events in the fields of culture or sport need to demonstrate that such subventions produce direct and indirect economic positive impacts for the community, attracting more visitors and increasing the consumption of products purchased in the local commerce. In this study, we present the methodology and the results of a study of the economic impact of the Carnival of Torres Vedras 2013, known in the country as the most Portuguese carnival among all Portuguese carnivals. The surveys were made: a street survey was addressed to the public of the event (with a sample of 1865 valid questionnaires); a specific survey addressed to the actors participating in the organized parade of Carnival (n = 484) and another specific survey to owners and administrators of shops and other commercial enterprises (n = 168). The data of these three surveys was interpreted on the basis of three different forecasting models, adopting for each one a set of basic assumptions. Interpreting the results according to these models, the global economic impact of the Carnival of Torres Vedras 2013 was in the interval ranging from 8 millions to 9.5 millions euros, which corresponds to a financial impact 2.5 times higher than was supposed by the Municipality.

Keywords: economic impact, Carnival, Torres Vedras, forecasting models.

Será o Carnaval mais português de Portugal uma boa aposta?
Análise do impacto económico do Carnaval de Torres Vedras 2013

Francisco Teixeira Pinto Dias

Dulcineia Basílio Ramos

Rui Alberto de Feitas Martins

Instituto Politécnico de Leiria, Portugal

E-mails: francisco.dias@ipleiria.pt / dulcineia.ramos@ipleiria.pt / rui.martins@ipleiria.pt

RESUMO

Atualmente, principalmente nos países que apresentam de um défice orçamental crónico, o financiamento de eventos culturais tem-se tornado um assunto polémico. Os municípios que concedem financiamento a eventos anuais, tanto no domínio da cultura como do desporto, sentem-se na obrigação de demonstrar que tais subvenções produzem impactos económicos positivos, diretos e indiretos, para as comunidades que representam, pela via da atração de um maior número de visitantes e do aumento das vendas no comércio local. No presente estudo, apresentamos a metodologia e os resultados de um estudo sobre o impacto económico do Carnaval de Torres Vedras 2013, conhecido como o carnaval mais português de Portugal. O estudo incluiu três inquéritos: um inquérito de rua ao público do evento, baseado numa amostra de 1865 questionários válidos; um inquérito especificamente dirigido aos participantes/figurantes (n = 484) e um outro inquérito específico a administradores e sócios-gerentes das empresas comerciais do concelho (n = 168). Os dados desses três inquéritos foram interpretados com base em três modelos de previsão, baseados em pressupostos diferentes. Interpretando os resultados com base nesses modelos, foi possível concluir que o impacto económico do Carnaval de Torres Vedras 2013 se situa dentro do intervalo de 8 a 9.5 milhões de euros, o que corresponde a um impacto financeiro 2.5 superior àquele que era previamente suposto pelo representantes do município.

Palavras-chave: Impacto económico, Carnaval, Torres Vedras, modelos de previsão.

INTRODUÇÃO

O Carnaval de Torres Vedras é o mais “Português de Portugal”, *“sem exagero, nem bairrista, dos maiores, senão o maior, que se realiza em Portugal.”* Tal como proferia a Gazeta de Torres Vedras de 19 de Fevereiro de 1933 (Reis, 2001), data oficialmente dos anos 20, contudo já em 1574, no reinado D. Sebastião, surgem referências ao Entrudo torriense, num documento em que um habitante se queixaria dos excessos de uma brincadeira (Matos, 2007).

Na verdade, o Carnaval de Torres Vedras confunde-se com a história política e económica de Portugal. Foram várias as vicissitudes que colocaram entraves à realização do carnaval, especialmente dos designados “corsos” ou desfiles. Contudo, a perseverança do povo torriense nunca permitiu que as comemorações fossem canceladas, especialmente os animados bailes de carnaval, realizados em vários clubes ou sedes associativas locais. Estes chegaram muitas vezes a ser realizados sem qualquer tipo de promoção, quase que de forma secreta, de modo a “fugir” aos olhares ou censuras das autoridades, como por exemplo, durante a II Guerra Mundial ou em outros períodos da conturbada História nacional.

A evolução do evento e os seus principais impactos na população fizeram-se sentir especialmente a partir da década de 80 do século XX, quando se tornaram num fator de alavancagem para a região, suportada numa simbologia especial para a comunidade local e para a região *“(…) uma alavanca de promoção da sua imagem, ou de atração turística ou, ainda, como fator de economia local.”* (Ralha, 2006).

O presente estudo inclui duas partes: na primeira serão identificados os principais acontecimentos históricos que marcam a evolução do carnaval torriense, com o objetivo de evidenciar as várias fases evolutivas do evento, até à atual fase de gestão municipal; na segunda parte serão evidenciados os resultados de um estudo realizado com o objetivo de determinar o impacto económico do evento.

Enquadramento

Vários autores analisam a temática do Carnaval, adotando diferentes abordagens. É o caso de Aspra de Matos, que em várias publicações dissecou de forma metódica a evolução deste evento local, em estreita articulação com os acontecimentos nacionais e europeus; Célia Reis e Paulo Raposo (ambos com artigos integrantes na publicação *Turres Veteras III – Actas de História Contemporânea*); João António Salvado e Jorge Ralha com publicação de artigos reunidos no livro *História das Festas*, sob coordenação de Carlos Guardado da Silva e, por fim,

Jaime Umbelino, outro torriense, que reúne em obra os Discursos e Testamentos do Entrudo desde 1937 a 1995, além de destacar com “Flagrantes” algumas das peripécias do Carnaval, permitindo que não caiam no esquecimento pessoas típicas da antiga vila torriense.

Com o apoio destes autores elucidaremos a importância que o estudo deste evento representa, levando-nos conhecer a evolução do fenómeno e dando-nos a perceber:

- i. Quais os costumes da população; a participação das associações e das bandas de música e da própria etnografia. O Carnaval em Torres Vedras nasce nas classes burguesas passando depois para um festejo com características mais populares e comum a todas as classes.
- ii. Quais as empresas locais que foram surgindo e o envolvimento destas com o carnaval. Na década de 30 surgem os primeiros carros de carnaval, muito rudimentares inicialmente, que abrilhantavam os desfiles. Estes carros ou pertenceriam a famílias torrienses, como os *Antolin*, ou a empresas locais, que aproveitariam o carnaval para fazerem promoção aos seus estabelecimentos;
- iii. Quais os acontecimentos políticos que marcam continuamente a sátira carnavalesca;
- iv. De que forma evoluiu o lazer. Através, por exemplo, da análise de programas e da alteração/aumento dos dias de animação e até da evolução da própria promoção;
- v. A evolução da própria organização do carnaval, que passará de uma forma popular, para a associativa e mais tarde para uma empresarial. Característica que se fundamenta no estudo dos orçamentos, da participação camarária e da programação.
- vi. A avaliação do impacto económico deste evento massivo para a região.

Deste modo, e de acordo com Matos (2001), tomar-se-á como linha condutora os seguintes períodos evolutivos:

- a) As origens: contemplando o período de 1922/23 a 1926 onde surge a invenção do carnaval torriense e o período de 1930 – 40, onde se avalia o surgimento de uma dinâmica organizativa e a evolução da propaganda.
- b) A afirmação do Carnaval torriense - temas e factos marcantes: retratando a afirmação do evento decorrentes entre 1946 (Pós-Guerra) e 1974 (25 de Abril);
- c) Transformação do Carnaval de Torres como fenómeno de massas: analisando as décadas de 80 e 90 e por fim a fase atual com um evento organizado e consistente, nos anos 2000, incluindo o estudo de impacte económico realizado.

1) As origens

Ao longo da evolução humana os calendários foram sofrendo alterações conforme a civilização a que pertenciam, deste modo será possível considerar que o tempo social não é contínuo e igual em todas as sociedades. Contudo, de uma forma bastante homogênea, os períodos de festa são intercalados com períodos rotineiros das ocupações do dia-a-dia.

Nas civilizações ocidentais, o Carnaval é provavelmente uma das festas mais espontâneas e comuns. O Carnaval aglomera as suas origens em várias festas realizadas antes da chegada da primavera, onde se comemora o rejuvenescimento da terra numa ótica de ligação aos ritmos agrários.

Esta festividade surge provavelmente mais afincadamente no império romano associada a crenças de regresso temporário dos mortos e de fecundidade, que seriam celebradas nos bacanais, bem regados de néctar, concedido pelo deus Baco. Na Roma antiga eram celebradas a dezasseis de janeiro e acabaria segundo o calendário do império por durar sete dias, sendo concedidas licenças que encerravam por exemplo as escolas e os tribunais e sendo permitidos alguns distúrbios pouco comuns. Autores referem mesmo a inversão das classes, entre senhores e escravos, de uma sociedade tão estratificada como a romana (Chevalier & Gheerbrant, 1983).

Ao longo de décadas, estes acontecimentos, foram sendo cristianizados na tentativa de moralizar e controlar a *“festa da carne”*. Assim emergem os ciclos cerimoniais de índole religiosa: o Carnaval-Quaresma no fim do Inverno, a Páscoa no início da Primavera, o S. João no solstício do Verão, o meio-Agosto com a aproximação do Outono e os Doze Dias, do Natal aos Reis, na entrada do Inverno.

Etimologicamente, o “Carnaval” poderá ter várias origens. Uma das hipóteses transfere-nos para os festejos de Isis. Esta personagem mítica encerrava em si os segredos da fecundidade, da morte e da ressurreição. Celebrava-se a deusa Isis lançando ao mar o *“carrus navalis”* (carro naval), uma barça que seria abençoada em cerimonial e que transportava diversas oferendas na esperança de atrair uma primavera proveitosa em termos agrícolas. Outra das abordagens, sobre a qual recai algum consenso apontando para a palavra *“Carnisvalerium: Carnis, de carne, valerium, de adeus, ou seja, apontaria o “adeus à carne” em função da quadra seguinte, a Quaresma, onde este ingrediente não é permitido na alimentação dos cristãos. Já a palavra Entrudo possui a significância de “dar entrada, começo, ou anunciar a aproximação da quadra quaresmal”* (Elíade, 1957).

Em Portugal, encontram-se as primeiras referências ao Entrudo em 1252, no reinado de D. Afonso III onde as festividades surgem num documento de celebração do calendário religioso e

não civil. A primeira referência ao Carnaval de Torres Vedras surge no reinado de D. Sebastião. No ano de 1862 na Igreja de S. Pedro realiza-se o jubileu de quarenta horas, no período dos três dias de Carnaval, contudo assemelha-se mais a uma celebração religiosa do que propriamente carnavalesca (Coelho, 1993). As primeiras notícias na imprensa local, surgem em Fevereiro de 1885, em “O Jornal de Torres Vedras”, fazendo menção a uma comemoração pobre e sem grande comédia.

Durante vários anos o Carnaval de Torres limitou-se a celebrações realizadas em casas particulares e a bailes em coletividades, sem animação de rua, com a exceção de algumas pessoas que se faziam passear em carruagens ornamentadas (Matos, 2007).

Efetivamente, até à década de 20 do século passado, o carnaval manifestava-se apenas: “(...) em dispersas, variadas e espontâneas atividades: enfarinhar o cabelo das raparigas; atirar saquinhos de grainha, tremço seco e farinha; «assaltos» em grupo a casas particulares; alguns grupos de rapazes percorrendo as ruas em trens abertos, carroças e galeras (de tração animal); umas burricadas e as visitas a coletividades locais” (J.D.F. citado por Matos, 2007).

A República primogénita de 1910 foi crucial para o desenvolvimento do Carnaval de Torres Vedras, em 1912, as coletividades torrienses Grémio, Casino, “Salão- Avenida Animatographo” e a “novata” Tuna (Reis, 2001) desenvolveram exaustivos programas, dotando o evento de uma animação nunca antes presenciada. Emerge efetivamente neste âmbito a primeira “comissão” que gere algumas das atividades, inclusivamente a solicitação nas ruas de donativos que seriam distribuídos à população menos favorecida na terça-feira. Este peditório terá sido acompanhado por uma banda filarmónica.

É atribuída à década de 20, o verdadeiro despoletar do Carnaval Torriense, devido essencialmente ao facto de se ter formado a primeira Comissão Oficial para a organização das animações de rua, surgindo a “corte real” com o Rei e Rainha e mais algumas personagens que se confundiam não só com os “Fidalgos”, mas também com os “Ministros e Matrafonas” (grupos que ainda hoje acompanham o cortejo Real). Contudo, em 1920, devido aos efeitos do *terminus* da I Guerra Mundial, o Carnaval foi circunscrito aos salões de baile.

Uma das figuras mais especiais do Carnaval Torriense, e que o faz divergir dos muitos outros existentes à época e na atualidade, surge em 1924: a primeira Rainha. Esta chega de comboio acompanhada do seu Rei (D. Carnaval II) e dos respetivos ministros e embaixadores (Reis, 2001). Ainda hoje esta personagem é encarnada por um Homem. Isto é, o casal de reis acaba por ser formado por dois elementos do sexo masculino. Este é um dos elementos mais caracterizadores da autenticidade e tipicidade destes festejos. Embora à época os afazeres reais não fossem muitos, nos dias de hoje a agenda Real é muito preenchida. São eles, os principais

representantes do Carnaval Torriense, tendo de responder a várias solicitações promocionais e sociais, estando não só presentes nos desfiles, mas durante o dia e noite em vários locais de animação, visitando também, por exemplo diversos Lares e Creches, em dias anteriores.

Retomando os anos 20, outras das figuras proeminentes do evento data de 1926: as famosas Matrafonas. Estas personagens sucedem do hábito de alguns homens das aldeias do concelho utilizarem roupas de mulheres para se mascararem, já que a disponibilidade monetária para comprar enfeites era reduzida (Matos, 2007). Contudo, com o aparecimento da personagem da Rainha, esta caracterização desmistificou-se.

O expoente atingido com o Carnaval dos anos 30 trouxe novas necessidades: a urgência de uma organização permanente, a carência de uma animação cada vez mais completa e abrangente a vários dias, o crescente número de viaturas nos desfiles e o aumento exponencial de forasteiros e figurantes. Reis (2001) destaca que em 1936 muitos dos torrienses lamentavam o facto de a animação em geral terminar por volta das 19 horas, fazendo com que a maioria dos visitantes que assistiam aos cursos partissem devido ao facto de as coletividades não suportarem mais do que os foliões locais e concelhios. Desta forma surge a carência de espaços alternativos de folia, dando-se primazia à sala dos Bombeiros Voluntários de Torres Vedras, que logo nesse ano angariariam fundos monetários para material.

No ano de 1933, dá-se a projeção nacional do Carnaval através de uma campanha de propaganda em diversos órgãos de imprensa nacional e da colaboração financeira da câmara municipal, possibilitando a realização do desfile em dois dias consecutivos pela primeira vez, mais propriamente na segunda e terça-feira. *“A batalha das flores repetiu-se, pela primeira vez, na Terça-feira.”* (Reis, 2001). A bilheteira contabilizou um total de 8.500\$00 e a presença de 20 mil pessoas (Matos, 2001). As imagens da folia torriense eram disseminadas em filmes exibidos em Lisboa, mais propriamente no teatro S. Luís (Raposo, 2001).

Os anos 40, além da censura e da proibição de determinadas atividades carnavalescas na sequência da formação do Estado Novo, abate-se sobre a Europa a II Guerra Mundial (1939 – 1945) impondo uma nova suspensão da folia e encerrando um dos períodos mais gloriosos do Carnaval.

2) A afirmação do Carnaval torriense - temas e factos marcantes

Nas décadas de 40 e 50, existem várias tentativas para ressuscitar o Carnaval, especialmente por parte das principais coletividades da época, a saber: Tuna, Grémio, Operário, Casino e Sporting Club de Torres. Em algumas destas existiam até festejos “secretos”, onde o acesso não

era fácil, especialmente até 1942, com a proibição imposta aos festejos Carnavalescos devido à Grande Guerra.

Destaca-se, em 1951, um acontecimento único: a “Festa da Primavera”. As condições atmosféricas não permitiram a realização do corso, a organização propôs a realização no Domingo Pascoal, de um evento como forma de minimizar os danos monetários. Assim surgiram pela única vez os “Príncipes da Primavera” (Matos, 2007) que substituíam os reis do Carnaval.

A década de 60 imprimiu um resplandecer ao Carnaval, após uma famosa reunião realizada no Teatro-Cine em 1959 (Raposo, 2001), convocada por uma série de “Amigos do Carnaval”, onde foram apresentadas várias peças cinematográficas, por forma a invocar o espírito da década dourada de 30.

Segundo Matos (2007), chegaram à estação os “Zés Pereiras” logo no sábado, que acompanharam musicalmente todas os desfiles (não invalidando a presença das bandas filarmónicas ou grupos musicais locais), habitualmente (e ainda hoje) junto dos famosos cabeçudos e gigantones; no Domingo chegaram de manhã em grande cortejo real os Reis. Fixou-se nesta década a repetição dos cursos de Domingo e terça-feira.

Entre 1963-64 dá-se a única interrupção do Carnaval de rua até 1974. Apenas existiu uma interrupção no carnaval de rua imposta pelas autoridades devido ao despoletar da Guerra Colonial. Contudo, esta interrupção levou à discussão pública da questão da responsabilização pela organização do evento.

O Carnaval cresce consideravelmente nos anos 60 e nos 4 primeiros anos de 70. Surge, por exemplo, o primeiro concurso público para desenhos de carros alegóricos, de modo a enriquecer o desfile em termos artísticos. As preparações para o evento eram publicadas em jornais e rádios e na emergente comunicação televisiva, despoletando assim a curiosidade e promovendo os futuros bailes e cursos.

Em 1971, surgem formas de promoção peculiares com a realização do primeiro passeio “auto-trapalhão” (Raposo, 2001), no qual eram percorridos os concelhos limítrofes à capital, em carros enfeitados, transportando mascarados. E, em 1972, com a produção do primeiro concurso de fotografia do Carnaval.¹

Uma estrutura organizativa revela-se essencial para poder acolher em segurança e com a maior qualidade possível os visitantes que tanto apreciavam o carnaval. Destaca-se também neste período uma certa politização do carnaval; isto é, a disputa entre quem deveria presidir/coordenar a comissão, existindo assim uma permeabilidade aos jogos de poder local

¹ Erradamente comemorando o 50º aniversário do Carnaval (Matos, 2007 & Raposo, 2001)

entre este ou aquele grupo ou entre diversas personalidades. Apesar disso, a partir de 1965 surge uma congregação de esforços de diversos grupos profissionais da época, os industriais e comerciais, sob a liderança da “Associação Desportiva Física”. A estratificação social na folia dissipa-se finalmente.

O período revolucionário do 25 de Abril haveria de interromper os festejos durante dois anos. Paradoxalmente, com a possibilidade de comemoração plenamente livre de um carnaval de rua sem condicionamentos de expressão, este não seria realizado.

Em 1984, a maior cheia do Rio Sizandro provoca enormes danos em Torres Vedras, não se realizando o Carnaval em 1985. Tem assim início uma fase mais recente do evento, que viria a assumir feições de evento com características bem definidas, organizado, permanecendo fiel a muitas das tradições anteriormente mencionadas nesta sùmula cronológica, mas com uma nova roupagem.

3) Transformação do Carnaval de Torres como fenómeno de massas

O Carnaval de Torres constitui-se como um fenómeno de massas na perspectiva de Horkheimer & Adorno (1978) e Lima (2008), uma vez que possibilita não só a organização em grupos (por exemplo, grupos de figurinos e coletividades), mas também pelo facto de a própria comunidade torriense viver na sua maioria e com muita antecipação este evento, unindo-se em seu torno; e como anteriormente mencionado, pela dissipação que provocou dos estratos sociais, tendo evoluído de um carnaval burguês para um mais popular e unificador das várias classes. Sobre outro ponto de vista, esta massificação é um corolário da evolução crescente do evento, dos participantes e dos públicos, mas também da visibilidade atingida nos *media*, como veremos em seguida.

Nos finais da década de 80, o Carnaval passou a ser considerado não só na perspectiva de herança cultural, mas também como fator estratégico do desenvolvimento económico, passando a integrar uma importante componente promocional de Torres Vedras e da região Oeste.

A gestão municipal do Carnaval passa a acontecer de forma definitiva em 1985, trazendo consigo um carácter mais profissionalizado. Com base num modelo centralizado num só organismo, o pelouro do Turismo e da Cultura, o evento assume uma estratégia e um rumo.

Na verdade, a alteração do modelo de gestão de uma série de eventos tradicionais (inicialmente organizados por comissões, com membros pertencentes às associações/coletividades locais ou até mesmo a ordens religiosas, para uma administração municipal) não é caso exclusivo em Torres Vedras. Existem diversos casos noutros contextos, descritos na literatura (Watt, 2004; Britto & Fontes, 2002; Matias, 2004; Pedro *et al.*, 2005). Segundo estes autores, esta situação

emerge essencialmente do facto de os eventos atingirem grandes proporções, impondo a necessidade de uma organização “empresarial”. No fundo, o objetivo essencial será também fazer com que o evento adote uma gestão financeira que garanta a sua sustentabilidade. Obviamente, isso nem sempre acontece; mas muitas vezes os impactos diretos do evento fazem com que o investimento valha a pena. No caso do Carnaval de Torres Vedras foi posteriormente criada, na década de 90, a Promotorres, empresa municipal que, entre outras funções, passou a ter a responsabilidade de gerir o evento.

Neste processo “empresarial” de gestão de eventos, não devem ser colocadas à margem todos os intervenientes até aqui implicados, já que são estes os conhecedores mais profundos das características tradicionalistas da atuação. Assim, a ação camarária recorre a uma série de personalidades que integram a “comissão central” do carnaval.

A profissionalização do Carnaval poderia trazer uma redução da “carolice”, do abandono das personagens tradicionais e da paixão que move os foliões, transpondo-os para a posição de espetador em detrimento do “ativo criador” (Raposo, 2001). Felizmente, esta organização profissionalizada, “(...) *porém sem colidir com a essência participada e espontânea da festa*” (Ralha, 2006), leva a cabo diversos eventos que permitirão dar continuidade ao folião. Refira-se por exemplo o Corso Escolar (realizado nas sextas-feiras de carnaval de manhã de forma constante desde 1997 (Ralha, 2006) ou o Corso “Trapalhão”, em que se privilegiam as matrafonas e as personagens atípicas mais ou menos cómicas que habitualmente se fazem deslocar de veículos improvisados de todo o tipo.

O impacto televisivo deste fenómeno massificado é estrondoso. Desde o início da década de 90 que o Carnaval “mais Português de Portugal” tem presença assídua na televisão. Um dos factos inéditos surge na emissão em direto de 1989 (Matos, 2007), tendo representado um facto original para a época. O facto de se atribuírem temas ao Carnaval que habitualmente se encontram em consonância com acontecimentos mediáticos nacionais e internacionais, permite mediatizar o ritual do corso para a esfera da política nacional e internacional (Raposo, 2001). Por exemplo, em 1992, sendo a temática “Os Jogos Olímpicos”, a TVE antecipou o acontecimento em Barcelona, fazendo deslocar uma equipa a Torres Vedras.

Os estudos de *media* realizados nos últimos anos mostram que os resultados têm sido bastante positivos, representando milhões de euros em benefícios indiretos. Além das diversas “peças jornalísticas” que na época festiva integram os telejornais, nos últimos anos a transmissão dos “desfiles” em direto são uma constante.

Refira-se a importância artística de diversos criadores, artistas, escultores, pintores, serralheiros que colaboram na conceção e produção dos carros alegóricos e dos monumentos ao carnaval

“(…)o terreno estético palmilhado é bem distinto do modelo teatralizado, “revisteiro” e figurativo dos primeiros anos, e assume-se com fortes traços cartoonistas ou de caricatura humorística” (Raposo,2001). Surgem em Torres Vedras duas empresas: a Gulliver e a Vértice, que encabeçam estes processos fazendo atestar a importância económica através de um efeito multiplicador. Deverá referir-se também as costureiras e todos os amadores que num instante aprendem a costurar ou a pintar para que possa reinar a folia.

A evolução da programação e uma organização participada permitem também avaliar o crescimento do evento. A organização participada assenta em três pilares essenciais, segundo Jorge Ralha (2006):

- i. A Comissão do Carnaval, que perde um pouco a sua composição associativa dos primórdios, deu origem à “Real Confraria do Carnaval de Torres”, surgida em 2006 e tendo como um dos primordiais objetivos a salvaguarda das tradições carnavalescas;
- ii. A Câmara Municipal, que desde a década de 80 assume um papel preponderante na organização, participando no orçamento disponível e gerindo os contatos com a comunicação social;
- iii. A Promotorres, empresa municipal que tutela a produção e a gestão financeira.

Desde a década de 60 que a programação do carnaval se caracterizava pela chegada dos Zés Pereiras na sexta-feira, prosseguiam-se os festejos com os desfiles de domingo e terça-feira e, na quarta de “cinzas”, o Entrudo. A massificação do fenómeno fez ponderar um alargamento do programa.

Destacamos na programação a realização, desde 1997, do Curso Escolar, elemento relevante para a continuidade dos festejos. Em 1995, a chegada dos reis passaria a ser realizada na sexta-feira à noite, sendo entregue a estes as “chaves da cidade”, instalando-se a folia. Neste mesmo ano surgem também pela primeira vez o curso noturno de sábado e o Carnaval de Verão em Santa Cruz, onde num único dia se associa carnaval praia e música até de madrugada. De notar a importância da introdução do Carnaval de Verão, no destino de praia do concelho, numa lógica de promoção turística.

O Curso Tradição que teria como principais figurantes a população sénior do concelho realizou-se durante quatro anos, sendo substituído, em 2006, pelo Baile Tradição.

O Curso Noturno de sábado apresenta desde 2000 o Concurso de Mascarados. Ao longo dos anos esta atividade tem evoluído, não só ao nível da quantidade de figurantes e público, como também na qualidade dos figurinos, das coreografias e até mesmo de acompanhamento musical individualizado. A introdução do Tó'Candar (uma animação do género de trio-elétrico) proporcionou também esta melhoria.

Os dados do Quadro I revelam exatamente essa tendência. Note-se que o número mais elevado de grupos de mascarados, leia-se, os oficiais, inscritos nos cursos, ocorreu em 2009, tendo-se notado nos últimos dois anos uma decrescente participação, questão completamente justificável com o fenómeno de crise. Os dados revelam também que o sábado é o dia preferencial para a presença dos grupos, número que vai diminuindo nos cursos de Domingo e Terça. Os grupos fazem habitualmente representar-se em todos os desfiles, contudo o número efetivo de figurantes por cada grupo tem tendência a diminuir durante os restantes dias. Para tal situação podem talvez apresentar-se dois motivos: a avaliação dos mascarados é realizada apenas no sábado e alguns elementos do grupo poderão não estar presentes devido a vários motivos: profissionais, familiares ou exaustão.

Quadro I: Grupo de Mascarados

	Grupos de Mascarados										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	MÉDIA
TOTAL	1258	1926	1784	2206	3150	3531	4700	3515	2410	2262	2.729
SÁBADO								2618	1997	2049	2.221
DOMINGO								1495	1448	1632	1.525
TERÇA								859	1444	1412	1.238

Fonte: Promotorres, EM. 2013

Os cursos de domingo e terça-feira, já amplamente abordados, realizam-se durante a tarde, mobilizando para a figuração grande parte dos grupos que participam no desfile de sábado, contudo, como observável no Quadro II, existe uma maior afluência de público às terças-feiras.

O curso noturno de sábado e o Corso Trapalhão de segunda vieram reforçar definitivamente a animação nas noites, sendo estas consideradas quase como outro carnaval onde um público com características diferentes enche todas as ruas da zona histórica da cidade. São milhares os foliões, especialmente nas noites de sábado e segunda, que até de manhã percorrem as ruas, num exercício alucinante, e que no início do século era realizado em escala bem menor nas coletividades. Os bares e cada uma das tascas improvisadas que surgem por todo lado com música permanente e com horário alargado, fazem as delícias dos foliões.

Quadro II: Número de Ingressos Vendidos.

	Número de Ingressos Vendidos										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	MÉDIA
	1MAR/ 05MAR	21FEV/ 25FEV	04FEV/ 09FEV	23FEV/ 01MAR	16FEV/ 21FEV	01FEV/ 06FEV	20FEV/ 25FEV	12FEV/ 17FEV	4MAR/ 9MAR	17FEV/ 22FEV	
SÁBADO	8969	6347	6512	4590	9041	9686	11502	10449	7562	10806	8546,4
DOMINGO	14305	8828	12323	10718	13704	6102	17965	9689	13783	18037	12545,4
TERÇA	21085	14944	20361	21832	14573	19393	20468	5010	9745	14535	16194,6
TOTAL	44359	30119	39196	37140	37318	35181	49935	25148	31090	43378	37286,4

Legenda:
 Melhor dia
 Pior dia

Fonte: Promotorres, EM. 2013

Nestas condições, o orçamento do evento assume grandes dimensões (Quadro III). Apesar disso, quando comparado com outros carnavais portugueses, este orçamento não é assim tão elevado. As rubricas mais dispendiosas são necessariamente os carros alegóricos e o programa de animação. As receitas diretas consistem quase exclusivamente na bilheteira para entradas nos desfiles, no aluguer de espaços para venda de bebidas e comidas e ainda em algum *merchandising*. No entanto, como qualquer evento de sucesso, o Carnaval de Torres Vedras beneficia de diversos impactos económicos indirectos, e cuja aferição exige estudos específicos, sendo a presente investigação a primeira abordagem aos benefícios económicos, directos e indirectos, decorrentes deste evento. Convém ainda realçar que este evento apresenta um elevado índice de suscetibilidade às condições climáticas, podendo o seu impacto variar significativamente de ano para ano.

Quadro III: Evolução Anual da Receita/Despesa

	Evolução anual da Receita/Despesa										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	MÉDIA
DESPESA	363.286 €	382.498 €	518.710 €	491.129 €	397.394 €	513.765 €	539.443 €	522.226 €	416.488 €	372.780 €	451.772 €
RECEITA	240.714 €	190.548 €	380.482 €	361.688 €	337.698 €	512.429 €	575.613 €	455.760 €	462.529 €	473.061 €	399.052 €
RESULTADO	-122.572€	-191.950€	-138.228 €	-129.441 €	-59.696 €	-1.336 €	36.170 €	-66.466 €	46.041 €	100.281 €	-52.720 €

 Melhor Ano
 Pior Ano

Fonte: Promotorres, EM. 2013

ESTUDO EMPÍRICO

O impacto económico do Carnaval de Torres Vedras

Metodologia

No presente estudo, utilizou-se uma metodologia empírica por questionário, com base na recolha de dados, tendo em conta a especificidade dos grupos a inquirir.

Foram realizados em paralelo três estudos por inquérito, designadamente:

1. Inquérito ao público do Carnaval – o estudo foi realizado durante os dias do evento (de 8 a 12 de Fevereiro), sob a forma de inquérito de rua, conduzido por 15 entrevistadores recrutados na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do mar, de Peniche. Os entrevistadores estavam estrategicamente distribuídos pelas áreas urbanas com maior afluência e concentração de públicos, definidas de acordo com grelhas de observação de públicos, obtidas em anos anteriores. No total foram obtidos 1865 questionários válidos.
2. Inquérito aos figurantes do Carnaval – em reunião preparatória com os líderes dos grupos de animação, a organização entregou 800 questionários, para serem preenchidos e devolvidos pelos figurantes, uma semana após o evento. No total foram devolvidos 484 questionários preenchidos, dos quais 480 foram considerados válidos.
3. Inquérito às empresas de comércio e serviços de Torres Vedras – um terceiro inquérito foi dirigido aos empresários dos diversos subsectores comerciais e de serviços considerados pertinentes do ponto de vista das receitas do evento. Com vista à obtenção do maior número possível de respostas, foram utilizados 3 métodos de recolha de dados:
 - a) Inquérito por entrevista aos vendedores ambulantes, realizado na 3^a-feira, dia 12 de Fevereiro, isto é no último dia de forte afluência do público. No total foram inquiridos empresários de venda ambulante.
 - b) Inquérito *online*, enviado pelo Gabinete de Apoio às Empresas de Torres Vedras aos empresários das áreas de negócio consideradas pertinentes para o efeito, designadamente: cafés e pastelarias; restaurantes; atividades turísticas; costureiras; esteticistas; retrosarias; lojas de moda; produtos alimentares; fotógrafos; unidades de alojamento; bares; publicidade e artes gráficas. No total, responderam ao inquérito *online* 117 empresários.
 - c) Inquérito autoadministrado, com apoio presencial, nos estabelecimentos comerciais de Torres Vedras. Os técnicos do Gabinete de Apoio às Empresas complementaram as respostas obtidas por meio *online* com visitas aos

estabelecimentos, convidando os empresários a responderem ao mesmo questionário em versão impressa. Por esta via, respondera 29 empresários.

Assim, juntando todos os questionários preenchidos, a amostra obtida abrange um total de 168 empresas.

Estrutura dos questionários dos inquiridos aos participantes (público e figurantes)

Os dois inquiridos aos participantes incluíam muitos itens comuns, designadamente:

- a) Perfil dos participantes (idade, género, local de residência, atividade profissional e habilitações);
- b) Avaliação do evento:
 - Avaliação do curso, através da atribuição de uma nota de 1 a 5 aos seguintes itens: criatividade/originalidade, variedade, segurança, organização dos desfiles e satisfação global;
 - Avaliação das ruas, atribuindo uma nota de 1 a 5 aos seguintes itens: ambiente geral, segurança e satisfação global;
 - O que mais gostou, podendo o inquirido selecionar três das seguintes opções: grupos de animação, cabeçudos, dimensão do curso, matrafonas, carros alegóricos, carros espontâneos, cocotes e cubos, Tó' Candar, sátira aos políticos e celebridades, brincadeiras com os mascarados de rua, outros;
- c) Gastos durante o evento, tendo por base as diversas rubricas (bilheteira, alimentação, restaurantes, diversão noturna/bebidas, compras, transportes, máscaras/adereços e alojamento).
- d) Motivação principal para participar no evento;
- e) Motivo de escolha do Carnaval de Torres Vedras;
- f) Fontes de informação sobre o Carnaval de Torres Vedras;
- g) Em que dias e em que atividades participou;
- h) Fidelidade ao evento (em quantas edições participou);
- i) Conhecimento do tema do Carnaval 2013 (Reciclagem);
- j) Atitude face à decisão governamental de não-tolerância de ponto;
- k) Caracterização do evento numa só palavra ou frase.

O questionário dos figurantes (tal como o questionário dos empresários) incluía também a avaliação, em escalas de Likert de 5 pontos, de alguns aspetos da organização do evento, designadamente: (a) regulamento do concurso; (b) inscrição dos grupos; (c) atribuição dos

prémios; (d) valor pago aos grupos; (e) facilidade de acesso ao curso; (f) pagamento do curso à 2.ª feira; (g) promoção do Carnaval; (h) avaliação geral da organização.

Recolha de dados no inquérito aos participantes / figurantes

Quanto á metodologia empregue na recolha de dados aos participantes/figurantes, o inquérito ao público do Carnaval de Torres Vedras, foi realizado por 15 entrevistadores previamente selecionados, tendo decorrido durante o evento, ao longo de cinco dias consecutivos: desde 6ªfeira, dia 8 de Fevereiro, até 3ª feira, dia 12 de Fevereiro.

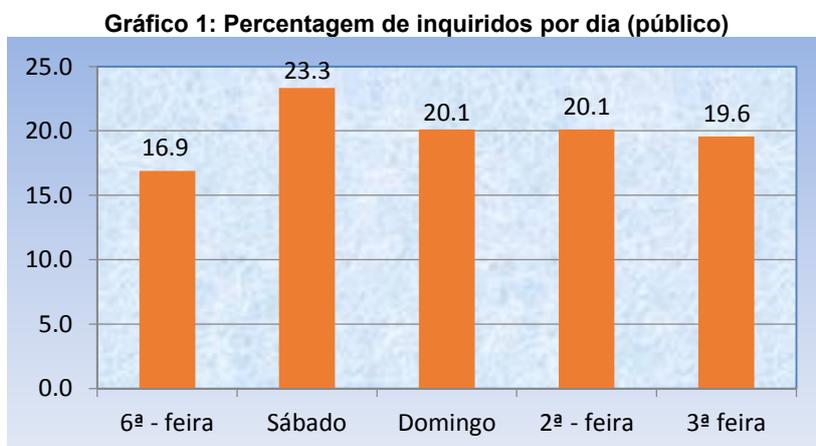
Em cada dia, cada entrevistador devia administrar 25 questionários. Assim, de acordo com o previsto, deveriam ser administrados 1875 questionários (375 por dia, durante 5 dias). Apenas não se recolheu dados na 4ª – feira, dia 13 de Fevereiro. Mas, independentemente do dia em que cada inquirido foi entrevistado, este fornecia informação sobre a sua participação no Carnaval ao longo dos seis dias da programação.

Os 15 entrevistadores estavam distribuídos nas várias ruas onde havia afluência de público, sendo essa distribuição baseada na identificação dos locais de maior concentração de pessoas, de acordo com tabelas de observação de fluxos obtidas em anos anteriores.

Estudo 1 – Inquérito aos participantes/visitantes

A amostra total de elementos do público foi de 1865 inquiridos, distribuídos de modo quase uniforme ao longo dos cinco primeiros dias do evento, como se apresenta no Gráfico 1.

Atendendo à dimensão da amostra ($n = 1865$), a margem de erro deste inquérito é igual ou inferior a 2.27%, para um nível de confiança de 95%; ou seja, um nível de erro bastante baixo.



Caracterização sociodemográfica dos inquiridos (público)

De acordo com o Quadro 4, a amostra inclui uma ligeira predominância de inquiridos do género feminino (54.9% versus 45.1%). Esta tendência de predomínio de inquiridos do género feminino é ainda mais acentuada na amostra dos figurantes, como veremos mais adiante. Corroborando a observação in loco, o público do Carnaval de Torres Vedras é maioritariamente jovem, aproximadamente 71% dos inquiridos têm menos de 40 anos, sendo que os inquiridos até aos 25 anos representam 40,3% da amostra.

O nível de habilitações dos foliões do Carnaval é significativamente elevado, comparativamente ao perfil de habilitações de portugueses em geral. Este facto decorre em grande medida da elevada concentração de jovens no evento.

No que diz respeito às atividades profissionais dos inquiridos, predominam as categorias de “assalariado” e de “estudante” (84%).

Quadro 4: Perfil sociodemográfico dos inquiridos (público)

Atributos	Descrição	Estatísticas
Género	Feminino	55%
	Masculino	45%
Idade	Até 25 anos	40,30%
	De 25 a 40 anos	30,90%
	De 41 a 55 anos	18,20%
	Mais de 55 anos	10,60%
Níveis de habilitações	Básico	19,8%
	Secundário	47,6%
	Superior	32,6%
Atividade Profissional	Assalariado	41,7%
	Estudante	32,3%
	Empresário / Pr. Liberal	9,5%
	Desempregado	9,0%
	Reformado	5,4%
	Outro	2,1%
Local de Residência	Torres Vedras	54,5%
	Lisboa e Grande Lisboa	21,1%
	Outros concelhos do Oeste	9,6%
	Mafra	4,8%
	Margem Sul do Tejo	4,4%
	Região de Leiria / Centro / Norte	4,1%

Outros países	0,8%
Alentejo / Algarve / Ilhas	0,7%

Os dados apresentados no Gráfico 6 revelam que cerca de 95% dos participantes no Carnaval de Torres residem no concelho de Torres Vedras ou nos concelhos em redor, num raio inferior a cem quilómetros.

Envolvimento no Carnaval de Torres Vedras

Quanto à fidelização do público, mais de metade dos inquiridos (55.1%) dizem ter participado desde sempre ou em pelo menos 7 das edições anteriores, estando por isso fortemente fidelizados ao Carnaval de Torres. Por outro lado, a percentagem de inquiridos que participa este ano pela primeira vez no evento é também notável (22.7%), o que indica uma forte capacidade de atrair novos participantes ao evento. A conjugação destas duas tendências (elevado grau de fidelização e elevada capacidade de atração de novos públicos), a manter-se, terá como consequência uma duplicação do público ao fim de cinco anos.

A informação obtida relativa à participação do público, distribuída pelos dias da semana (Gráfico 2), a julgar pelas respostas dos inquiridos, o dia de maior afluência no Carnaval 2013 é o Sábado, que atrai 63,3% dos participantes. A noite de 2ª-feira surge em segundo lugar com 57.3% de assiduidade. As tardes de Domingo e de 3ª-feira também apresentam níveis muito elevados de participação (54.9% e 52.1%, respetivamente).

No entanto, o curso infantil de 6ª-feira consegue também atrair um elevado índice de participação (47.1%), por oposição ao “Enterro do Entrudo” que decorre à 4ª-feira, com apenas 24.5%.

Gráfico 2: Participação diária no Carnaval 2013

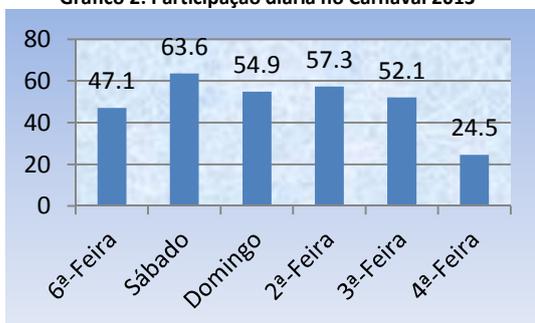
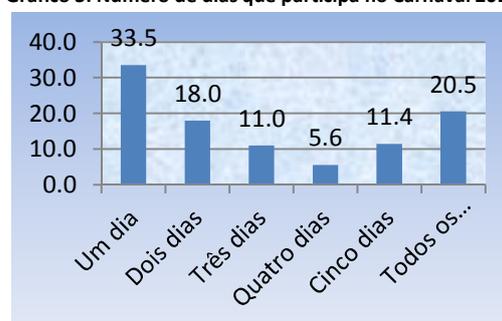


Gráfico 3: Número de dias que participa no Carnaval 2013



A maioria dos participantes no Carnaval 2013 teve que escolher na programação o(s) dia(s) em que decidiu participar. De facto, cerca de um terço dos inquiridos (33.5%) participou apenas um

dia, e outro terço (34.6%) decidiu participar entre 2 a 4 dias. São também quase um terço os inquiridos com elevada assiduidade (20.5%, todos os dias; e 11.4% cinco dias), como podemos verificar no Gráfico 3.

Entrada no curso e atividades em que participou

Nem todos os inquiridos participam nas atividades do curso. Um número significativo de inquiridos (28.3%) opta por não entrar no curso. Considerando os que optam por participar nas atividades do curso, cerca de metade adquire bilhete de ingresso diário, e cerca de metade adquire bilhete de livre-trânsito.

Os cursos noturnos são os que reúnem um maior número de participantes, em especial o curso de sábado à noite, com uma participação de 33.5% do total de inquiridos. No entanto os cursos diurnos de domingo e de 3^a-feira atingem níveis de participação muito próximos dos que se registam à noite (28%, tanto no domingo como na 3^a-feira). Provavelmente, o curso de 3^a-feira teria sido mais concorrido se houvesse tolerância de ponto, como no passado e se as condições climáticas não tivessem sido tão adversas (chovia muito).

Por último, o envolvimento no ambiente carnavalesco foi também aferido questionando os inquiridos se tiveram uma participação mais passiva (“vir apenas ver o desfile de carros alegóricos”) ou mais ativa (“ver os desfile de carros alegóricos e também participar na animação de rua (e nos assaltos de Carnaval)”). Dois terços dos inquiridos opta por uma participação ativa no carnaval de Torres Vedras, sendo que um terço opta por uma participação mais passiva.

Motivos de escolha do Carnaval de Torres Vedras e grau de satisfação com o evento.

Com vista a conhecer os motivos subjacentes à escolha do Carnaval de Torres Vedras, foram apresentadas aos inquiridos as seguintes opções: a) “é o mais tradicional”; b) “tem melhor animação”; c) “fica mais próximo do local onde vivo”; d) “gostei das edições anteriores”; e) “foi-me recomendado”; f) “outro”.

Os dados apresentados no Gráfico 16 mostram que a proximidade geográfica constitui um fator fundamental na fidelização dos participantes. A este propósito, vale a pena notar que nenhum dos 1865 inquiridos referiu residir nos concelhos da Nazaré e de Alcobaça. Os naturais desses dois concelhos deverão estar sob o “manto de influência do carnaval da Nazaré”.

Além da localização geográfica, há outros dois motivos que são identificados por um terço dos inquiridos: “ser o mais tradicional”, fazendo assim *jus* ao lema “Carnaval mais português de Portugal” e “ter melhor animação”.

Atendendo ao facto de os inquiridos poderem escolher tantos motivos quantos quisessem, vale a pena salientar e refletir sobre um dado intrigante: apenas 9.9% justificam a sua escolha pelo facto de terem gostado das edições anteriores. Ora, este dado contrasta com a explicação corrente de que a fidelização está diretamente ligada com a satisfação do consumidor. Será que nas edições anteriores, apenas 1 em 10 gostaram do evento? Ou será que a escolha da opção “gostei das edições anteriores” é utilizada poucas vezes apenas porque já está implícita nas opções “é o mais tradicional” e “tem melhor opção”, isentando por isso os inquiridos de escolherem aquela opção específica?

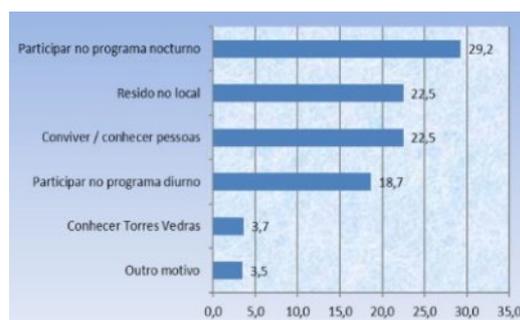
Por último, refira-se que os 13.8% de inquiridos veio à edição 2013 do Carnaval de Torres Vedras graças ao fator “recomendação” correspondem a quase dois terços que em 2013 vieram a este Carnaval pela primeira vez.

O fator recomendação é o principal responsável pela captação de novos públicos.

Gráfico 4: Motivos de escolha do Carnaval de Torres Vedras



Gráfico 5: Principal motivo na escolha do Carnaval de Torres Vedras

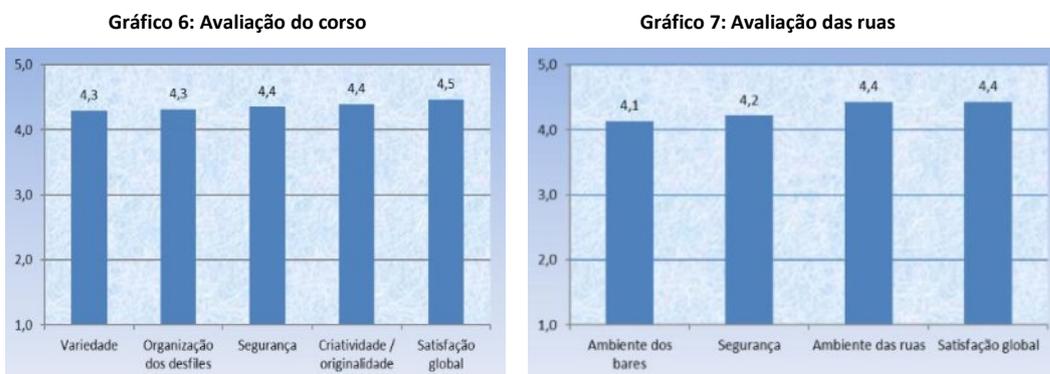


Os dados mostram (Gráfico 17) que o principal fator de atração é a “participação no programa noturno” (29.2%), surgindo em segundo lugar o motivo “conviver e conhecer pessoas” (22.5%). A participação no programa diurno obtém um score mais modesto de 18.7%.

Apesar de se tratar de uma quota residual de apenas 3.7%, não deixa de ser significativo o facto de haver quem decida vir a Torres Vedras durante o Carnaval tendo como motivo não o Carnaval em si, mas sim conhecer Torres Vedras.

No comentário ao Gráfico 16, tínhamos referido a seguinte contradição: por um lado, apenas 10% dos inquiridos identifica como motivo da sua escolha do Carnaval de Torres Vedras o facto de ter gostado das edições anteriores; por outro lado, a grande maioria dos inquiridos manifesta um elevado padrão de fidelidade ao evento (Gráfico 7). E consideramos esse valor deflacionado, por se encontrar já implícito em outras duas opções de resposta (“ser o mais tradicional” e “ter a melhor animação”).

Ora, como se pode observar nos Gráficos 20 e 21, o grau de satisfação dos inquiridos com os diversos aspetos do evento, medidos numa escala de 1 a 5 (em que o score 5 é a nota máxima), é bastante elevado, variando entre 4.3 e 4.5, na avaliação dos cinco itens de avaliação do curso, e entre 4.1 e 4.4., na avaliação dos quatro itens relativos aos ambiente das ruas.



Os inquiridos foram ainda convidados a identificar, no máximo, três dos itens de animação que mais gostaram. O pódio da atratividade é ocupado por três aspetos burlescos: as “matrafonas” (32.7% das preferências), os carros alegóricos (28.3%) e os cabeçudos (19.5%).

Os grupos de animação e brincadeiras com mascarados seguem em segundo lugar com um total de preferências de 32% das preferências. A sátira a políticos e celebridades, embora sendo um elemento com grande força de mediatização, não se destaca muito na perceção do público: apenas 11.7% das preferências.

Local de pernoita durante os dias do evento

À luz dos critérios estatísticos geralmente utilizados para classificar um evento como “turístico”, podemos afirmar que o Carnaval de Torres Vedras, embora já seja um evento cultural com grande notoriedade no país, ainda não é um evento turístico, uma vez que apenas 3% dos participantes permanecem em alojamento comercial.

Como tivemos ocasião de referir a propósito do local de residência dos inquiridos, cerca de 95% dos participantes no evento residem no concelho de Torres Vedras (55% do total) ou em concelhos situados num raio de 100 km em redor (cerca de 40%). Sendo que 89.2% dos inquiridos revelaram que pernoitaram em casa, 7.9% em casa de amigos e familiares e os restantes 2,9% em hotel (1,2%), alojamento turístico (1.0%) e casa particular alugada 0,7%). Resta, pois, transformar este evento cultural num evento também turístico, captando públicos de outros países e de outras regiões de Portugal.

Estudo 2 – Inquérito aos participantes / figurantes

De acordo com os organizadores do Carnaval de Torres Vedras 2013, os desfiles do curso incluía um total de 1872 figurantes. Trata-se de uma categoria especial de participantes que também conviria inquirir.

Nesse sentido, a organização do Carnaval distribuiu 800 questionários entre os figurantes integrados em grupos organizados. Estes questionários foram entregues aos líderes dos grupos, numa reunião preparatória que teve lugar três dias antes do início do Carnaval. A todos os líderes de grupo foi solicitado que distribuíssem os questionários aos membros dos seus grupos e que, após o respetivo preenchimento, os devolvessem à organização.

No total, foram devolvidos 484 questionários preenchidos, na semana imediatamente a seguir ao Carnaval. Destes, 480 foram considerados válidos.

Trata-se de um número bastante significativo de inquiridos, que permitirá conhecer de forma muito aprofundada as perceções e os comportamentos daqueles que são os atores mais importantes do Carnaval de Torres Vedras: os foliões mascarados, aqui designados como “figurantes”.

Caracterização sociodemográfica dos inquiridos (figurantes)

Como se pode ver no Quadro 5 a amostra de figurantes é maioritariamente constituída por elementos do género feminino, com elevado predomínio de jovens: cerca de 50% têm menos de 40 anos. São maioritariamente residentes do concelho de Torres Vedras e cerca de metade (52.8%) têm formação escolar de nível secundário, embora haja uma parte significativa com formação superior.

Estes dados, revelam que o perfil dos figurantes é globalmente similar ao do público, embora um pouco mais extremado. Noutros termos: no perfil sociográfico dos figurantes (por comparação com o perfil do público), são ainda mais acentuadas as seguintes categorias: “género feminino”, “residência em Torres Vedras”, “escalão etário jovem”, “ensino secundário” e “assalariado”.

Quadro 5: Perfil sociodemográfico dos inquiridos (figurantes)

Atributos	Descrição	Estatísticas
Género	Feminino	60,8%
	Masculino	39,2%
Idade	Até 25 anos	21,9%
	De 25 a 40 anos	48,9%
	De 41 a 55 anos	26,1%
	Mais de 55 anos	3,1%
Níveis de habilitações	Básico	18,5%
	Secundário	52,8%
	Superior	28,7%
Atividade Profissional	Trabalhador por conta de outrem	64,9%
	Estudante	14,9%
	Empresário/Pr. Liberal	9,2%
	Desempregado	9,0%
	Reformado	1,7%
	Outro	0,2%
Local de Residência	Torres Vedras	88,0%
	Lisboa e Grande Lisboa	4,5%
	Outros concelhos contíguos	5,6%
	Outras regiões	1,9%

Participação em anos anteriores e modo de participação

Os figurantes do Carnaval constituem um segmento muito fidelizado ao evento, com níveis de assiduidade muito elevados. Quase 80% dos respondentes participou como figurantes em pelo menos 5 edições anteriores, e apenas 8.3% são participantes neófitos.

Quanto ao modo de participação em anos anteriores, verifica-se que mais de dois terços dos respondentes participaram sempre em grupo. É também bastante expressiva a quota de respondentes que no passado alternou entre a participação integrada em grupo e a participação a título individual.

Relativamente aos dias e às atividades em que os respondentes participaram na presente edição do Carnaval, apresenta uma diferença significativa apenas no caso da 6ª-feira, nesse dia a participação no curso é reservada às crianças, sendo que muitos dos figurantes participaram nesse primeiro dia na qualidade de público.

Os dados mostram que o curso de sábado à noite é o que envolve a quase totalidade dos figurantes: quase 98% do total de participantes. Têm também elevados índices de participação os cursos diurnos de domingo e 3ª-feira, com índices de afluência ao curso que variam, respetivamente, entre 90% e 85%. O curso noturno de 2ª feira é entre todos os cursos para

adultos o que atrai menos figurantes, mesmo assim com uma taxa de participação bastante elevada, de cerca de 75%.

Quanto à intenção de participação do próximo ano, não resta a menor dúvida de que o Carnaval de Torres Vedras tem figurantes/foliões altamente fidelizados. Apenas 3 dos 480 respondentes (0.6%) afirmam que provavelmente não participarão no próximo ano. Todos os restantes afirmam a sua intenção de voltar a participar, sendo que a esmagadora maioria (82.4%) opta pela resposta mais categórica “sim, sem dúvida”.

Local de compra dos materiais para adereços e local de pernoita nos dias do Carnaval

Outro aspeto relevante do Carnaval de Torres Vedras é o facto da quase totalidade das compras de materiais para confeção de mascaras/adereços serem feitas localmente no Concelho de Torres Vedras. Apenas 2% dos inquiridos optam por comprar mascaras e adereços fora do concelho.

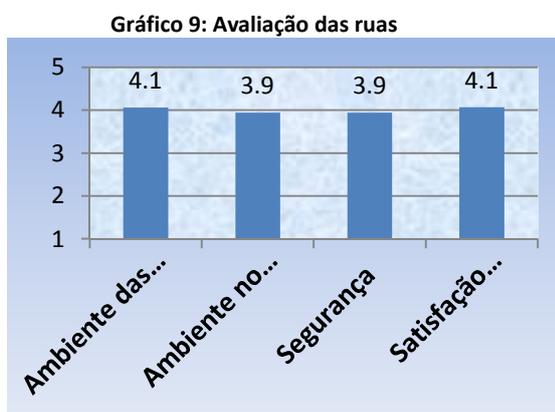
Este dado é muito importante, uma vez que, como veremos mais adiante, as compras de materiais para máscaras/adereços constitui a principal rubrica de gastos dos figurantes.

Quanto ao local da pernoita, refira-se o dado óbvio segundo o qual a quase totalidade dos foliões/figurantes pernoitar em sua própria casa ou em casa de familiares ou amigos. Do total de 480 inquiridos, apenas 4 (isto é, 0,8%) ficaram alojados em unidades de alojamento turísticas.

Avaliação do evento

Em todos os cinco parâmetros considerados – criatividade/originalidade, variedade, segurança, organização dos desfiles e satisfação global - a avaliação do evento obtém nota positiva: valor 4 numa escala em que 1 significa “valor mínimo” e 5, “valor máximo”.

No entanto, a avaliação por parte dos figurantes não é tão positiva como a avaliação atribuída pelo público, a qual, como vimos no Gráfico 6, se situa em torno de 4.5.



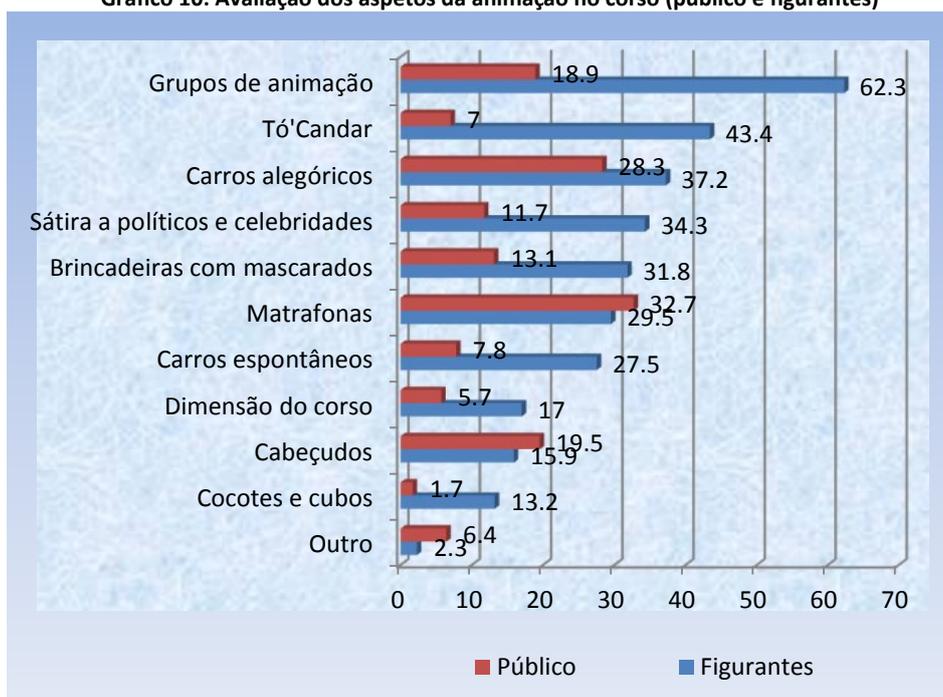
A mesma avaliação positiva é atribuída ao ambiente festivo nas ruas. Os quatro parâmetros avaliados (ambiente nas ruas e nos bares, segurança e satisfação global) obtêm também notas em torno do valor 4, também ligeiramente abaixo dos valores que o público atribuiu a estes mesmos parâmetros.

Avaliação da animação no curso e da organização

O Gráfico 10 permite conhecer comparativamente as preferências do público e dos figurantes relativamente aos vários aspetos da animação no curso.

Cada inquirido podia indicar três opções, o que significa que a soma das percentagens poderia atingir 300%, caso todos os inquiridos escolhessem sempre 3 itens. Ora, perante o facto de em muitos casos as preferências dos figurantes serem muito superiores às do público (o comprimento das barras a vermelho é geralmente maior), decidimos comparar as somas das percentagens, tendo-se verificado que os totais são de 152.8% nas avaliações da amostra do público e de 314.5% nas avaliações dos figurantes. Quer isto dizer que as diferenças observadas no Gráfico 10 se devem mais às diferenças de opção de resposta entre os inquiridos dos dois grupos (e tal diferença poderá dever-se ao recurso a dois métodos distintos de recolha de dados (questionários autoadministrado versus inquérito de rua com entrevistador), do que a uma eventual diferença de preferências por parte dos dois grupos.

Gráfico 10: Avaliação dos aspetos da animação no curso (público e figurantes)



No inquérito aos figurantes procedeu-se ainda à avaliação de oito aspetos organizativos do Carnaval, cujos resultados são apresentados no Quadro 6.

Quatro itens obtêm nota “Bom” (em torno do valor 4), designadamente: “promoção do Carnaval”, “Inscrição de grupos”, “avaliação geral da organização” e “facilidade de aceso ao corso”. O item “regulamento do concurso” obtém apesar de tudo uma nota positiva moderada (3.6). Já os itens relacionados com dinheiro e com prémios tende a obter níveis de valorização mais baixos. O valor pago aos grupos e a atribuição de prémios são aspetos que polarizam os inquiridos: cerca de metade a evidenciam insatisfação e a outra metade manifesta-se satisfeita.

No entanto, como se pode verificar no Quadro 6 há um item que se destaca pela negativa: cerca de 60% dos inquiridos avaliam negativamente este parâmetro, sendo que (46.8 %) escolheram a opção de “muito insatisfeito” e 12.6% afirmam estar “insatisfeitos”, o que corresponde uma média geral de apenas 2.2.

Quadro 6: Avaliação de aspetos organizativos – frequências e percentagens

	Muito Insatisfeito		Insatisfeito		Nem satisfeito nem insatisfeito		Satisfeito		Muito Satisfeito	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	Promoção do Carnaval	3	0.6	10	2.1	73	15.3	274	57.6	116
Inscrição dos grupos	6	1.3	19	4.0	101	21.4	239	50.5	108	22.8
Avaliação global da organização	3	0.6	22	4.6	79	16.5	293	61.2	82	17.1
Facilidade de acesso ao corso	11	2.3	40	8.5	81	17.2	236	50.2	102	21.7
Regulamento do concurso	14	3.0	33	7.0	118	24.9	254	53.6	55	11.6
Valor pago aos grupos	61	12.8	65	13.7	137	28.8	162	34.0	51	10.7
Atribuição de prémios	60	12.6	69	14.4	145	30.3	150	31.4	54	11.3
Pagamento do corso à 2ª-feira	225	46.8	62	12.9	93	19.3	69	14.3	32	6.7

Estudo 3 – Inquérito aos empresários de Torres Vedras

Paralelamente aos dois inquéritos aos participantes (público e figurantes), foi realizado um inquérito às empresas do concelho de Torres Vedras.

Perante o paradoxo segundo o qual a grande maioria dos empresários valoriza estudos de mercado, mas muito poucos são os empresários que se mostram disponíveis para responderem a inquéritos, foi decidido recorrer a três fontes complementares de recolha de dados: inquérito *online*, inquérito autoadministrado com assistência presencial e inquérito por entrevista.

O inquérito *online* foi dirigido a cerca de 600 empresários, tendo por base o ficheiro do Gabinete de Apoio às Empresas de Torres Vedras. Responderam por esta via ao inquérito 117 empresários. O inquérito por entrevista foi realizado no dia 12 de Fevereiro (3^a-feira de Carnaval) e pretendia garantir que os vendedores ambulantes licenciados pela autarquia pudessem também responder ao inquérito. Dos 44 vendedores ambulantes licenciado, responderam ao inquérito 22, embora apenas 14 se tenham identificado como vendedores ambulantes.

Adicionalmente, o Gabinete de Apoio às Empresas visitou um conjunto de empresas, solicitando o preenchimento do respetivo questionário. E, por esta via, presencialmente, foram acrescentados à amostra 29 questionários válidos.

No total, a amostra de empresários inclui 168 empresas.

Quadro 7: Perfil dos inquiridos (empresas)

Atributos	Descrição	Estatísticas
Género do respondente	Feminino	51,5%
	Masculino	48,5%
Níveis de habilitações	Básico	26,9%
	Secundário	49,7%
	Superior	23,4%
Cargo do respondente	Funcionário (a)	18,8%
	Diretor (a)	2,5%
	Gerente	57,5%
	Empresário	21,3%
Localização das empresas	São Pedro de Santiago	31,5%
	Perímetro do Corso	31,0%
	Santa Maria e São Miguel	8,3%
	Ramalhal	4,2%
	A dos Cunhados	3,6%
	Ponte do Rol	3,0%
	Silveira	3,0%
	Outras localidades	15,4%

Áreas de negócio e dimensão

Relativamente à área de negócios, as 168 empresas que constituem a amostra estão distribuídas do seguinte modo negócio: produtos alimentares (15 empresas); venda ambulante (14); lojas de moda (13); restaurantes (13); cafés e pastelarias (13); publicidade e artes gráficas (11); papelarias (8); bares (6); retrosarias (5); costureiras (5); empresas turísticas (4); fotógrafos (3); unidades de alojamento (2); esteticistas (2). Uma parte significativa da amostra (52

empresas) inclui-se na categoria “outras atividades”. A análise a esta última opção, revela uma distribuição muito diversificada de opções específicas: no total 42 opções diferentes.

Note-se que houve intencionalidade no momento em que se procedeu à recolha de dados: os organizadores do evento sabem por experiência que são as empresas incluídas nas suprarreferidas áreas de negócio são as que têm um maior pertinência do ponto de vista dos negócios que ocorrem antes e durante o Carnaval.

Quanto à dimensão das empresas incluídas na amostra, a maioria dos empresários incluiu as suas empresas nas categorias de “microempresa” (46%) ou “pequena empresa” (26.4%).

Impacto económico do Carnaval de Torres Vedras

Antes de procedermos à quantificação do impacto económico do Carnaval de Torres Vedras, tendo por base o inquérito à presente amostra de 168 representantes de empresas, convirá determinar a relação entre as empresas incluídas na amostra e o universo total de empresas do concelho, tendo em conta as diversas áreas de negócio consideradas pertinentes para o evento em apreço.

O Quadro 8 coloca em comparação, para cada áreas de negócio, o número de empresas referenciadas na amostra e o universo total de empresas (dados fornecidos pelo Gabinete de Apoio às Empresas de Torres Vedras).

Com vista à extrapolação para o universo de empresas do impacto económico identificado na amostra, são apresentados dois coeficientes de proporcionalidade. O primeiro coeficiente é uma proporção aritmética; o segundo, limita o valor do coeficiente de proporcionalidade a um valor limite. Este valor limite é o valor do coeficiente máximo obtido para as áreas de negócio consideradas mais pertinentes do ponto de vista do evento. Neste caso, para efeitos de extrapolação do impacto económico definiu-se como limite de proporcionalidade o valor de 7.5 (correspondente ao coeficiente identificado para a restauração).

O Quadro 5 compara o total de funcionários, referências para o universo de empresas de Torres Vedras com o total de funcionários referidos na amostra, e também estabelece a respectiva proporcionalidade.

Foi também definido como valor limite de proporcionalidade um valor identificado no valor da restauração. Assim, em vez de coeficientes de proporcionalidade elevadíssimos, como os que se observam nos casos da estética (93.3), das unidades de alojamento (48.0) e outras atividades (390.6), será considerado o coeficiente de 5.0.

Quadro 8: Relação entre universo total de empresas e número de empresas da amostra

	Nº de empresas (amostra)	Nº de empresas (universo)	Coefficiente de proporcionalidade 1	Coefficiente de proporcionalidade 2
Cafés / Pastelaria	13	80	6,2	6,2
Restaurantes	13	98	7,5	7,5
Atividades turísticas	4	11	2,8	2,8
Costureiras	5	7	1,4	1,4
Estética	2	80	40,0	7,5
Moda + Retrosaria	18	114	6,3	6,3
Produtos alimentares	17	298	17,5	7,5
Fotógrafos	3	7	2,3	2,3
Unidades de alojamento	2	17	8,5	7,5
Bares	6	21	3,5	3,5
Papelarias	8	21	2,6	2,6
Publicidade / Artes Gráficas	11	51	4,6	4,6
Venda ambulante	14	44	3,1	3,1
Outras atividades	52	1599	30,8	7,5
Total	168	2448	14,6	5,1

Deste modo, eventuais erros nas extrapolações do impacto económico serão sempre por defeito, e nunca por excesso.

Com vista ao cálculo do impacto económico do carnaval de Torres Vedras, tendo por base os dados fornecidos pelas empresas, iremos utilizar os seguintes indicadores:

- Valor médio de impacto do Carnaval no volume de negócios das empresas, reportado no inquérito pelos empresários: 31%
- Valor de receita anual reportado no inquérito aos empresários, corrigido nos casos em que o rácio faturação/funcionários se mostrou inferior a um valor minimamente credível;
- Período de incidência do impacto do Carnaval: assumimos tratar-se de uma semana, isto é 1/52 do valor da receita (embora em muitos casos o impacto económico tenha sido mais prolongado e não tenha ocorrido necessariamente na semana do Carnaval);

Aplicação do coeficiente de proporcionalidade corrigido com vista á extrapolação dos dados da amostra para o universo.

Quadro 9: Relação total de funcionários das empresas de Torres Vedras e número de funcionários das empresas representadas na amostra

	Nº de funcionários da amostra	Total de funcionários (universo)	Coefficiente de proporcionalidade 1	Coefficiente de proporcionalidade 2
Cafés / Pastelaria	113	437	3,9	3,9
Restaurantes	130	649	5,0	5,0
Atividades turísticas	10	37	3,7	3,7
Costureiras	6	14	2,3	2,3
Estética	2	187	93,3	5,0
Moda + Retrosaria	45	629	14,0	5,0
Produtos alimentares	270	3.248	12,0	5,0
Fotógrafos	12	14	1,2	1,2
Unidades de alojamento	4	199	48,0	5,0
Bares	29	42	1,4	1,4
Papelarias	21	97	4,6	4,6
Publicidade/Artes Gráficas	61	303	5,0	5,0
Venda ambulante	51	132	2,6	2,6
Outras atividades	49	19.140	390,6	5,0
Total	803	25.128	42,0	3,9

À luz dos referidos pressupostos, adotaremos a seguinte fórmula de cálculo:

$$\text{Receita gerada pelo Carnaval em cada empresa} = \frac{\text{Receita anual x 1,31}}{52 \text{ semanas}}$$

O valor 1,31 corresponde ao valor de uma semana de faturação normal acrescido da percentagem de acréscimo referida pelas empresas. Os valores da receita gerada pelo Carnaval são apresentados para cada área de negócio no Quadro 10.

A segunda coluna apresenta os totais relativos às empresas constantes na amostra do presente inquérito, e as colunas a amarelo correspondem aos valores do impacto global obtidos com base na aplicação dos coeficientes de proporcionalidade corrigidos.

Quadro 10: Impacto económico do Carnaval de Torres Vedras 2013 - Cenários 1 e 2

	Receita gerada pelo Carnaval (amostra)	Coefficiente para extrapolação ao nº de empresas	Cenário 1 (totais)	Coefficiente para extrapolação ao nº de funcionários	Cenário 2 (totais)
Cafés / pastelarias	194676,9	6,2	1.206.996,8	3,9	759.239,9
Restaurantes	208538,5	7,5	1.564.038,8	5,0	1.042.693,0
Atividades turísticas	93134,6	2,8	260.776,9	3,7	344.598,0
Costureiras	7161,5	1,4	10.026,1	2,3	16.471,5
Estética	2153,8	7,5	16.153,5	5,0	10.769,0
Retrosarias / Moda	58959,0	6,3	371.441,7	5,0	294.795,0
Produtos alimentares	321278,5	7,5	2.409.588,8	5,0	1.606.393,0
Fotógrafos	18372,3	2,3	42.256,9	1,2	220.46,76
Unidades de alojamento	81361,5	7,5	610.211,3	5,0	406.807,5
Bares	76515,4	3,5	267.803,9	1,4	107.121,6
Papelarias	62619,2	2,6	162.8109,0	4,6	288.048,3
Publicidade / artes gráficas	76790,5	4,6	35.3236,3	5,0	383.952,5
Venda ambulante	74609,2	3,1	231.288,5	5,0	373.046,0
Outras atividades	613933,1	7,5	4.604.498,3	3,9	2.394.339,0
Total			12.111.126,9		8.050.320,0

Comparando os resultados agora obtidos nos dois cenários (respetivamente, Cenário 1 = 12.1 milhões versus Cenário 2 = 8 milhões de euros) com os valores obtidos com base no inquérito ao público (respetivamente, Cenário 1 = 9.5 milhões; Cenários 2 = 3.13 milhões; Cenário 3 = 6.3 milhões de euros), somos levados a concluir que o impacto real do Carnaval de Torres Vedras se aproximará do valor de 9 milhões de euros, uma vez que este valor corresponde à interceção das estimativas obtidas simultaneamente pela via das despesas (inquérito à procura) e pela via da receita (inquérito à oferta).

Além disso, se tivermos em conta que no inquérito aos figurantes o gasto médio foi de 108 euros *per capita*, perde força a hipótese segundo a qual muitas vezes, no inquérito de rua, os respondentes reportavam gastos de todo o agregado familiar. Em alguns casos isso até pode ter acontecido, mas em contrapartida em inúmeros casos quando as pessoas não tinham uma memória exata dos seus gastos optavam por omitir alguns gastos específicos.

Assim sendo, e uma vez ponderados todos os aspetos em apreço, somos levados a concluir que o impacto global do Carnaval de Torres Vedras 2013 se situou entre 8 e 9.5 milhões de euros, o que equivale a um valor superior em pelo menos 2.5 vezes superior às estimativas demasiado conservadoras que a autarquia de Torres Vedras vinha assumindo até este estudo ter sido realizado.

CONCLUSÃO

O sucesso de um evento popular radica necessariamente na sua profunda ligação ao passado, mas também na sua capacidade de adaptação às vicissitudes da história e às exigências da modernidade.

O tradicional carnaval de Torres Vedras transformou-se. As raízes de outrora permanecem com as figuras típicas e manifestações de criatividade que não se afastam da crítica política e que envolvem os torrienses e milhares de outros indivíduos que tem contribuído para a criação de um público-alvo especial que não escolhe sexos, idades e classes sociais.

Este novo Carnaval fez também com que algumas das tradições se tenham extinguido. Por exemplo, os famosos assaltos que proporcionaram estórias e peripécias memoráveis existem hoje em dia com muito pouca frequência. Os bailes realizados nas coletividades deixaram também de existir, embora permaneçam ainda em funcionamento associativo: a Tuna, o Grémio e a Física.

Além disso, as necessidades que a organização contempla na atualidade exigem especiais cuidados com questões de segurança, que nos últimos anos tem sido reforçada.

As sucessivas transformações do Carnaval de Torres Vedras, ao longo dos últimos dois séculos constituem, um claro testemunho de que a tradição e a inovação têm interagido e conspirado (cada uma a seu modo, e por vezes em conjugação e cumplicidade), para conferirem a este evento um cunho singular e uma identidade coletiva que valoriza a autenticidade e, ao mesmo tempo, para o dotar dos instrumentos de gestão adequados para responder aos múltiplos desafios que necessariamente se colocam aos seus organizadores, à medida que o evento vai crescendo, tanto em dimensão e como em repercussão social, económica e política.

De modo a conseguir oferecer animação a um público mais numeroso, a Promotorres descentralizou o carnaval pela cidade. Embora o centro histórico continue a ser o mais frequentado, existem novas zonas de animação como, por exemplo, o Mercado Municipal.

O futuro do carnaval parece assegurado com o fulgor que o público mais jovem apresenta, nomeadamente aquando do Corso Escolar. Serão raros os “homens de amanhã” torrienses que não se tornarão foliões, ou mais propriamente matrafonas. Os grupos são permanentemente renovados, numa tradição que muitas vezes passa de pais para filhos.

A Confraria do Carnaval apresenta-se como defensora das tradições e os nobres Fidalgos que não abandonam Suas Altezas Sereníssimas durante o seu Reinado são “instituições” que zelarão para que no futuro todas as estórias sejam contadas (as que se poderão contar). O

Enterro do Entrudo tem sido uma das tradições mantidas e com potencialidades para se tornar num evento de grande relevância dentro do Carnaval.

O presente estudo permitiu evidenciar que o Carnaval de Torres Vedras tem um impacto económico direto (gastos efetuados durante o evento pelo público e pelos figurantes) na economia local de Torres Vedras muito superior ao que os seus organizadores conjecturavam. E se a esse impacto económico direto, que o presente estudo revela rondar o 9 milhões de euros, associarmos o impacto mediático quantificado pela Cision em cerca de 5 milhões, concluiremos que o Carnaval de Torres Vedras é claramente um bom investimento para o concelho.

Todavia, um levantamento exaustivo dos impactos deste evento deverá incluir não apenas os impactos económicos directos, mas também outros impactos indirectos e os efeitos multiplicadores que eles engendram, mas que escapam ao presente estudo.

Adicionalmente, convém ter em consideração o vasto acervo de impactos e benefícios sociais e culturais do carnaval de Torres, atendendo à sua capacidade de fundir a comunidade torriense num projeto comum, secundarizando por momentos os múltiplos fatores de diferenciação social. Com efeito, dado o seu carácter de ritual cíclico e regenerador das energias espirituais, e a sua força de mobilização social, o Carnaval de Torres Vedras assume-se muito provavelmente como o principal fator de coesão social de toda a comunidade torriense, suscitando a criatividade das novas gerações de figurantes e artistas.

Embora a aferição destes benefícios sociais e culturais escapem naturalmente à análise empírica empreendida no presente estudo, tais fenómenos são imanentes e não são totalmente ignorados ao longo neste documento. Considere-se, a título de exemplo, o carácter massivo da participação dos torrienses no evento, bem como o tempo que dedicam à preparação dos seus adereços, e então concluiremos que o Carnaval não se limita a tudo aquilo que acontece numa semana, entre 6ª-feira e 4ª-feira de “cinzas”, sendo na realidade um dos principais eixos de mobilização da comunidade durante vários meses.

De resto, o presente estudo mostra ainda que o Carnaval de Torres Vedras tem muita margem de progressão do ponto de vista do Marketing de cidade, podendo futuramente atrair um maior número de visitantes de outras regiões do país, e inclusivamente constituir-se como um evento com repercussão internacional.

O valor estratégico do carnaval transformou-se na imagem mais relevante do concelho, com um impacto proeminente na economia local. Deste ponto de vista, o planeamento estratégico assume um papel fundamental na observação do ciclo de vida do Produto “Carnaval de Torres Vedras”. E será necessário pensar qual o caminho a seguir:

- Poder-se-á alargar muito mais o Carnaval de Torres Vedras sem o descaracterizar?

- Quais serão então os públicos a captar?
- Qual a projeção internacional que se quer atingir?
- Qual o índice de atratividade turística que se pretende?

Entre estas questões, esta última prende-se por exemplo com uma capacidade de carga turística diminuta, devido ao número de camas turísticas existente no concelho. Obviamente que tudo é possível, mediante a elaboração de um plano e consequentes ações. Por exemplo, a região Oeste apresenta uma capacidade de camas elevada. Poder-se-ia então como possível solução fomentar a organização de transportes regulares com horários especiais somente para a época do Carnaval.

BIBLIOGRAFIA

Britto, J. & Fontes, N. (2002), *Estratégias para Eventos – Uma ótica do Marketing e do Turismo*, São Paulo: Editora Aleph.

Chevalier, J. & Gheerbrant, A. (1983) *Dictionnaire des Symboles: Mythes, Rêves, Coutumes, Gestes, Formes, Figures, Couleurs, Nombres*. Paris: Éditions Robert Laffont.

Coelho, A. (1993). *Festas, Costumes e outros materiais para uma Etnologia de Portugal*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Eliade, M. (1957). *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. Trad. de Rogério Fernandes. Lisboa: Edição Livros do Brasil.

Horkheimer, M. & Adorno, T.W. (1978). *Temas básicos de Sociologia*. São Paulo: Cultrix.

J.D.F., Badaladas (1984). *Festas do carnaval – subsídios para a sua história*. Torres Vedras.

Lima, A. (2008). Para a Reconstrução dos Conceitos de Massa e Identidade. *Revista Psicologia Política* [Online], 7(14). Disponível: <http://www.fafich.ufmg.br/~psicopol/seer/ojs/viewarticle.php?id=37>.

Matias, M. (2004). *Organização de Eventos, Procedimentos e Técnicas*, 3ª Edição, São Paulo: Manole.

Matos, V. (2001). Carnaval de Torres uma tentativa de periodização. in *Turres Veteras III – Actas da História Contemporânea* (pp. 177-183). Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras, Setor da Cultura, Instituto de Estudos Regionais e Municipalismo “Alexandre Herculano”.

Matos, V. (2007). *Carnaval de Torres. Uma História com Tradição*. (2 ed.). Torres Vedras: Câmara Municipal.

Pedro, F.; Caetano, J.; Cristiani, K.; Rasquilha, L. (2005). *Gestão de Eventos*, Lisboa: Quimer.

Ralha, J. (2006). Carnaval de Torres: um relatório de processo. In *História das Festas* (pp.305-314). Câmara Municipal de Torres Vedras, Universidade de Lisboa: Edições Colibri

Raposo, P. Imagens do Carnaval de Torres Vedras: Processos de Objectivação da Cultura. in *Turres Veteras III – Actas da História Contemporânea* (pp. 201-208). Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras, Setor da Cultura, Instituto de Estudos Regionais e Municipalismo “Alexandre Herculano”.

Reis, C. (2001). O Carnaval de Torres Vedras nos primeiros quarenta anos do século XX. in *Turres Veteras III – Actas da História Contemporânea* (pp. 185-197). Torres Vedras: Câmara Municipal de Torres Vedras, Setor da Cultura, Instituto de Estudos Regionais e Municipalismo “Alexandre Herculano”.

Watt, D. C. (2004). *Gestão de Eventos em Lazer e Turismo*. Porto Alegre: Bookman.