



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais.

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de Mestre em **Turismo**,
especialização em **Administração e Gestão do
Turismo**.

Evandro João da Silva Machado Brandão Baía

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

OUTUBRO 2022



CATÓLICA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais.

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de Mestre em **Turismo**,
especialização em **Administração e Gestão do
Turismo**.

Evandro João da Silva Machado Brandão Baía

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Emese Panyik**.

Agradecimentos:

Nesta viagem não faltaram os grandes obstáculos, mas também não faltaram os momentos de alegria, diversão e conquista. Agora terminado este percurso, chegou o momento de seguir viagem num outro rumo. Que as experiências partilhadas no percurso até aqui sejam a alavanca para alcançar a alegria de chegar ao destino projetado. Ao longo destes anos de Mestrado, pude contar com o apoio de várias pessoas, às quais estarei para sempre muito grato e que serão levadas eternamente no meu coração.

À Universidade Católica, pela formação de excelência que sempre me proporcionou, pelo sentimento de pertença e por me fazer sentir sempre em casa. Aos seus funcionários, pela simpatia e disponibilidade prestada.

Aos Professores, pelo seu saber e profissionalismo e por todo o apoio dado. Aos Coordenadores, Professora Doutora Carla Pinto Cardoso e Professor Doutor Nuno Fazenda, pelo seu saber, gosto e paixão que colocam em tudo aquilo que fazem e por todo o acompanhamento prestado durante este nosso percurso. À Professora Doutora Alexandra Esteves, pelo seu profissionalismo, dedicação, gosto e disponibilidade em ajudar os alunos. Ao Professor Doutor Carlos Miranda, por toda a sua sabedoria inigualável e ao Professor Doutor Varico Pereira, por me ter proporcionado uma maior visão e conhecimento no que diz respeito ao ramo da hotelaria. À Professora Doutora Emese Panyik, um agradecimento especial por ter aceitado este projeto e ajudar-me em todo o caminho, pela sua maneira de ser, pela sua paixão e por toda a sua boa disposição sem a qual o curso não seria o mesmo, por ter acreditado em mim e nas minhas capacidades, pelo seu profissionalismo, carisma e por toda a ajuda que teve para comigo durante estes anos de mestrado.

Por último, um agradecimento aos meus pais que me deram a preciosa oportunidade de prosseguir os estudos e de seguir os meus sonhos e ao meu padrinho por me ter inculcido este gosto pelo mundo automóvel que hoje sem ele eu nunca teria em primeiro lugar conseguido realizar este projeto.

Índice

Agradecimentos.....	3
Lista de gráficos e tabelas.....	6
Lista de Acrónimos.....	8
Lista de Figuras.....	9
Resumo.....	10
Abstract.....	13
Introdução.....	16
Capítulo I – Evolução do desporto automóvel até à atualidade.....	18
1.1 História do desporto automóvel.....	18
1.2 Eventos pioneiros históricos.....	19
1.3 Eventos pioneiros e sua evolução em Portugal.....	20
Capítulo II - Eventos desportivos e Turismo.....	28
Capítulo III - Os casos de estudo.....	33
3.1 Rampa da Falperra.....	33
3.2 Rampa do Caramulo.....	34
3.3 Caramulo Motorfestival.....	36
Capítulo IV – Metodologia.....	37
4.1 Plano de pesquisa.....	37
4.2 Métodos de pesquisa mista.....	39
4.3 Metodologias qualitativas.....	41
4.4 Metodologias quantitativas.....	46
4.5 Amostragem.....	48
Capítulo V - Análise de dados.....	49
5.1 Análise de dados quantitativos.....	49
5.1.1 Análise da importância dos fatores.....	53
5.2 Análise dos dados qualitativos.....	70
5.2.1 Rampa da Falperra.....	70
5.2.2 Rampa do Caramulo e Caramulo Motorfestival.....	79

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Capítulo VI – Conclusões.....	88
Bibliografia.....	98
Anexos.....	100

Lista de Gráficos e tabelas

Gráfico - 1: Organização da amostra segundo o sexo.

Gráfico - 2: Organização da amostra segundo a ocupação.

Gráfico - 3: Organização da amostra segundo o rendimento líquido mensal.

Gráfico - 4: Organização da amostra segundo o estado civil.

Gráfico - 5: Organização da amostra segundo a integração de uma entidade desportiva.

Gráfico - 6: Organização da amostra segundo a fonte de conhecimento deste evento.

Gráfico - 7: Organização da amostra segundo a distância do evento ao conselho de residência.

Gráfico - 8: Organização da amostra segundo a avaliação pessoal do impacto das seguintes corridas na vida de cada inquirido.

Gráfico - 9: Organização da amostra segundo a preferência do método de assistência em relação aos casos de estudo.

Gráfico - 10: Organização da amostra segundo a frequência de assistência a eventos automobilísticos antes da pandemia de Covid-19.

Gráfico - 11: Organização da amostra segundo a frequência de assistência a eventos automobilísticos após o surgimento da pandemia de Covid-19.

Gráfico - 12: Organização da amostra segundo a relação entre a frequência de assistência aos eventos retratados e a recomendação para visitar os locais de acolhimento dos mesmos.

Gráfico - 13: Organização da amostra segundo a recomendação a algum familiar ou amigo próximo.

Gráfico - 14: Organização da amostra segundo a recomendação pessoal a amigos ou familiares para visitarem a cidade de Braga e a vila do Caramulo.

Gráfico - 15: Organização da amostra segundo o grau de importância dado à Rampa da Falperra no eixo económico, no eixo social e no eixo cultural.

Gráfico - 16: Organização da amostra segundo o grau de importância dado à Rampa do Caramulo no eixo económico, no eixo social e no eixo cultural.

Gráfico - 17: Organização da amostra segundo o grau de importância nos calendários culturais dos locais de acolhimento.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Gráfico - 18: Organização da amostra segundo grau de excelência que os casos de estudo possuem como evento desportivo dentro da modalidade em que estão inseridos.

Gráfico - 19: Organização da amostra segundo o grau de excelência em parâmetros-chave que tornam a rampa da Falperra um evento coeso e conciso.

Gráfico - 20: Organização da amostra segundo o grau de excelência em parâmetros-chave que tornam a rampa do Caramulo um evento coeso e conciso.

Gráfico - 21: Organização da amostra segundo a classificação dos casos de estudo como fonte de investimento futuro de forma a atrair uma maior densidade demográfica no que toca a atividade turística.

Tabela - 1: Identificação dos pontos positivos e negativos dos locais de estudo.

Tabela - 2: Identificação e descrição das entidades entrevistadas.

Tabela - 3: Identificação da sessão de observação entre o Dr. Rogério Peixoto e o Prof. António Joaquim Araújo de Azevedo.

Tabela - 4: Organização da amostra segundo uma opinião pessoal na perspectiva de poderem contribuir para uma melhoria dos casos de estudo.

Lista de Acrónimos

FPAK: Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting.

ACP: Automóvel Clube de Portugal.

F1: Fórmula 1.

NASCAR: National Association for Stock-CAR Racing.

GCD TAP: Grupo Cultural e Desportivo da Transportadora Aérea Portuguesa.

TAP: Transportadora Aérea Portuguesa.

FCP: Futebol Clube do Porto.

EVS: Estrela e Vigorosa Sport.

RTP: Rádio Televisão Portuguesa.

CPM: Campeonato de Portugal de Montanha.

CAM: Clube Automóvel do Minho.

WRC: World Rally Championship.

CAMI: Clube Aventura do Minho.

Lista de Figuras

Figura - 1: Método de seleção de candidatos para as entrevistas-chave na criação de dados primários.

Figura - 2: Pontos-chave da entrevista da rampa da Falperra.

Figura - 3: Linha cronológica da evolução da Rampa da Falperra.

Figura - 4: Pontos-chave que contribuíram para o sucesso da Rampa da Falperra.

Figura - 5: Vínculos que identificam o território Bracarense como parcela ligada ao desporto podendo ser relacionados com a forte atracção e sucesso da Rampa da Falperra.

Figura - 6: Modus operandi de como funcionam as campanhas da cadeia de hotéis do Bom Jesus e sua relação com o aumento da massa humana e imagem do evento e da própria cadeia de hotéis.

Figura - 7: Classificação dos tipos de participantes que frequentam este evento.

Figura - 8: Esquema do cliente-tipo que frequenta este tipo de eventos.

Figura - 9: Problemas a serem abordados de forma a melhorar o evento em questão.

Figura - 10: Vantagens intrínsecas ao local do evento (Rampa da Falperra e Caramulo Motorfestival).

Figura - 11: Pontos-chave das entrevistas com o Dr. Fernando Batista e com o Dr. Salvador Patrício Gouveia.

Figura - 12: Evolução da valorização do traçado de forma a ser um contributo para a vila do Caramulo.

Figura - 13: Objetivos do Targa Clube para a Rampa do Caramulo no Campeonato Nacional de Montanha.

Figura - 14: Evolução da Rampa do Caramulo.

Figura - 15: Principais impactos que o Caramulo Motorfestival exerce tornando assim este impacto global numa perspectiva nacional.

Figura - 16: Evolução do Caramulo Motorfestival.

Figura - 17: Relação com o aumento da notoriedade do festival com a auto-suficiência e evolução positiva da opinião pública sobre o museu e sobre o evento.

Figura - 18: Vantagens e desvantagens criadas pelo evento Caramulo Motorfestival.

Resumo

O desporto automóvel em Portugal, é um tipo de atividade, acarinhada entre os portugueses de todas as idades, sendo entusiastas ou não, esta prática desportiva para além da importância que têm a nível internacional.

A investigação do local de acolhimento destas provas traz ao de cima, um novo olhar sobre os mesmos locais, uma nota positiva no que toca a atracção de turismo e com ele a criação de novos postos de trabalho, maior receita económica, assim como a elevação e reconhecimento destes locais.

Desde o principio da era automóvel, ou seja, desde a invenção do motor de combustão, que esta invenção passou por muitas adversidades face ao meio de transporte de eleição da altura no final do séc. XIX, o cavalo, uma vez que, os transportes que até então eram todos movimentados por meio de animais.

Desde os primeiros eventos de carácter desportivo onde se começou com a experiência e procura de novos métodos para tornar esta invenção viável até aos dias de hoje destacando alguns eventos sempre com o ênfase na perspectiva de Portugal foi no mundo do desporto automóvel que se refinou e aperfeiçoou o conceito da carruagem sem cavalos.

Dentro da plenitude de eventos que têm lugar em Portugal apenas serão considerados dois eventos ambos pertencentes ao campeonato internacional de montanha organizado pela FPAK (Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting).

Uma vez que, no âmbito de uma abordagem mais concisa e mais concentrada, nesta amostra que seguramente não representa o desporto automóvel português na sua totalidade consegue no entanto resumir e mostrar nestes eventos de «pequena» dimensão o panorama geral do desporto automóvel numa visão mais alargada sendo estes eventos o cerne da investigação em causa.

O objetivo da investigação engloba duas provas distintas embora pertencentes à mesma modalidade, ambas provas de elevado prestígio e com um potencial imenso que pode ser explorado com mais pormenor e pode ser tirado mais proveito destes dois eventos, elevando-os para um patamar superior que aquele que se encontram sendo eles a rampa

da Falperra e a rampa do Caramulo, provas inseridas no campeonato de montanha Europeu e Nacional.

A rampa da Falperra uma prova de renome internacional que tem as suas origens na década de 20 do século passado (1927), tendo esta prova começado como uma competição amadora nas primeiras edições até à edição de 1960 tendo sido organizadas estas últimas pelo ACP (automóvel Clube de Portugal).

Passou a integrar o campeonato nacional em 1976 data sobre a qual a rampa contou com uma elevação no seu prestígio especialmente em 1984 ano onde foi possível a realização de duas provas uma a contar para o campeonato nacional e outra para a realizar a entrada para o campeonato europeu tendo contado a partir desse ano para o europeu e para o nacional da montanha.

Com inúmeras participações televisivas até ao ano de 2001 ano da última rampa até à sua eventual reabertura em 2010 tendo então este evento recebido ainda mais atenção mediática, especialmente com o realizar do Masters of Hillclimb no presente ano de 2021.

O segundo evento, a rampa do Caramulo começa a sua história em 1979 quando a sua primeira edição tem lugar na serra do Caramulo, tendo sido uma prova que já passou, ao longo de mais de 40 anos de existência por alguns impasses especialmente esta prova esteve encerrada em 1993.

Em 2006, ano em que foi reaberta a convite pelo Museu do Caramulo feito ao Targa Clube que agora assume com mérito este belíssimo evento que serpenteia as estradas até ao cume da serra, sendo este também palco do Caramulo Motorfestival assumido e dirigido pelo museu que ali reside.

Foram feitas entrevistas-chave pelo facto que a abertura das pessoas que se encontram diretamente envolvidas neste tipo de atividade permitem uma obtenção e aquisição de dados primários mais concisa.

Desta maneira uma visão mais concreta de pontos que podem não ser discriminados em grupos onde mesmo que haja uma percentagem de pessoas que esteja atualizada sobre as informações do evento não possuem um conhecimento tão vasto em certos aspetos que só os envolvidos na organização deste eventos podem fornecer, como factos

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

relacionados com cadernos de encargos, verbas para as instituições, patrocinadores, contratos com cadeias televisivas.

Foi privilegiado este método também por permitir um contacto com as entidades organizadoras que por outros métodos de pesquisa qualitativa ou quantitativa não gerariam o mesmo impacto ou o mesmo ênfase pois este método permite avaliar de maneira mais exaustiva e precisa todo o historial que estes eventos possuem e que vão acumulando ao longo das edições que vão sendo realizadas todos os anos.

Os questionários serviram para perguntar à população geral como é que estes eventos afetam a localidade onde estes se realizam assim como as populações vizinhas, avaliar como se movimenta a economia local quando estes eventos são realizados e que recitas estes geram nas comunidades locais, o alcance destes eventos não só para quem visita em território nacional mas também quem vem de fora, e o possível impacto nestes eventos (Caramulo e Falperra).

Abstract

Motor sports in Portugal, is a type of activity, cherished among the Portuguese of all ages, enthusiasts or not, in addition to the importance they have internationally, the investigation of the host location of these competitions brings to the top, a new look on these places, a positive note when it comes to attracting tourism and with it the creation of new jobs, higher economic revenue, as well as the elevation and recognition of the latter.

Since the birth of the automobile, that is, since the invention of the combustion engine, the car has gone through many adversities when facing the means of transport of choice at the time in the late nineteenth century, the horse, since it was, a means of transportation more widespread than the automobile.

Since the first motorsport events we saw the beginning of experience and search for new methods to make this invention viable, even today, highlighting some events always with the emphasis on the perspective of Portugal, it was in the world of motorsports that the concept of the horseless carriage was refined and perfected.

Within the plenitude of events that take place in Portugal only two events will be considered, both belonging to the international mountain championship organized by the FPAK (Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting), since, in the scope of a more concise and more concentrated approach, where this sample certainly doesn't represent the Portuguese motor sport in its entirety it manages however to summarize and show in these "small" events the general panorama of motor sport in a broader vision, being these events the core of the research in question.

The purpose of this research encompasses two distinct events, although belonging to the same category, both highly prestigious and with a huge potential that can be explored in even more detail and therefore bringing out more positive results from these two events, raising them to a higher level than the one they reside: the Falperra Hillclimb and the Caramulo Hillclimb, both of which are part of the European and National Mountain Championships.

The Falperra Hillclimb is an internationally renowned event that has its origins in the 1920's (1927), it started as an amateur competition in its first editions until 1960, when it was organized by ACP (Automobile Club of Portugal).

In 1976 it became part of the National Championship, and in 1984 two races were organized, one for the National Championship and the other for the European Championship, counting from that year on for both categories.

With numerous television appearances until 2001, the year of the last hillclimb, until its eventual reopening in 2010, this event received even more media attention, especially with the holding of the Masters of Hillclimb in this year of 2021.

The second event, the Caramulo Hillclimb, starts its history in 1979, when its first edition took place in the Caramulo mountain range. It has been an event that has already more than 40 years of existence, with some obstacles, especially when this event was closed between 1993 and 2006, year in which it was reopened by an invitation made by Museum of Caramulo to Targa Club, which now assumes with merit this beautiful event that winds the roads to the mountain top, being this also the stage of Caramulo Motorfestival, assumed and directed by the museum that resides there.

Key interviews were made due to the fact that the doors opened by the people who are directly involved in this type of activity allows for the acquisition of primary data and, in this way, a more concrete vision of points that may not be discriminated in groups where, even if there is a percentage of people who are updated on the event information, do not have a vast knowledge on certain aspects that only those involved in the organization of these events may provide, such as facts related to specifications, funds for institutions, sponsors, contracts with television channels.

This method was also privileged because it allows to contact with the organizing entities that other qualitative or quantitative research methods would not generate the same impact or the same emphasis, since this method allows a more exhaustive and accurate assessment of the entire history of these events, which accumulates over the editions that are held every year.

The questionnaires were used to ask the general population how these events affect the hosting grounds where they take place as well as the neighbouring populations, to evaluate how the local economy moves when they take place and what revenue they

generate in the local communities, not only for those visiting in national territory but also for those coming from abroad.

Introdução

Desde a primeira metade do século XIX, a humanidade viu os benefícios da produção em massa e o que poderia ser explorado com a ajuda de máquinas para fundir e criar mais e mais ferramentas para a vida quotidiana, introduzidas pela primeira vez com James Watt em 1829 com a máquina a vapor que foi incorporar todas as fábricas e linhas de montagem para auxiliar nos trabalhos mais arriscados da época, sendo um dos usos mais famosos a invenção do comboio a vapor com a criação da Rocket e da Northumbrian em 1829 e 1830, respectivamente.

O mesmo aconteceu com a invenção do carro no final do século em 1886 com a invenção do 3 Wheeler Motorwagen que deu vida ao primeiro motor de combustão interna e deu lugar a uma das mais importantes invenções do homem, a carruagem sem cavalos.

No início do século XX a partir do ano de 1900 a grande maioria das pessoas ainda dependia dos cavalos para fazer as suas viagens, para fazer troca de mercadorias e ir aos lugares das elites da sociedade, para ganhar dinheiro ou ter um pouco de prazer.

Para o viajante moderno nas estradas do interior, existia um grande problema é que essas viagens costumavam levar meses para serem realizadas principalmente por via terrestre, se fosse pobre o único meio de transporte era o cavalo que ficava quieto no quintal da casa.

Outro problema que se colocava era o facto das viagens a cavalo serem longas e muito exigentes para os animais, com numerosas paragens ao longo da estrada para descansar os cavalos, alimentá-los e dar-lhes de beber, não nos esqueçamos que as probabilidades de ser roubado e morto também eram muito altas, especialmente quando a viagem era longa ou cruzava o país de um lado para o outro.

O carro veio resolver todos esses problemas, primeiro era uma máquina e não um ser vivo o que veio diminuir as horas de viagem, não precisava descansar ao contrário dos cavalos só se avariava. Era mais seguro do que andar a cavalo e mais confortável também, uma alternativa «barata» era o comboio que poucos podiam pagar e o avião na época estava dando os seus primeiros passos.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

- Seguidamente a investigação tem um objetivo geral que se desdobra nos seguintes objetivos específicos:

- a. Importância dos eventos automóveis na perspectiva económico-social;
- b. Perceber o grau de conhecimento destes eventos junto do turista;
- c. Determinar a influência dos eventos desportivos na escolha dos destinos e atrações turísticas;
- d. Compreender a importância da influência dos eventos desportivos automóveis no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas;
- e. Avaliar o grau de interesse junto do turista para os dois casos de estudo (Falperra e Caramulo);
- f. Contrastar os pontos positivos e negativos destes eventos no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas;

Capítulo I – Evolução do desporto automóvel com perspectiva para o futuro

1.1 Evolução do desporto automóvel.

O desporto automóvel foi sempre desde a sua invenção como uma forma de fazer sobressair e destacar, traços que estão presentes desde sempre e que fazem parte da natureza das coisas e da própria condição humana, tanto em sentido literal como no sentido figurado.

O surgimento do automóvel trouxe evidentemente um novo meio capaz de ir ao encontro destes desejos básicos, nomeadamente o de reduzir e minimizar o esforço físico necessário para alcançar esse propósito.

Podemos averiguar que de facto é possível que este desejo possa ser encontrado na competição automobilística, pois mistura-se nela de maneira lúdica o nosso instinto mais competitivo, assim como, aquele desejo permanente e profundamente enraizado de ultrapassar o nosso próximo.

Mais ainda, o Homem ao procurar os limites da tecnologia simplificou a nossa vida quotidiana assegurando que esta fosse mais segura e resistente, uma vez que pode-se comprovar que não há melhor propaganda para um fabricante que o êxito desportivo, para além do mesmo ser um estímulo positivo para os colaboradores da marca já que quem sai vitorioso de uma corrida de circuito inevitavelmente é detentor e artífice de um bom produto.

Com a evolução dos tempos e da tecnologia, evolução da segurança, criação de novas pistas, novas marcas, e novas modalidades, a essência mantém-se até aos dias de hoje.

O maior contributo é para a economia local e nacional sendo a relação entre oferta e procura entre o evento e o público que procura sempre mais e mais do desporto não só como um meio para gerar receita para os cofres das ligas desportivas e para as organizações que se encontram por detrás de toda a operação mas também de poderem

fazer um franchising à volta do desporto tentando-o tornar mais apelativo para quem o vê pelos olhos da audiência mais jovem, ou pelo intenso marketing que é gerado à volta das ligas mais elitistas como a F1.

É também bastante assertivo que o desporto automóvel é sem dúvida um desporto que não apela a nichos sendo uma das maiores indústrias de propaganda e divulgação.

Existem até em alguns casos especialmente na América nas corridas de NASCAR onde as associações fazem todo o género de publicidades para não só apelarem às gerações mais velhas mas também com o intuito de trazerem as gerações mais novas, assim tem sido feito um pouco por todas as modalidades desportivas assim como toda a promoção que acolhe o desporto nesse local.

O turismo que todo o evento desportivo gera seja ele direto ou indireto, uma vez que atrai um fluxo de pessoas vindo de todos os cantos do mundo.

O desporto automóvel é e sempre será a vanguarda da tecnologia, será a apoteose do mundo tecnológico e do futuro automóvel pois a tecnologia vinga primeiro na competição antes de entrar na linha de produção sendo o palco de todas as inovações antes do mundo quotidiano, todas as funcionalidades que se encontram no carro do dia-a-dia estão presentes ou saíram do mundo do desporto automobilístico como uma forma de ganhar uma vantagem sobre a competição na luta por prestígio.

1.2 Eventos pioneiros históricos

Em 1886, foi criado o primeiro automóvel a motor de combustão patenteado por Karl Benz, e Gottlieb Daimler que segundo Schlegelmich e Hartmut (2006) foi alvo de muitos elogios tendo sido registado num prospecto publicitário e citando: «*um veículo agradável que sobe bem as encostas*», (Schlegelmich, & Hartmut, 2006).

Se este veículo caso fosse confrontado com o primeiro Daimler desse mesmo ano teria sido presenciado, uma situação verdadeiramente competitiva sendo este automóvel um marco histórico no desporto automobilístico.

O primeiro trajeto de longa distância realizado sem a ajuda de animais numa rota de 126 km entre Paris e Rouen é reservado a «carros sem cavalos», anunciado a 12 de Julho de 1894 pelo *Petit Journal* de Paris foi uma prova concebida para demonstrar os últimos avanços da tecnologia da altura, numa época onde se estava verdadeiramente a efetuar uma transição entre a mobilidade feita por animais e uma mobilidade feita pela na altura aclamada «carruagem sem cavalos».

Nessa corrida foi registado um total de 21 veículos motorizados com as mais variadas propulsões, seja ela por eletricidade, movimento hidráulico, eletropneumático, vapor, ar comprimido e outros tipos de mecânica de combustão, sendo primeiro a cruzar a linha de chegada foi o trator a vapor do Marquês Phillipe Albert Dion, que puxava uma carruagem Vitória cheia de passageiros.

No entanto o prémio para melhor carro foi conseguido em parceria por um Peugeot e por um Panhard-Levassor que chegaram a seguir ambos equipados pela mecânica fornecida e patenteada por Gottlieb Daimler com uma velocidade média de 20,5 km/h.

Segundo Schlegelmich e Hartmut (2006) numa publicação de engenheiros franceses que assistiu à competição, fez uma avaliação a esta corrida onde se verifica que a mesma ia «*acelerar provavelmente a solução definitiva para o problema do transporte mecânico por estrada*» (Schlegelmich, & Hartmut, 2006).

Outro evento pioneiro que é considerado como um evento decisivo nesta fase de transição foi a «Course de Vitesse Paris-Bordeaux-Paris», com 1192 km de distância realizada entre 11 a 14 de Junho de 1895, tendo se destacado por ter sido um verdadeiro evento de velocidade e resistência.

Note-se pelo facto de que dos 22 veículos que se inscreveram nesta prova apenas 9 chegaram ao fim. Seis destes carros com o motor patenteado por Daimler Benz, chegando em primeiro com 48 horas e 48 minutos, tendo dado seis horas de vantagem sobre os pilotos da Peugeot sendo um deles, o empresário, inventor e entusiasta Emile Levassor.

1.2.1 Eventos pioneiros e sua evolução até aos dias de hoje em Portugal

Em Portugal, embora com volume e intensidade diferentes das que se registaram um pouco por toda a Europa, o automóvel também teve o seu papel na alteração da

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

mobilidade, tanto no trabalho como no lazer, na descentralização dos espaços urbanos e num conjunto variado e distinto de modificações sociais, legais, culturais e económicas.

Porém, ao contrário do que sucedeu em vários países europeus, a indústria automóvel, mesmo que em pequena série, não vingou entre nós pelo que, a par da ostentação e dos sinais exteriores de saúde financeira dos seus felizes proprietários.

Os automóveis acabaram por contribuir para um incremento do défice da balança comercial com o exterior, em vez de ser um reforço para a componente industrial, com o reforço consequente do emprego especializado e com uma diminuição da saída de divisas.

Por outro lado, numa perspectiva estritamente interna no nosso país, a difusão dos automóveis permitiu aumentar a eficiência de serviços no território nacional, sobretudo na área pública dos transportes ou na área privada da distribuição de bens e de serviços.

Para além disso, os automóveis criaram novos empregos directos nomeadamente o requerimento de mão-de-obra especializada, especialmente na área da assistência técnica, o que implicou um grande investimento imobiliário em maquinaria e ferramentas variadas, para além de exigirem de parte da nossa elite académica estudos e aplicações práticas para um desenvolvimento mais a fundo desta nova invenção, nos mais variados domínios.

Culturalmente, o automóvel trouxe a um número ainda que na altura restrito de pessoas um sentimento de autonomia que até aí apenas a ferrovia e a bicicleta, se bem que ambas com as suas limitações próprias, tinham conseguido.

Em 1907, citando Rodrigues (2012) na imprensa portuguesa, escrevia-se este libelo laudatório a favor dessa forma de transporte:

«Somos dum tempo em que o caminho-de-ferro (...) era para o veículo hipomóvel o que o automóvel hoje parece ser para aquele, não se imaginando que a ciência alguma vez pudesse e devesse dar melhor do que a locomotiva de doce deslizar no rail. O que é um wagon de lugares apinhados para dez ou doze pessoas ao pé do automóvel onde se vai só ou com duas pessoas quando muito? O que é o rail que nos regula e mede a fantasia ambulatória ao pé da roda variável, de aro desnudado ao ar que connosco flutua na paisagem? E a atitude fixa e imodificável? (...) O wagon é ainda a escravidão; o

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

automóvel é a liberdade. Uma vez acostumados a ele, ninguém mais o dispensará. Eis porque ele percorrerá o mundo e estamos certos disso.» (Rodrigues, 2012).

A consolidação do automóvel como objecto de consumo confirmou-se rapidamente ao longo dos primeiros anos do século XX na generalidade do mundo ocidental.

Em Portugal, para além do incremento das vendas no universo dos particulares, ele foi-se imiscuindo gradualmente em áreas tão díspares como nos transportes regionais, na logística do exército, dos hospitais e das lojas de distribuição, nos veículos de praça, ou ainda como meio de transporte privilegiado das profissões liberais.

Em terras portuguesas, a primeira prova de cariz desportivo realizou-se em 1902 no hipódromo de Belém em Agosto mas em vez de ser uma prova de longa distância foi uma prova curta dentro do hipódromo num circuito improvisado numa distância total de 12200 metros.

O Hipódromo de Belém foi um lugar de génese do desporto em Lisboa, sendo inaugurado em Junho de 1874 e estava situado a 500 metros a poente do Mosteiro dos Jerónimos foi uma obra concebida para naturalmente acolher as várias modalidades do desporto hípico mas foi também observado que seria um lugar de excelência para o desporto automóvel e para outros desportos em questão assim como o «voo» do primeiro avião em Portugal a 27 de Outubro de 1909 quando o francês Armand Zipfel aos comandos de um Voisin-Antoinete voaria por 200 metros atingindo uma altura máxima de 8 metros tendo esta estrutura sido imortalizada na obra «*Os Maias*»:

«O hipódromo elevava-se suavemente em colina, parecendo, depois da poeirada quente da calçada e das cruas reverberações da cal, mais fresco, mais vasto, com a sua relva já um pouco crestada pelo sol de Junho e uma ou outra papoula vermelhejando aqui e além. (...) Para além, dos dois lados da tribuna real forrada de um baetão vermelho de mesa de repartição, erguiam-se as duas tribunas públicas, com o feitio de traves mal pregadas, como palanques de arraial.» (Queiroz, 1978).

Outra prova de renome realizada a 27 de Outubro do mesmo ano foi a realização da prova internacional Figueira da Foz-Lisboa que começaria na estância balnear ao Campo Grande em Lisboa tendo esta corrida como objetivo a popularização do desporto e criar uma agremiação para interesses particulares, dando origem ao Real Automóvel Clube de Portugal.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Com efeito e segundo Rodrigues (2012) é possível averiguar que com o realizar desta competição foi constituído um ponto de inflexão no automobilismo em Portugal, não só no capítulo desportivo, uma vez que ficou claramente provado que, este desporto reservado praticamente às elites, iria possuir e ter junto do povo português uma enorme popularidade, assim como, no despertar do ainda pequeno mas ainda jovem comércio automóvel de então.

De facto é possível averiguar também segundo Rodrigues (2012) que, até à prova da Figueira pouca tinha sido a atividade efetuada pelos poucos representantes de marcas de automóveis que existiam, no nosso país.

«Foi um verdadeiro sucesso a corrida do dia 27; em si e nas suas naturais consequências. Em si: pela extensão do percurso que a fez entrar na primeira ordem das que se têm realizado até hoje; pela qualidade e quantidade dos veículos onde se acham representadas todas as classes de máquinas conhecidas em número suficiente para comparações e deduções práticas; pela muito notável circunstância de não se dar um só desastre com a população que transita nas estradas, apesar da enorme velocidade de algumas máquinas. (...) É fora de dúvida que o país inteiro, em grande parte por intuição, mostra pelo facto um vivo interesse que convém aproveitar em benefício público. (...)» (Rodrigues, 2012).

Foi visível o gradual interesse pelas grandes corridas automobilísticas, que começou a ter uma forma mais definida e mais consolidada especialmente pelos países do continente europeu e da América, uma vez que possuíam as economias mais fortes. Desta forma o avanço da tecnologia progrediu imenso com o investimento na criação de automóveis sendo possível a aplicação de novas tecnologias para o serviço da comunidade e na busca de prestígio nas pistas como os autódromos tendo sido especialmente a década de 20 e de 30 marcada pela afluência destes circuitos.

Os circuitos urbanos atraíram uma grande diversidade turística às cidades onde estes se realizavam, embora dois dos principais e talvez com mais história já tenham sido extintos como o Circuito da Boavista na cidade do Porto, e o Circuito de Vila do Conde, conhecido também como «A princesa do Ave».

Estas provas de itinerário fechado a nível internacional atraíam grande número de pessoas por causa da novidade que ainda eram tornando assim uma possibilidade a ser

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

explorada em relação às provas de longa distância na altura que começavam num ponto A e acabavam no ponto B, e também porque as outras modalidades ainda estavam a dar os seus primeiros passos.

Apesar de terem cativado ao longo de décadas a imaginação e a busca pela adrenalina das corridas fechadas, para além de terem trazido modalidades como a Fórmula 1, mundial de resistência, provas dos regionais e mundiais de turismo apenas o circuito de Vila Real sobreviveu ao fecho gradual pelas associações desportivas.

Segundo Abreu (2017) o circuito de Vila do Conde que na altura na década de 60 era conhecido por ser um circuito de velocidade pura, suscitava assim mais adrenalina e mais interesse ao público que ia ver este tipo de prova.

Sucesso esse que resultou na constituição de uma organização em 1959 que visava vários clubes do norte do país naquele circuito que investiram em aspetos como a segurança, e a logística das infra-estruturas: «a constituição de uma estrutura associativa que agregava vários clubes com tradição automobilística na região do Grande Porto, beneficiando do sucesso considerável da Boavista que, recorde-se, tinha recebido pela primeira vez a F1 no ano anterior. Esta coligação de clubes tornou-se conhecida como Secção Automóvel dos Clubes do Norte (...) Foi este grupo que, juntamente com o novo presidente da câmara, Carlos Pinto Ferreira, e o secretário do ACP-Norte, José Guilherme Pacheco, se dedicou à organização do evento em 1959, investindo claramente no melhoramento logístico e da segurança da pista construindo novas bancadas, vedações, pontes pedonais etc.» (Abreu, 2017).

Segundo Abreu (2017) foi a partir da década de 60 também que este circuito conheceu o maior grau de popularidade até ao seu encerramento em 2003, concedido graças aos laços criados entre a Câmara municipal e a Comissão municipal do Turismo como nos assim cita: «A partir de 1963, era o Estrela e Vigorosa Sport que, com algum apoio logístico do ACP, assumia as rédeas da organização do circuito, em estreita colaboração com a Câmara Municipal e a Comissão Municipal de Turismo. Desde cedo que a aliança entre o turismo e o circuito se manifestou, e com a massificação da mobilidade turística nacional e internacional e o aumento da popularidade das estâncias balneares tornava o Circuito de Vila do Conde (geralmente organizado no pico do Verão) num excelente aliado para a projeção da cidade como destino.» (Abreu, 2017).

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Vila do Conde que teve o seu último ano no ativo em 2003 e segundo Abreu (Abreu, 2017) após um registo de acidentes graves que tiraram a vida a várias pessoas deixando em destaque uma tragédia que se registou em 1972: «a prova de 1972 ficaria marcada pela tragédia, muito à custa de uma das falhas de segurança que havia ficado por resolver as proteções na zona do Rio e da Seca custando a vida ao popular piloto Luís Fernandes» (Abreu, 2017).

Apesar dos múltiplos avisos de que o circuito tinha de ser alterado ou melhorado tendo no ano a seguir sido asfaltado por completo e os rails reforçados em alguns pontos críticos, anos mais tarde em 1983 num acidente no campeonato de motos que viria a afastar por completo a modalidade das duas rodas definitivamente do circuito.

Nos inícios dos anos 90 após uma contínua negligência das condições de segurança a organização restringiu ao máximo a velocidade atingida neste circuito onde entre 1999 e 2003 este traçado estava longe do original que visava apenas um objetivo velocidade pura.

Na cidade do Porto o circuito da Boavista apesar de se localizar em pleno centro do Porto este também partilhou do mesmo destino que teve o seu homólogo.

O circuito da Boavista foi um circuito criado também 1931 em pleno centro do Porto que teve o seu auge na década de 50 com a realização de dois grandes prémios de Formula 1 em 1958 e em 1960 sendo visto na altura como um dos circuitos mais emblemáticos em Portugal.

No entanto não se sabe porque é que se decidiu cancelar a realização deste circuito nos anos seguintes, um dos possíveis fatores poderá ser devido ao circuito que ficava em Vila do Conde que se situava na vizinhança do Porto.

Desta forma o circuito da Boavista só regressou em 2005 para realizar um evento de carros históricos e para realizar provas desportivas de dois em dois anos tornando esta infraestrutura menos viável que o circuito de Vila Real que em 2013 já contava como ronda do campeonato ibérico de turismo e do mundial da mesma modalidade dispensando assim a realização de um circuito que no ponto de vista comercial não teria tanto impacto como o de Vila Real.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Durante o século XX podemos dizer que Portugal teve vários eventos desportivos que estiveram à altura e que fizeram inveja, e hoje ainda deixam saudades a muitos fãs do desporto automóvel que nenhum aficionado pode negar a sua importante marca para o desporto nacional seja pelas melhores ou pelas piores razões.

O Rally de Portugal, albergou a sua primeira edição em 1967 fundado por César Torres, onde na altura segundo Corrêa (2016) este evento era conhecido não como ele é feito hoje em dia assim como o seu nome era diferente.

Era conhecido como Rallye internacional do GCD TAP que era um rally aberto ao público mas em especial para os trabalhadores da TAP tendo na sua primeira edição por exemplo um estilo de partida como se fazia à altura para o aclamado Rally de Monte-Carlo e citando: «Das cidades onde a Transportadora Aérea Portuguesa operava foram dez, as cidades escolhidas pelos concorrentes para a partida da primeira edição: Londres, Copenhaga, Munique, Amesterdão, Frankfurt, Bruxelas, Paris, Madrid, Porto e Lisboa» (Corrêa, 2016).

Outro aspeto que destacou esta edição foi também o facto de que à época ainda não existir por exemplo o sistema de cronometragem que hoje se possui que só começou a ser desenvolvido com mais afinco em meados da década de 70, com a criação do campeonato mundial em 1973 o que contribuiu para que o sistema de velocidade média em troços de ligação fosse gradualmente eliminado.

Assim como correr em estradas públicas, que segundo Corrêa (2016) como não eram interditas a probabilidade de ocorrer acidentes era muito grande e também a crescente evolução da tecnologia automóvel contribuiu para que o aparecimento das super-especiais cronometradas de hoje em dia fossem aparecendo com mais frequência: « (...) Os troços cronometrados não tinham grande expressão. Os ralis decidiam-se nos setores de ligação, em estradas abertas ao público com apertados controlos horários e quilómetros “roubados” que obrigavam os pilotos a adotar um ritmo rápido do primeiro ao último metro (...)» (Corrêa, 2016).

Segundo Corrêa (2016) outro aspeto que agora não se vê nos rallies de hoje em dia, (tirando algumas exceções como em Monte-Carlo na etapa do Col do Turini) e que se via como um caso mais afetivo por haver menos tráfego e também acaba por dar algum carisma às provas eram as super-especiais à noite.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Especiais essas que por sua vez testavam a capacidade de conhecimento do co-piloto do percurso que ele teria à sua frente, a sua capacidade de transmitir informações claras e precisas, sobre os obstáculos que se pudessem interpor à frente do piloto e a capacidade de concentração quer do piloto quer do co-piloto: « (...) A noite assumia preponderância no horário da prova, pois havia menos trânsito e as médias de velocidade a cumprir eram mais elevadas (...)» (Corrêa, 2016).

Este rally ao longo de toda a sua existência permitiu trazer a localidades onde o desenvolvimento económico era extremamente baixo para um patamar de desenvolvimento melhor e mais consolidado por causa dos troços que por ali adornavam.

Aos locais traziam-se os negócios e aficionados para mais perto deste desporto nacional como Sintra por causa de uma super-especial que se realizava totalmente à noite que ficou conhecida como a «Noite de Sintra».

Fafe por causa de ter uma das especiais mais rápidas do rally e por ter um dos saltos maiores do evento o famoso Salto da Pedra Sentada que ainda hoje é um salto que é visto como uma das referências mais reconhecidas quando se fala no Rally de Portugal ou o slalom em Estoril que servia como etapa de espectáculo antes de terminar o rally.

O circuito de Vila Real, é o único dos três circuitos fundados em Portugal que hoje sobrevive, foi fundado em 1931 numa década onde se viria a verificar o gosto e a paixão um pouco em toda a Europa que eram as corridas em itinerários fechados com uma duração estabelecida em quem fazia um determinado número de voltas e ganhava quem fosse o primeiro a cruzar a linha da meta ao fim dessas voltas e citando Abreu (2017): « inserido na explosão da realização de provas em circuito fechado verificado nesse mesmo ano – só nesse ano fizeram-se oito provas – fruto do grande entusiasmo de indivíduos ligados à indústria e aos poderes civis locais» (Abreu, 2017).

Esta prova atrai um grande número de pessoas por causa da localização central à cidade de Vila Real uma possibilidade que ao longo dos anos e atualmente é largamente explorada turisticamente, socialmente e economicamente ao invés das provas de longa distância na que começam num ponto A e acabam no ponto B, em estradas fora do âmbito urbano salvo algumas especiais.

Os aspetos que tornam este tipo de corrida muito atrativo são os seguintes:

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

-Realizam-se dentro de uma cidade que providencia muito lucro económico, movimentação de pessoas, assim como um retorno de prestígio enorme por serem numa localização central.

-O comércio de pequena e grande dimensão são fomentados pelo evento especialmente todo o tipo de comércio que esteja relacionado com a atividade desportiva que se vai realizar no local.

-O turismo local recebe um boost de reservas quer em alojamento à beira do evento quer em cidades vizinhas fomentando também o desenvolvimento sócio-económico dessas mesmas cidades.

-A longo prazo traz uma base fiel que poderá procurar estabelecer negócio na cidade de acolhimento sendo o evento um dos maiores fatores que contribui para as receitas desses negócios, normalmente inflacionada nos dias em que o evento decorre.

O Grande prémio de F1 em Portugal foi realizada entre 1958 e 1996 tendo a primeira edição sido realizada no circuito urbano da Boavista e a última no autódromo internacional do Estoril.

Durante os 38 anos de existência desta prova em Portugal, podemos dizer que ela foi marcada por vários interregnos possivelmente devido à afluência de várias provas que na altura também queriam ter um bocado do prestígio e do pináculo da tecnologia que é a fórmula 1.

Foi substituída por exemplo em 1961 pelo Grande prémio da Alemanha no Nürburgring que ainda utilizava o famoso circuito de mais de 20km conhecido pelo Nordschleife, um circuito que se realizava na estrada que ia dar a cidade de Nürburg.

Até 1996 a prova realizou-se sem grandes sobressaltos tendo a fórmula 1 saído de Portugal no ano a seguir devido a atrasos nas renovações do autódromo do Estoril atirando a candidatura do autódromo para o esquecimento não sendo integrado no calendário de 1997.

A Fórmula 1 quando veio a Portugal em 2020 para substituir uma prova que não foi realizada, em termos de receitas este evento trouxe um retorno estimado em mais de 30 milhões de euros, o que foi uma bênção em termos de receita para a modalidade e para o turismo da cidade de Portimão que tem outros fatores que favorecem uma presença

turística forte assim como o comércio local da cidade desde a restauração e lojas de pequeno comércio até aos hotéis onde ficaram as pessoas que vieram de outros países e regiões de Portugal para ver este evento em específico sendo desta maneira um intenso, vasto fomentador e movimentador de receita monetária.

Capítulo - II Eventos desportivos e Turismo (Revisão da Literatura)

Antes de podermos definir os conceitos de turismo automobilístico, uma breve definição de turismo será necessária.

Segundo Cudny e Jollife (2019) eles dão a seguinte definição: «Tourism is a social phenomenon and includes all phenomena of spatial mobility related to the voluntary, temporary change of the place of residence and the rhythm of life and personal environment, and encapsulates entering personal contacts with the visited environment» (Waldemar & Lee, 2019).

Assim também segundo os mesmos autores Waldemar e Lee, (2019) o desenvolvimento do mesmo, depende do local de acolhimento e das atratividades e dos recursos fornecidos por esse local, um dos fatores que pode influenciar essa atratividade é precisamente o calendário cultural do próprio local: «The development of tourism depends on the tourist attractiveness of a given place. This encompasses the occurrence of certain tourist attractions, natural and human made (e.g. monuments, climate, landscape, museums, historical buildings, culture, events etc.) which draws tourists away from their homes. It also includes infrastructure offering services for tourists like accommodation, gastronomy or transport» (Waldemar & Lee, 2019).

O turismo automóvel é definido por Waldemar e Lee (2019) da seguinte maneira: «all the activities undertaken during a tourist trip (business trips included), during which one of the main purposes guaranteeing basic tourism experience is to visit buildings, sites and spaces associated with the production, presentation and use of cars as well as to participate in car events» (Waldemar & Lee, 2019).

Segundo Hritz e Ross (2010) o turismo automobilístico tem como base toda receita gerada direta ou indiretamente pelos eventos automóveis que se realizam num determinado local numa determinada data fixa do calendário cultural do local de

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

acolhimento em questão: «It is widely understood that major sporting events contribute significantly to the economic development and tourist traffic in a city or region (...) and are a vital component of the marketing mix for tourist destinations (...) Sport tourism, as with the other types of tourism, is viewed as a vehicle for economic development in urban areas» (Hritz & Ross, 2010).

A partir destes pontos podemos inferir que os eventos automobilísticos e todo o turismo envolvente conseguem uma coordenação que pode trazer uma afluência de turistas que num espaço muito curto de tempo poderão trazer algum lucro para os negócios envolventes nesse local sendo eles naturais ou artificiais como assim cita Waldemar e Lee (2019): «The analysis from the heritage point of view reveals how cars, their history, technology and people connected with their creation form the legacy left for the future generations i.e. the cultural heritage. Collections of cars, as well as the attractions related to them such as car museums and events form an asset and heritage resource for the development of tourism focusing on the automobile. The marketing driven approach is connected with the successful creation and sale of products. Therefore, issues investigated here encompass the use of car attractions as elements of car producer's promotion and branding. Within this approach the analysis devoted to the role of car related attractions in city branding and tourism development could also be found» (Waldemar & Lee, 2019).

Segundo Waldemar e Lee (2019) estes eventos ao realizarem-se nos locais de acolhimento e ao estarem sincronizados com o calendário cultural desse local desta forma conseguem ser uma força e uma ajuda para os lucros e serem grandes contributos para os locais de acolhimento como assim cita: «Cars are the core of many firms, place and heritage marketing endeavours, therefore we include the marketing (also place marketing) perspective here. In the case of automotive firms, cars and the places of their presentation (like customer centres, corporation museums etc.) there are marketing platforms where the firm's brand could be created, products could be presented and even sold. Similarly, corporations' involvement in motorsport (car races and rallies) where products can be tested but also promoted and presented as extraordinary and highly advanced (due to their speed, endurance, etc.) creates the car brand. In the case of places (especially tourism destinations), it is important to base its image and brand on extraordinary experiences. These experiences distinguish one destination from the background of others» (Waldemar & Lee, 2019).

Também podemos verificar em outras categorias do mundo motorizado e do desporto automóvel que o impacto gerado por estes eventos e consequentemente no aumento do turismo nessas localidades é muito significativo.

Dando o exemplo do WRC e citando Mackeller e Reis (2013) as super especiais deste desporto automóvel conseguem atrair um número exorbitante de pessoas ao local onde se irá fazer a passagem dos carros assim como para além disso fomentar toda uma economia local em todos os aspetos em redor desse local seja ao nível de restauração, hotelaria, gastronomia, comércio de pequena dimensão, merchandising do próprio evento assim como ter o contacto com os carros e pilotos que integram este desporto: «The WRC is an international sport event attractive to both media and on site audiences. Staged in 12 countries, it attracts varying numbers of Rallysport spectators at each event, from 80,000 in Australia to 225,000 in Finland. Beyond the onsite spectators, the event generates specialised media content with broadcasts in 228 different countries reaching an estimated cumulative viewing audience of 633 million» (Mackeller & Reis, 2013).

Continuando na mesma linha de pensamento Mackeller e Reis (2014) ao referirem o caso de estudo como a Austrália eles verificaram que para este evento no rally de 2011 que foi partido em quatro regiões específicas (Bellingen, Clarence Valley, Coffs Harbour e Nambucca.) os dados verificaram-se da seguinte maneira: « In terms of visitation, the two regions attract very similar visitor markets, with international visitors representing only 11% (235,400) and 4% (153,200) of all overnight visitors – being predominantly from the United Kingdom (approximately 30% of yearly visitors) and Germany (10%). Emerging markets such as China and India are still very small (less than 1.5%) in these regional areas» (Mackeller & Reis, 2013).

Revelando que este desporto independentemente da modalidade ou categoria, ele contribui de forma significativa para o crescimento do turismo e para o desenvolvimento do local que acolhe este tipo de desporto como assim cita Mackeller e Reis (2014) «While it is acknowledged that sport events have the potential to contribute to the economic and social well-being of a community, it is also acknowledged that this depends on the willingness, skills and knowledge of public and private organisations to leverage benefits from the event (...) Sport events such as the WRC have the potential to contribute to the local economy by attracting visitors to local businesses, and yet it is

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

essential that the business can maximise the opportunities provided. Similarly, public organisations such as tourism marketing agencies can also leverage opportunities provided by sport events to create awareness of the destination and develop place marketing strategies» (Mackeller & Reis, 2013)

Muitos dos adeptos que vêm e frequentam este tipo de desporto vem por diferentes motivos sejam eles de lazer, económicos, sociais ou outro tipo de motivação que se revele justificável para que venham assistir sendo de forma direta ou indireta para a evolução deste evento.

Segundo Kassim e Musa (2009) a motivação é o que intensifica a vontade e o desejo do turista de visitar de se enriquecer culturalmente quando visita um local e permanece nele por um período temporal de mais de 24 horas.

Também segundo Kassim e Musa (2009) a motivação segundo estes dois autores toma a seguinte definição: «Motivation has been considered as the primary cause of people's thoughts, feelings, and actions and refers to an activated state within a person that consists of drive urges, needs, wishes and desires, which lead to goal-orientated behaviour» (Kassim & Musa, 2009).

Desta forma são encontrados os motivos mais importantes que levam o turista a ter este desejo.

- Motivos de lazer que se encontram relacionados com o desejo e a vontade do turista querer investir em experiências com as quais ele se identifica mais, sendo desta forma uma experiência mais confortável para ele: «leisure motivation of spectators represents an internal factor that arouses and directs individual behavior in choosing certain event or activities (...) Firstly, the intellectual motive (assesses the extent to which individuals are motivated to be engaged or involved in sport tourism activities such as learning, exploring and discovering). Second, a social component, which assesses the extent to which individuals, engages because of the need for friendship and interpersonal relationships. Third, there exists a competence mastery (component in which individuals seek to achieve, master, challenge, and compete). Finally, Avoidance Motive (the extent to which an individual needs to escape and get away from over-stimulating situations. (Kassim & Musa, 2009).

- Motivos emocionais, que estão relacionados com a contribuição para o grau de satisfação da atividade que está a desempenhar, como assim cita Kassim e Musa (2009): «Emotion represents an important factor in defining consumption experiences and consumer reactions (...) The sport service holds a strong emotion dimension (...) and requires the active participation of the spectator. There is ample evidence to suggest that emotional reactions associated with the consumption experience are important in the determination of satisfaction» (Kassim & Musa, 2009).

Capítulo III – Descrição dos casos de estudo

3.1 Rampa da Falperra

A rampa teve a sua primeira edição em 1927 onde esta primeira prova era ainda de intitulada a Rampa de Braga e era à altura organizada pelo ACP (automóvel Clube de Portugal), o traçado era também diferente não sendo o da nacional 309 que começa em Fraião e acaba no santuário do Sameiro mas sim a estrada que tinha como ponto de partida a Freguesia de Ponte do Bico e terminava no centro de Braga.

A prova no seu começo apenas se realizava com meia dúzia de inscritos de pequenas oficinas da cidade e arredores que tinham efetivamente o dinheiro e a força económica para o fazer.

Isto numa altura em que não podemos esquecer que a ideia de patrocínios apenas ganhou ímpeto nos finais da década de 60 inícios da década de 70, o que resultava também na pouca divulgação e pouco renome que a prova tinha na altura tendo sido a prova de 1960 organizada por cinco clubes diferentes, sendo eles, o EVS, o Arte e Sport, o Académico do Porto, a antiga secção desportiva do FCP que é agora nomeada de Demo Porto sendo atualmente a entidade organizadora por exemplo da Rampa da Penha, e o Sport Comércio e Salgueiros.

Para além dos pontos de viragem mais importantes que a rampa sofreu ao longo da sua existência como a entrada para o campeonato nacional em 1978, a participação europeia em 1984 onde a massa humana que vinha ver estes eventos especialmente com a elevação da prova de carácter nacional a prova do campeonato europeu nesse ano estando com números que à época rondavam entre as 80000 e as 100000 pessoas por prova.

Infelizmente esta rampa mesmo com a influência que teve ao longo dos anos mas devido a acidentes na década de 90 e da falta de cobertura televisiva do evento a rampa teve o seu o inevitável fim em 2001 após a saída da RTP por causa do término de contrato entre a estação televisiva e o CAM, tendo tido a sua reabertura em 2010 e tendo tido edições anuais até 2021 tendo sido realizado o Masters of Hillclimb em 2021 o ponto mais alto deste evento desde a mesma reabertura.

3.2 Rampa do Caramulo

A rampa do Caramulo começa a sua história em 1979 quando a sua primeira edição tem lugar na serra do Caramulo, tendo sido uma prova que já passou, ao longo de mais de 40 anos de existência por alguns impasses.

Especialmente quando esta prova esteve encerrada entre 1993 e 2006, ano em que foi reaberta a convite pelo Museu do Caramulo feito ao Targa Clube que agora assume com mérito este belíssimo evento que serpenteia as estradas até ao cume da serra, sendo este também palco do Caramulo Motorfestival assumido e dirigido pelo museu que ali reside.

A rampa do Caramulo, na década de 80, foi uma rampa que ganhou ímpeto sempre que se realizava uma nova edição, mas a um nível local e a ganhar sempre impacto ano após ano infelizmente até ao ano de 1993 ano da sua interrupção, citando o Dr. Fernando Batista, (2021) atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Penso que algo não correu bem entre entidades no Caramulo, concretamente no Museu do Caramulo que ainda era liderado por um dos seus grandes mentores o Dr. João Lacerda».

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Após um interregno de 13 anos a rampa volta ser reaberta, desta vez integrada no Caramulo Motorfestival que trouxe este evento de volta ao ativo, citando o Dr. Fernando Batista (2021) atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «O Targa Clube é convidado ou é desafiado por assim dizer conjuntamente com o Caramulo, o Museu do Caramulo, isto já agora nas pessoas dos seus netos, concretamente o Tiago Patrício Gouveia, claro que ajudado pelo seu irmão Salvador e o seu primo João Lacerda para recuperarem novamente a rampa do Caramulo (...) De facto fomos contactados quer pelo Museu do Caramulo, quer a própria federação na altura presidida pelo Luís Pinto Freitas, desafiou o Targa, o Targa tinha por assim dizer o alvará de realizar uma prova de campeonato de Montanha e começámos em 2006».

As viaturas antigas assim como as de interesse histórico são adicionadas também ao Motorfestival citando o Dr. Fernando Batista (2021) atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Juntando à rampa, ao campeonato, juntam-se os clássicos e aí se juntou o mundo do Caramulo Motorfestival e fizemo-lo vários anos ainda, 2006 penso que ultrapassou uma década».

Infelizmente até à data era uma prova que apenas era reconhecida localmente e apenas uma prova com alguma fama no campeonato nacional sendo esta abafada pela sombra do Motorfestival que depois da sua integração no mesmo festival conseguia ter mais visão mas apenas como evento integrante do festival motorizado como diz o Dr. Fernando Batista (2021) atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «mas o CPM (Campeonato de Portugal de Montanha) começou a ter mais impacto, os concorrentes quiseram e muito bem, cada vez ter, que o seu campeonato fosse mais valorizado por toda a sociedade portuguesa, nomeadamente nos órgãos de comunicação social e isso obrigou-nos a que tivéssemos de separar, o Caramulo Motorfestival, ou seja, os clássicos, aquilo que é a essência do festival, os automóveis históricos dos automóveis de corrida (...) os clássicos e os automóveis de corrida chamemos-lhe assim, cada um teve que seguir o seu caminho e separámo-nos».

Mesmo assim com o acontecimento desta cisão entre o festival motorizado e a rampa do Caramulo, o Museu e o Targa clube mantiveram sempre boas relações nomeadamente com o museu, a entidade que organiza este evento que todos os anos movimenta uma

grande parte da população da região centro e várias regiões do país a vir conhecer e experienciar este evento desportivo citando o Dr. Fernando Batista (2021) atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «As coisas continuaram com relações boas entre o Targa clube e o Caramulo, nomeadamente o Museu, e nós neste momento a prova que temos a contar para o CPM é a rampa do Caramulo».

3.3 Caramulo Motorfestival

O Caramulo Motorfestival foi criado no ano de 2006 na tentativa de criar um evento diferente do que se realizava no país.

No cerne deste evento estava a recuperação de uma estrutura que se encontrava desativada desde 1993, o traçado da Rampa do Caramulo mas não só a recuperação de um traçado para automóveis de corrida, o objetivo primeiro era e é o de albergar um evento onde se celebra o automóvel como fator importante e indissolúvel da história, ou seja a celebração do automóvel como marco histórico.

Devido à procura de novas oportunidades o Museu do Caramulo e a sua equipa sentiu que existia espaço para a realização de um evento diferente, um evento maior para além da rampa histórica do Caramulo tendo assim realizado a primeira edição do Motorfestival citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia (2022) atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «O Caramulo Motorfestival surgiu em 2006, quando nós aqui na equipa do Museu do Caramulo, sentiu que fazia falta, que havia aqui uma oportunidade de fazer um evento diferente daquilo que era feito até hoje».

Tendo desta forma utilizado o traçado da rampa do Caramulo para a realização deste festival, rampa essa que à data se encontrava encerrada segundo um comentário do Dr. Salvador Patrício Gouveia (2022) atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «A rampa do Caramulo não era feita desde 1993 e nós quisemos reatar a rampa mas percebemos que só a rampa não seria suficiente para atrair pessoas, como aliás as rampas hoje em dia já

não é um evento tão atrativo como se calhar eram nos anos 80 há muitas mais coisas que as pessoas querem ver, outro tipo de eventos».

Desta forma o Museu do Caramulo tirando inspiração de alguns eventos que se realizam noutros países da Europa foi virando o que é agora conhecido como o Caramulo Motorfestival citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia (2022) atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Então inspirámo-nos um bocadinho naquilo que se fazia, um bocadinho mais lá fora e pensámos que só rampa não seria o suficiente, para começar não só a parte desportiva do campeonato de montanha mas também um conjunto de clássicos que são automóveis se calhar mais atrativos para o público em geral e depois que não fosse só rampa e tivesse todo um conjunto de atividades feira de automobilia, exposições, concentrações, passeios para conjugar isso, para tornar verdadeiramente um festival e não ser só mais uma prova e daí chamar-se Caramulo Motorfestival e não rampa histórica Michelin».

Capítulo IV – Metodologia

4.1 Plano de pesquisa

Antes de proceder aos métodos utilizados vejamos quais são as problemáticas que neste estudo serão aqui tratadas:

- a. Importância dos eventos automóveis na perspectiva económico-social.
- b. Perceber o grau de conhecimento destes eventos junto do turista;
- c. Determinar a influência dos eventos desportivos na escolha dos destinos e atrações turísticas
- d. Compreender a importância da influência dos eventos desportivos automóveis no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas;
- e. Avaliar o grau de interesse junto do turista para os dois casos de estudo (Falperra e Caramulo)

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

- f. Contrastar os pontos positivos e negativos destes eventos no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas.

Tabela - 1

	Pontos positivos	Pontos negativos
Rampa da Falperra	<ul style="list-style-type: none"> -Localização próxima da cidade assim como a dois santuários de elevada importância patrimonial (Bom Jesus e Sameiro) -Património histórico de elevada importância -Palmarés desportivo 	<ul style="list-style-type: none"> -Elevada afluência do público -Segurança de difícil controlo -Equipa de comissários heterogénea
Rampa do Caramulo	<ul style="list-style-type: none"> -Património paisagístico envolvente de elevada importância (miradouro do Caramulinho, miradouro do Cabeço das Neves, Mamoá das Ladeiras, parque do Caramulo) -Património arquitetónico (Museu do Caramulo, e antigos sanatórios) -Variedade de eventos proporcionados para além da rampa e motor festival (Museu na Rua, Riders, Corrida dos Fundadores e salão de clássicos) 	<ul style="list-style-type: none"> -Localização isolada -Espaço pequeno para eventos de grande dimensão

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Tendo em conta estes aspetos será investigado a relação sócio-económica entre os eventos desportivos e os locais que são os anfitriões dos mesmos, tendo em conta que o estudo aqui realizado é de natureza descritiva que tem como objetivo principal a avaliação e descrição da realidade observada na pesquisa sem altera-la ou modificá-la em nenhuma circunstância.

O estudo que aqui foi realizado teve como objetivo avaliar, descobrir e verificar que tipo de fenómenos ou de relações se podem verificar dentro da problemática estabelecida assim como uma maior familiarização e aproximação do problema estando desta forma o estudo e o investigador imersos na realidade que os rodeia e estando mais sensíveis aos acontecimentos durante todo o tempo que dura a pesquisa.

Talvez o maior desafio encontrado na realização desta tese foi a falta de materiais referentes aos casos de estudo.

No caso da Rampa da Falperra apenas existia um breve nota da história deste evento no site da revista desportiva Autosport e uma descrição incompleta do percurso histórico deste evento na wikipédia.

Embora existam no youtube gravações vídeo deste evento especialmente de emissões gravadas da RTP em sites como o youtube, pouco ou nada se encontrava sobre dados históricos do evento, tendo este aspeto sido corrigido aquando da última realização da prova onde o desenvolver deste evento foi registado na internet no site www.rampadafalperra.pt.

No caso da Rampa do Caramulo na parte de obtenção de dados verificou-se uma situação semelhante, muita falta de dados empíricos sobre a descrição histórica deste evento, embora exista uma descrição mais extensa no site do Museu do Caramulo, apenas verificou-se a existência de umas notas sobre a história deste evento sendo a mais relevante a que se encontra no site da wikipedia.

4.2 Métodos de pesquisa mista

A escolha do instrumento mais adequado para efetuar qualquer recolha de dados, não só irá estar dependente, dos objetivos que se pretendem alcançar com a investigação, mas também do universo proposto à investigação.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Desta forma, antes de se proceder à recolha de dados, deve-se ponderar, selecionar, elaborar e testar cuidadosamente os instrumentos que irão ser implementados para a realização e aquisição de dados primários.

Nesta tese foi utilizado um método classificado como método de pesquisa mista que envolve aspetos de uma pesquisa qualitativa e aspetos de uma pesquisa quantitativa que permitem ter uma abordagem exata e precisa sobre os tópicos de pesquisa a serem estudados.

Segundo Panyik (2012) é referido que este tipo de método de pesquisa combina aspetos vantajosos de ambas as vertentes, podendo assim desta maneira proporcionar uma visão holística dos casos de estudo, Falperra e Caramulo: «There are three features of this method that justifies its usage in this research. First, it was developed in the context of applied policy research and many characteristics of this component resemble applied policy research. Second, as opposed to ‘Grounded Theory’ analysis, it allows the inclusion of a priori concepts in addition to the emergent themes. Third, there are pre-defined samples of professional actors to be addressed. Grounded Theory uses theoretical sampling and collects data from a diverse group of people, not from a specific research population» (Panyik, 2012).

Comparando ao estudo realizado por Panyik (2012) podemos aferir que este se engloba em duas das variáveis encontradas.

É um estudo que assenta em dados que já existem, ou seja, em conceitos à priori estabelecidos de forma a que esta pesquisa tenha sido facilitada na recolha de dados em oposição à Grounded Theory citada por Panyik (2012).

Segundo Panyik (2012) Grounded Theory pode ser definida da seguinte forma: «Grounded theory sets a broad, general concept as a starting point with no a priori issues or a specific sample assigned (...) Theory is generated systematically from the new emerging themes and the sample is identified and expanded gradually by ‘theoretical sampling’, which is not concerned with drawing samples of specific units of analysis such as groups of individuals, but it is driven by concepts, incidents and events, thus usually interrogates a diverse group of people». (Panyik, 2012)

Embora em oposição como no estudo de Panyik (2012) as limitações encontradas ao longo deste estudo, como por exemplo onde encontrar as fontes de dados empíricos, se

não fosse pelas entrevistas realizadas que antes já se encontravam definidas, a que entidades seriam dirigidas e que tipo de perguntas seriam redigidas para obter os dados primários que foram necessários para a realização das mesmas muito difícil, seria a realização deste estudo sem ter um conhecimento do ambiente de estudo onde seria efetuada esta pesquisa.

A segunda variável será o seguimento a uma das premissas da Grounded Theory citada por Panyik (2012).

A definição de um grupo abrangente de pessoas de forma a que possa ser concretizada uma amostra abrangente e grande sem nenhum tipo de especificidade relativa que neste caso de estudo a amostra centra-se no público em geral que se desloca a este tipo de eventos e que tipo de influência estes eventos exercem na opinião geral do turista que vem assistir a este tipo de eventos: «Grounded Theory sets a broad, general concept as a starting point with no a priori issues or a specific sample assigned. (...) Theory is generated systematically from the new emerging themes and the sample is identified and expanded gradually by ‘theoretical sampling’, which is not concerned with drawing samples of specific units of analysis such as groups of individuals, but it is driven by concepts, incidents and events, thus usually interrogates a diverse group of people» (Panyik, 2012).

Na parte qualitativa permite ter uma visão mais aprofundada dos mecanismos, processos e sub-eventos que são conhecidos numa perspetiva mais detalhada, uma vez que é possível ter um contacto com as entidades-chave dos eventos em questão, por exemplo através de entrevistas, ou de focus groups permitindo a obtenção de uma recolha de dados mais rica e mais diversificada e tendo uma visão mais alargada de como se processa todo o evento nos períodos de preparação (antes) no decorrer do evento (durante), e no resumo do mesmo (depois).

Na parte quantitativa, é possível ter uma perspetiva mais numérica e mais focada no público que adere a estes eventos, embora esta não possa ser tão rica em aspetos intrínsecos a estes eventos é possível perceber mediante formas de pesquisa como questionários ou sondagens, uma dimensão geral de como os eventos são percebidos e de que forma estes afetam o público em geral.

4.3 Metodologias qualitativas

É uma abordagem que se preocupa com a experiência vivida por determinada pessoa ou grupo de pessoas.

Segundo Dawson (2002) para avaliar este impacto com mais precisão, são empregados métodos de pesquisa como entrevistas com pessoas-chave, elementos esses que estão por dentro do acontecimento ou do evento que está a ser estudado para obter um resultado mais aprofundado e possuir uma opinião mais detalhada e precisa que outros métodos não providenciam: «explores attitudes, behaviour and experiences through such methods as interviews or focus groups. It attempts to get an in-depth opinion from participants. As it is attitudes, behaviour and experiences which are important fewer people take part in the research, but the contact with these people tends to last a lot longer» (Dawson, 2002).

O método utilizado foi a entrevista – chave, este método define-se como uma entrevista com pessoas que representam entidades fulcrais na realização dos eventos estudados.

Assim desta forma é possível uma visão mais alargada e mais aprofundada dos casos em estudo, podendo assim obter uma recolha de dados mais precisa, aprofundada e conseqüentemente as informações retiradas a partir deste método representam uma recolha de dados mais detalhada e mais rica em informação que nos métodos quantitativos seria impossível de obter.

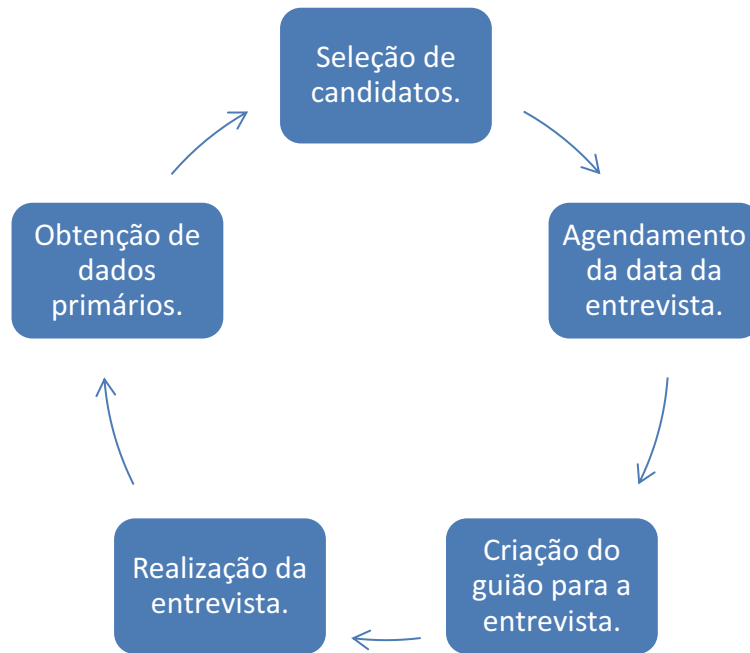


Fig. 1: Método de seleção de candidatos para as entrevistas-chave na criação de dados primários.

Segundo Lacey e Luff (2009) as técnicas de pesquisa que se focam na recolha de dados de origem qualitativa, são gerados em grande quantidade, para que no tratamento dos mesmos dados se possam estabelecer padrões, tabelas, gráficos e pontos em comum que possam de uma maneira ou outra estabelecer relações entre os pontos-chave que poderão coordenar os mesmos na procura da resposta à pergunta original estabelecida antes de efetuar a investigação: «Quantitative research techniques generate a mass of numbers that need to be summarised, described and analysed. Characteristics of the data may be described and explored by drawing graphs and charts, doing cross tabulations and calculating means and standard deviations. Further analysis would build on these initial findings, seeking patterns and relationships in the data by performing multiple regressions, or an analysis of variance perhaps. Advanced modelling techniques may eventually be used to build sophisticated explanations of how the data addresses the original question» (Lacey & Luff, 2009).

Tabela - 2

Tipo de Sessão	Participantes	Cargo	Data	Duração
Reunião	Dr. Rogério Peixoto e Prof. António Joaquim Araújo de Azevedo	Presidente em título do Clube Automóvel do Minho. Prof. Da Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho	30 de Outubro de 2021	73 minutos

Tabela - 3

Nome das entrevistas	Cargo	Data da entrevista	Duração.
Entrevista sobre a Rampa da Falperra	Dr. Rogério Peixoto: Presidente em título do Clube Automóvel do Minho	29 de Outubro de 2021	36 minutos
Entrevista sobre a Rampa do Caramulo na vertente do CPM	Dr. Fernando Batista: Presidente em título do Targa Clube.	23 de Novembro de 2021	31 minutos
Entrevista sobre as particularidades e como a cadeia de hotéis do Bom Jesus se adaptam ao evento	Dr. Varico Pereira: Diretor dos hotéis Bom Jesus	21 de Dezembro de 2021	15 minutos
Entrevista sobre o Caramulo Motorfestival	Dr. Salvador Patrício Gouveia: Diretor do Museu do Caramulo	26 de Janeiro de 2022	14 minutos

Aqui podemos ver, as entrevistas realizadas ao longo de um período de três meses entre 29 de Outubro de 2021 e 26 de Janeiro de 2022, assim como uma sessão de observação realizada no dia 30 de Outubro de 2021 com o consentimento de ambas as partes para a participação nesta sessão.

As entrevistas que foram realizadas incidiram sobre os seguintes tópicos:

- História do evento e sua progressão temporal até aos dias de hoje.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

- Evolução do evento e decisões tomadas para atrair o público para desta forma contribuir para a movimentação do turismo no local de acolhimento.
- Como é que estes eventos mexem com o fluxo de turistas do local de acolhimento no período temporal em que os mesmos decorrem.
- Problemas a resolver e soluções encontradas.

Estas entrevistas foram realizadas com entidades que são intrínsecas ao ambiente organizativo destes eventos, de forma a que tenha sido possível uma organização, e recolha de dados mais profunda e consolidada que qualquer inquérito à população geral não traria fruto, apenas na dimensão numérica e estatística.

Segundo Lacey e Luff (2009) todos os dados recolhidos devem ser sumariados e resumidos para que a recolha e a procura de relações com a pergunta original podendo assim com mais precisão e clareza chegar a conclusões que possam contribuir para melhorar estes eventos: «The mass of words generated by interviews or observational data needs to be described and summarised. The question may require the researchers to seek relationships between various themes that have been identified, or to relate behaviour or ideas to biographical characteristics of respondents (...) Implications for policy or practice may be derived from the data, or interpretation sought of puzzling findings from previous studies. Ultimately theory could be developed and tested using advanced analytical techniques» (Lacey & Luff, 2009).

Foi feita uma análise e transcrição crua, assim como a utilização de citações dessas mesmas entrevistas para clarificar a interpretação dos dados.

A sessão de observação serviu como palco para a obtenção de dados específicos a um evento que se realizou no traçado da rampa, o Masters of Hillclimb que permitiu obter dados relativos aos custos da realização deste evento como segurança, material de filmagem e edição, marketing e venda de produtos, para a consulta destes dados, ver as entrevistas que se encontram em anexo.

Segundo Rugg & Petre (2007) existem dois tipos de sessões de observação: «Observation can be subdivided in several ways. One useful distinction is between direct observation and indirect observation. With direct observation, you observe something directly, such as watching how people behave in supermarkets. With indirect

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

observation, you don't observe the activity itself, but instead you observe something else which indirectly tells you about the thing that you really want to observe. » (Rugg & Petre, 2007).

- As sessões de observação diretas, onde o investigador encontra-se em cima do acontecimento e tem obtenção dos dados em primeira mão do que acontece e é discutido nessa sessão de observação.

- As sessões de observação indiretas onde o investigador tem acesso a um assunto ou discussão com um tema que não se foca diretamente nos objetivos gerais do estudo que está a efetuar mas que está relacionado com a pergunta inicial que este estudo propõe resolver.

Consequentemente esta sessão de observação pode ser classificada como uma sessão de observação indireta, uma vez que, foi observado uma reunião sobre um evento, embora relacionado com a modalidade não afeta os campeonatos que são servidos diretamente sobre este traçado, o Europeu e o Nacional, apenas servindo como um evento de exposição do local de acolhimento onde este foi realizado e como é que a realização desse evento efetivamente poderia vir a impactar as rampas que se iriam realizar no futuro na Falperra.

4.4 Metodologias quantitativas

Segundo Dawson (2002), a metodologia quantitativa é uma abordagem que se preocupa com números, estatísticas, e dados numéricos concretos, onde o contacto com as pessoas é classificado como curto, os métodos mais utilizados para recolher dados são questionários ou entrevistas curtas apenas avaliando uma parte em específico que visa um tópico concreto na realização do estudo: «research generates statistics through the use of large-scale survey research, using methods such as questionnaires or structured interviews, (...) This type of research reaches many more people, but the contact with those people is much quicker than it is in qualitative research» (Dawson, 2002)

Desta forma foi realizado um questionário abrangendo os dois eventos estudados onde foram avaliados os seguintes aspetos:

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

- Sociais, na medida em que se foca no tipo de público que frequenta estes eventos.
- Fatores externos ao público e à programação do calendário cultural, neste caso incidindo na pandemia de Covid-19.
- Como é que estes eventos são vistos pelo próprio local de acolhimento, e como é que os mesmos podem efetivamente afetar a vida pessoal e profissional de quem visita estes eventos.
- Económicos, na medida em que estes eventos possam contribuir para o desenvolvimento do local de acolhimento, assim como a criação de negócios, também no desenvolvimento de estratégias para que no decorrer destes eventos assim como a sua publicidade possam ser atrativas e chamativas de maneira a que o público-alvo se identifique mais e se sinta confortável com o tipo de evento que veio assistir.
- Culturais, na medida em que estes eventos assumem um papel difusor da cultura neste caso automobilística pelas massas que assistem este evento assim como a sua posição no calendário cultural que engloba os vários eventos que se realizarão durante o ano assim como este contribui para a estabilidade e coerência do mesmo.

Foi um questionário dirigido à população portuguesa em geral, que se encontra dividido em três partes:

A primeira parte que contém questões relacionadas com os dados pessoais dos participantes como sexo, idade, ocupação rendimento líquido mensal etc...

A segunda parte que contém questões relativas à propagação da existência e realização deste evento.

A terceira parte está relacionada com as consequências que a realização destes eventos traz para os locais de acolhimento.

Foi utilizada uma escala de satisfação de Likert para medir os vários graus de satisfação e apreciação no geral da amostra, estando esta dividida sempre em 5 graus de satisfação ao longo das várias perguntas que medem este parâmetro.

O tipo de perguntas efetuadas neste questionário são perguntas de escolha múltipla e de resposta curta.

As variáveis presentes no questionário, são de natureza ordinal, nominal, e contínua.

Segundo Dawson (2002) os questionários foram construídos de maneira a que fossem fáceis de responder com perguntas claras e concisas de maneira a que qualquer membro do público seja, ele do meio desportivo ou não.

Desta forma as respostas puderam ser o mais precisas possível sem a utilização de termos técnicos ou evitando a realização de perguntas demasiado específicas/técnicas de modo a que o público quando ao ser apresentado a este questionário pudesse responder para que fosse o mais conciso possível: «When constructing each question think about the words you use. Avoid jargon and technical terms whenever possible. Try not to use words which may have a double meaning or be misinterpreted, as some words have different meanings for different groups of people. Don't use emotive words. Make sure the question is not ambiguous. And, above all, avoid questions which will cause annoyance, frustration, offence, embarrassment or sadness. You should never make someone feel uncomfortable, for whatever reason, as a result of filling in your questionnaire» (Dawson, 2002).

Segundo Janke (2008) esta generalização de resultados e a não restrição a grupos específicos contribui para o grau de validação que este estudo poderá adquirir e como mais abrangente mais válido ele será, e maior a credibilidade do mesmo: «Quantitative researchers also are concerned about the external validity of their studies. External validity (which also is referred to as generalizability) refers to the likelihood that a study's findings will apply to the larger population represented by the study's sample. Once again, statistical procedures are employed to assess the degree to which a study exhibits this second general type of validity. Specifically, statistical procedures are used to determine the extent to which a study's results might have occurred by chance. If the likelihood that chance produced a study's results is low, the study is said to have high external validity» (Janke, 2008).

4.5 Amostragem

Em primeiro lugar em qualquer pesquisa, é imperativo ter bem delimitado o nosso mapa, ou seja, o espaço a definir como o todo da nossa amostra.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

O universo de uma pesquisa encontra-se delimitado pelo total de participantes que reúnam as características necessárias para responder às perguntas colocadas como, por exemplo, se for um questionário relativo a um produto, o universo serão todas as pessoas que consomem esse mesmo produto.

É muito importante definir bem o conceito de amostra, pois será esta a representação do conjunto de indivíduos de uma determinada população com características relevantes para o estudo e que responderão à pesquisa em questão, é através dessas pessoas que se irão tirar conclusões válidas e fundamentadas para todo o grupo em estudo.

Segundo Dawson (2002) é necessário escolher bem que tipo de público devemos abordar, como o vamos abordar e se é possível abordar o público num âmbito nacional ou num âmbito local, mencionando que se a amostra for bem escolhida é possível generalizar o nosso estudo envolvendo um ambiente pequeno e generalizar ao grande público: «if this sample is chosen carefully using the correct procedure, it is then possible to generalise the results to the whole of the research population» (Dawson, 2002).

Dentro deste conceito, podemos encontrar duas tipologias distintas: as amostras probabilísticas e as amostras não probabilísticas.

Assim sendo, na amostra probabilística, todas as pessoas da nossa amostra têm uma hipótese igual de responder à pesquisa, ou seja, uma probabilidade fixa e maior que zero, uma vez que nesse método a imparcialidade do entrevistador na procura dos seus entrevistados tem uma importância maior.

Na amostra não probabilística, na maior parte dos casos é impossível obter uma lista completa e com dados atuais da população amostral.

Assim, a recolha de dados é baseada em critérios previamente definidos, onde nem todas as pessoas têm a mesma hipótese de serem entrevistadas, no final o trabalho de campo e o resultado são representativos e passíveis de extrapolação, para que se consiga de facto tirar conclusões com base em dados reduzidos ou limitados.

Desta forma, o método privilegiado para escolher a amostra desta investigação foi o método de amostragem não probabilístico, devido ao facto de não ser conhecida a

probabilidade de um elemento da população ser escolhido para participar na amostra em estudo. Assim, ocorreu através de um questionário online.

Dentro desta amostragem há diferentes métodos, sendo que aquele que foi o privilegiado foi o método de amostragem por julgamento, onde os elementos do universo são escolhidos com base nos critérios do investigador e da pesquisa em questão.

Capítulo IV - análise de dados

4.1 Análise de dados quantitativos

Num primeiro momento, será efetuada a caracterização dos respondentes e, num segundo momento, serão apresentados os resultados obtidos das restantes questões.

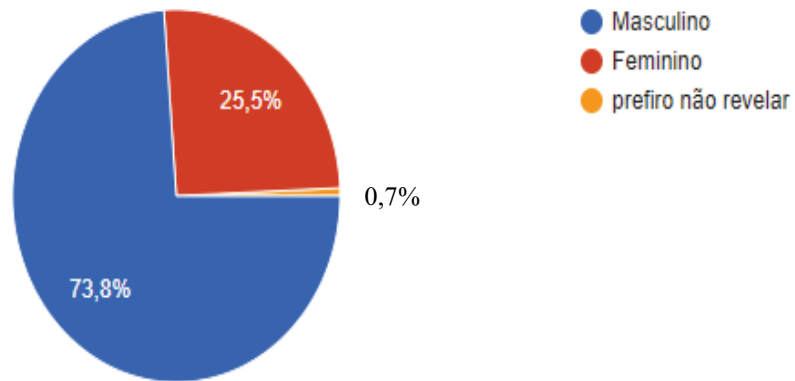
Podemos afirmar que a população mais jovem tem uma participação maior, dando então mais destaque a esta faixa etária que se encontra entre o intervalo dos 19 aos 27 anos que representa um percentagem de 37,9%.

De seguida a segunda faixa etária com mais incidência com idades compreendidas entre os 14 e os 18 com uma percentagem de 19,3%, também é possível afirmar que a amostra em quase todo o espectro é uma amostra portuguesa onde um 1% é de nacionalidade angolana assim como o termo de residência da maior parte dos participantes pertence à cidade de Braga ou de cidades periféricas como Guimarães, Barcelos e Taipas.

Gráfico - 1

Sexo

145 respostas

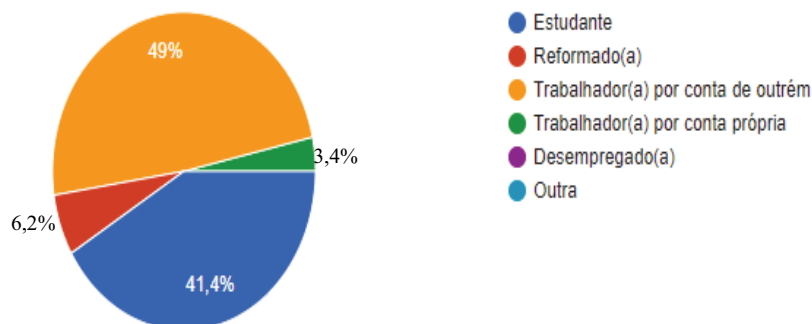


No que diz respeito ao género e, após a recolha e a análise dos dados, podemos então chegar à conclusão que a maioria dos questionados é do sexo masculino, mais propriamente 73,8%. O que revela um domínio do sexo masculino no que toca a assistência neste desporto.

Gráfico - 2

Ocupação

145 respostas



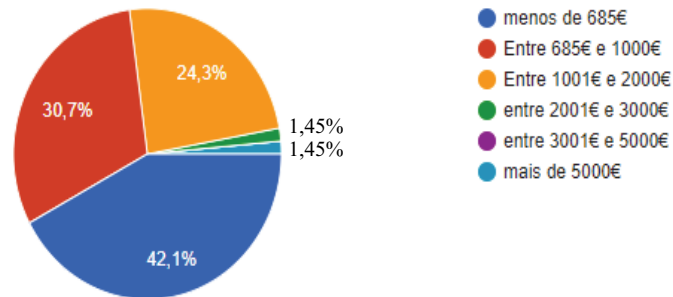
Relativamente à ocupação dos questionados, a maior parte são trabalhadores por conta de outrem, mesmo assim uma grande parte da amostra que prefere ter como fontes de rendimento outros trabalhos secundários, embora não sejam trabalhadores por conta

própria, o que pode ser fruto das implicações económicas resultantes da pandemia de Covid-19.

Gráfico - 3

Rendimento líquido mensal

140 respostas



No que diz respeito ao rendimento líquido mensal no gráfico 3, podemos então chegar à conclusão que quase na totalidade dos inquiridos estes recebem menos que o ordenado mínimo.

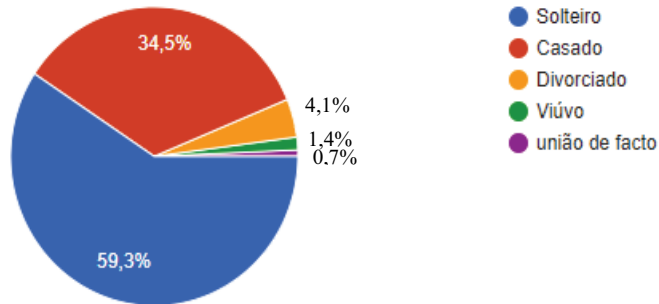
Acontecimento que pode ser gerado devido às complicações causadas pela pandemia de Covid-19 assim como as complicações económicas a ela associadas resultando num aumento do desemprego e enviando muitos dos contribuintes portugueses a receberem subsídios que por muitas vezes são inferiores ao salário mínimo nacional.

Embora também exista uma parcela considerável que recebe salários entre os 685€ e os 2000€ (55%) o que me permite concluir que a maior parte desta amostra tem capacidade financeira para assistir a estes eventos, possivelmente por estes serem gratuitos e não possuírem medidas restritivas que obriguem a consumir produtos fornecidos aquando da realização do mesmo evento.

Gráfico - 4

Estado civil

145 respostas

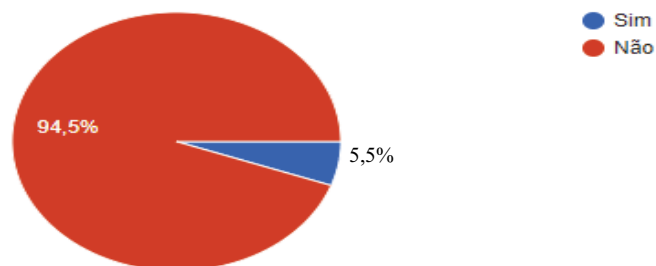


No que diz respeito ao gráfico 4 em termos de estado civil, podemos afirmar que a maior parte dos inquiridos são solteiros

Gráfico - 5

Pertence a alguma entidade desportiva?

145 respostas



No que diz respeito ao gráfico 5 no que toca à adesão a uma entidade desportiva, podemos afirmar que quase a totalidade da amostra não pertence a nenhuma associação desportiva, podendo assim mostrar o desinteresse geral pelo desporto e de alguma forma o arrastar de alguns problemas que podem restringir a evolução destes eventos de um patamar bom para um patamar excelente.

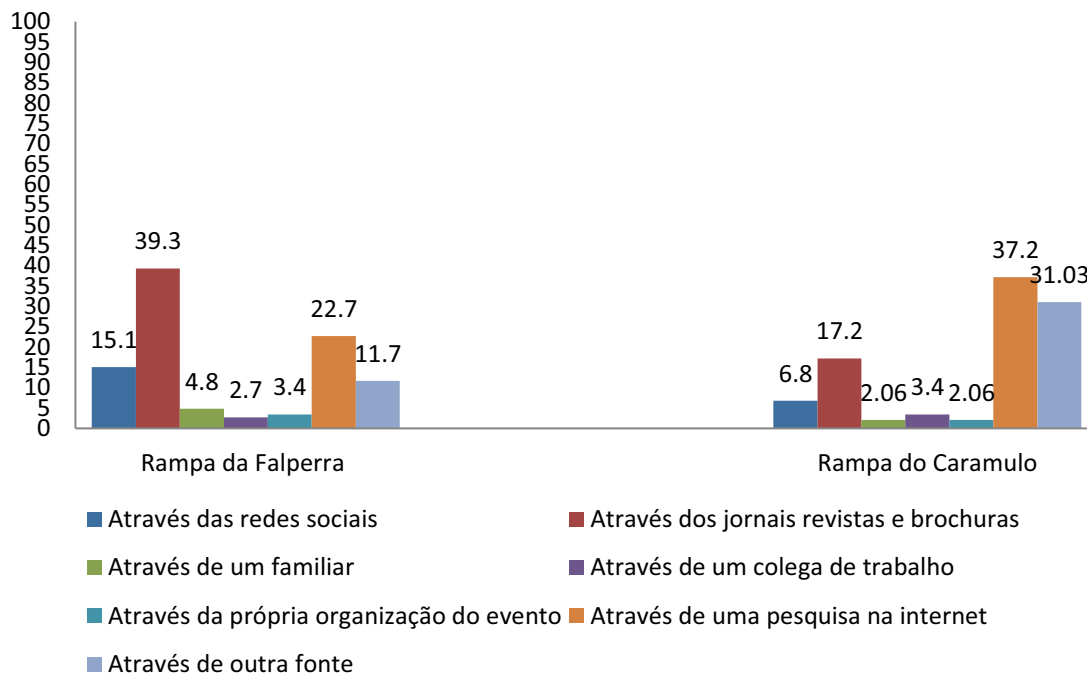
4.1.1 Análise da importância dos fatores

Primeiramente, esta parte da análise dos dados irá recair sobre as diferentes variáveis que dizem respeito à influência que Rampa da Falperra e a Rampa do Caramulo exercem sobre aspetos pessoais e profissionais nas vidas dos respondentes assim como no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas bem como o interesse dos questionados em relação a esta temática

Na segunda parte da análise dos resultados, foi apresentada à amostra uma listagem de vários fatores, sendo eles: retorno económico, promoção da cidade e dinamização da vida social dentro dos quais se procurou obter o nível de importância atribuído aquando do impacto sócio-económico dos dois eventos (Falperra e Caramulo).

Gráfico – 6

Como ficou a conhecer a rampa da Falperra/Caramulo?



No que diz respeito a como a amostra ficou a conhecer estes dois eventos podemos aferir no caso da Rampa da Falperra que os melhores meios de difusão deste evento foram as revistas, jornais e brochuras seguido das redes sociais e das pesquisas na internet nos sites especializados, podemos desta maneira aferir que os meios de

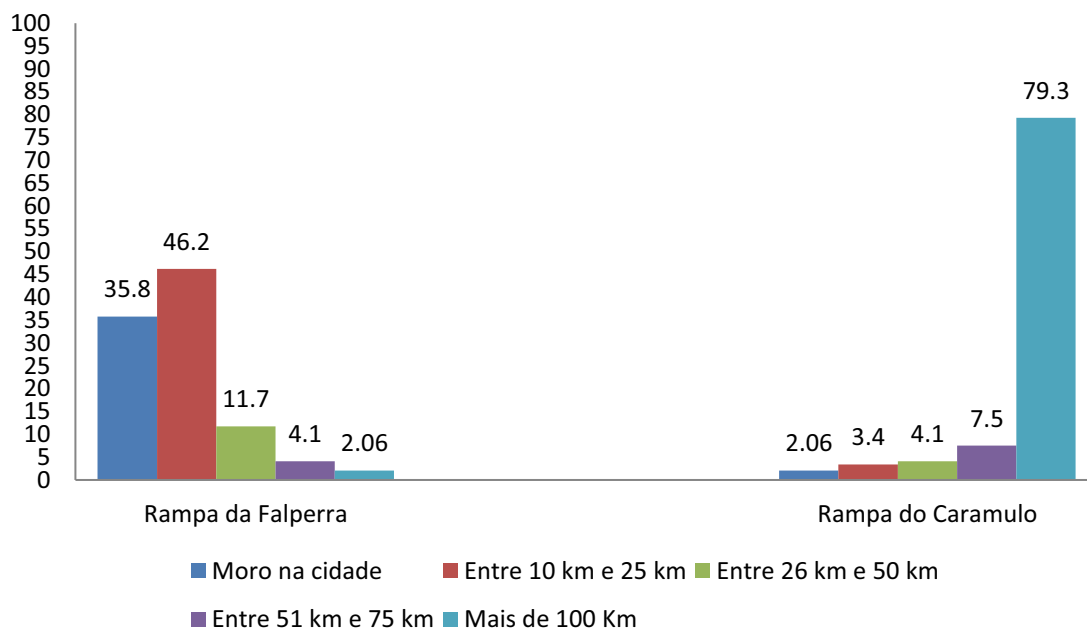
Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

comunicação tradicionais aliados à pesquisa na internet são a melhor maneira de difundir este evento, tendo as redes sociais um papel secundário para promover este evento.

No que diz respeito a como a amostra ficou a conhecer estes dois eventos podemos aferir no caso da Rampa do Caramulo os métodos mais privilegiados são as pesquisas na internet e outras fontes de pesquisa como rádio, televisão, os meios tradicionais (jornais, revistas, e brochuras) e a pesquisa nas redes sociais assumem um papel secundário neste evento.

Gráfico – 7

A que distância fica o evento do conselho de residência?

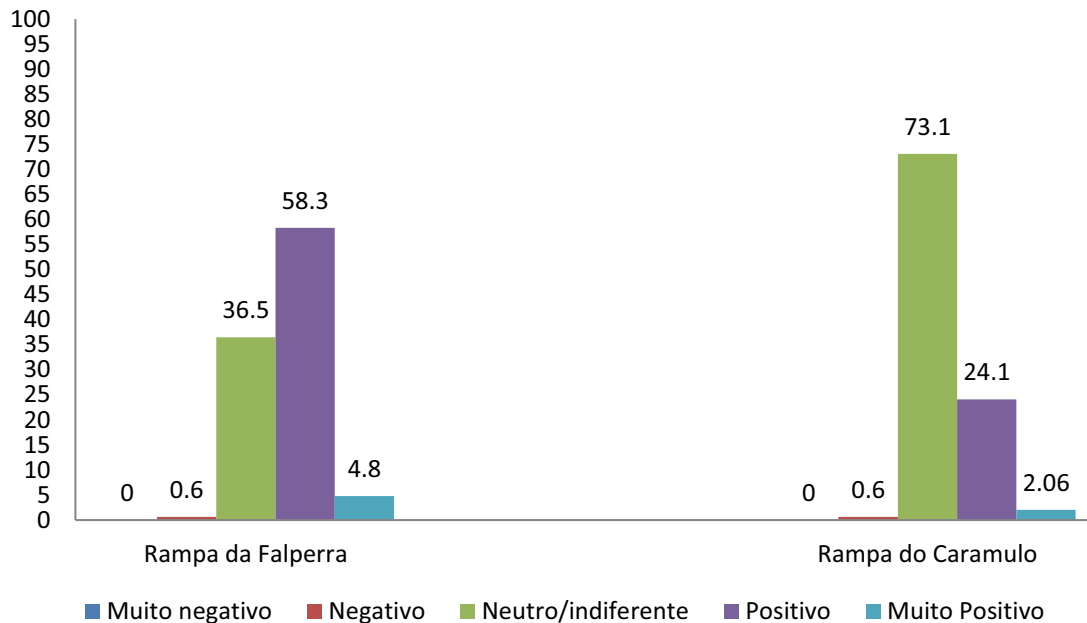


No que diz respeito à distância da residência destes dois eventos podemos aferir no caso da Rampa da Falperra que quase a totalidade dos inquiridos (82%) mora na cidade ou nas imediações da mesma, facto expectável visto que o universo amostral está compreendido nas cidades vizinhas onde se realiza este evento.

No que diz respeito à distância da residência destes dois eventos podemos aferir no caso da Rampa do Caramulo que a maior parte do público assistente a este evento vem de fora, quase 80% sendo que poucas pessoas vêm de perto para assistir, facto expectável devido, como foi referido anteriormente à residência do universo amostral.

Gráfico – 8

Como avalia o impacto das seguintes corridas na sua vida?



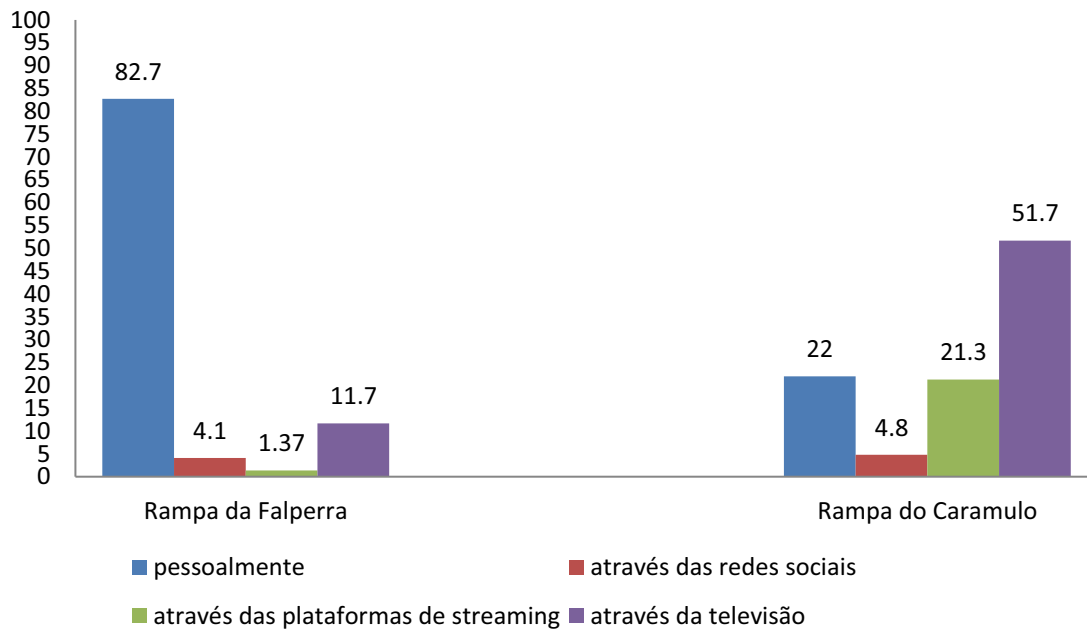
No que diz respeito ao impacto na vida pessoal dos participantes da amostra destes dois eventos podemos aferir no caso da Rampa da Falperra que o evento tem um impacto positivo em mais de metade da amostra.

Embora haja uma percentagem bastante elevada de pessoas neste universo onde este evento não afeta de nenhuma forma a vida pessoal dos inquiridos, existe também uma pequena percentagem onde este evento afeta muito a vida pessoal, podendo esta percentagem ser de inquiridos que pertençam a organizações relativas a este desporto, negócios de pequeno comércio que estão dependentes do evento etc...

No caso da Rampa do Caramulo podemos afirmar que aqui este evento, em quase 75% da amostra, este evento é indiferente à vida da amostra, possivelmente devido ao facto do universo amostral se localizar longe do evento, fazendo com que desta forma aqueles que lucram com o evento diretamente sejam em menor número como demonstra o gráfico sendo que essa parcela de inquiridos não chega a 30%.

Gráfico – 9

Como prefere assistir às seguintes corridas?



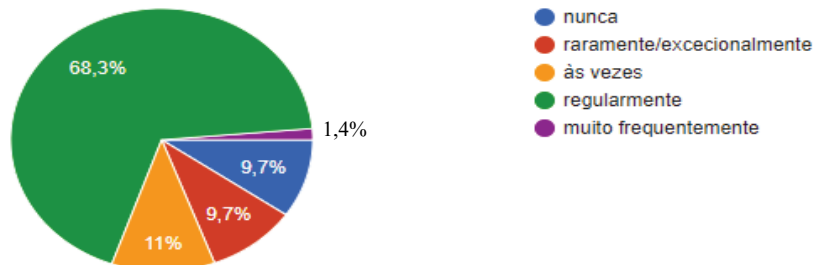
No que diz respeito ao modo preferido para assistir a estes eventos, podemos aferir no caso da Rampa da Falperra que quase toda a amostra prefere ver este evento pessoalmente, primeiro devido ao estatuto que o evento tem, localização, velocidade conseguida neste evento pelos pilotos e por ser uma ronda do campeonato nacional e europeu.

No caso da Rampa do Caramulo podemos afirmar que a amostra prefere ver este evento através da televisão, possivelmente através de algum emissor nacional assim como na rampa da Falperra onde existiu emissão na RTP 3, assim como a existência do Festival motorizado onde as streams na internet e nas redes sociais são um método muito privilegiado para este caso, e como também o universo amostral pertence todo ele a cidades vizinhas de Braga logo as streams ganham muito em relação à assistência presencial no evento.

Gráfico - 10

Com que frequência viajava para assistir a eventos automobilísticos antes da pandemia Covid-19?

145 respostas



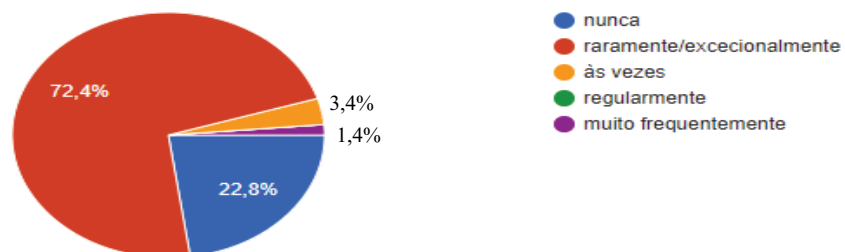
No que diz respeito à frequência de viagens feitas a estes eventos no tempo anterior da pandemia de Covid-19, podemos dizer que quase 70% da amostra viajava com frequência para assistir a eventos deste género.

Desta forma estes eventos fazem com que este grau de elevada assistência movimente muitos dos negócios adjacentes aos eventos, e desta forma fomentam a economia local do mesmo de maneira mais elevada nesse curto espaço fazendo com que o evento tenha um impacto mais pronunciado no local de acolhimento.

Gráfico - 11

Após o surgimento da pandemia com que frequência viajou para assistir a este tipo de evento?

145 respostas

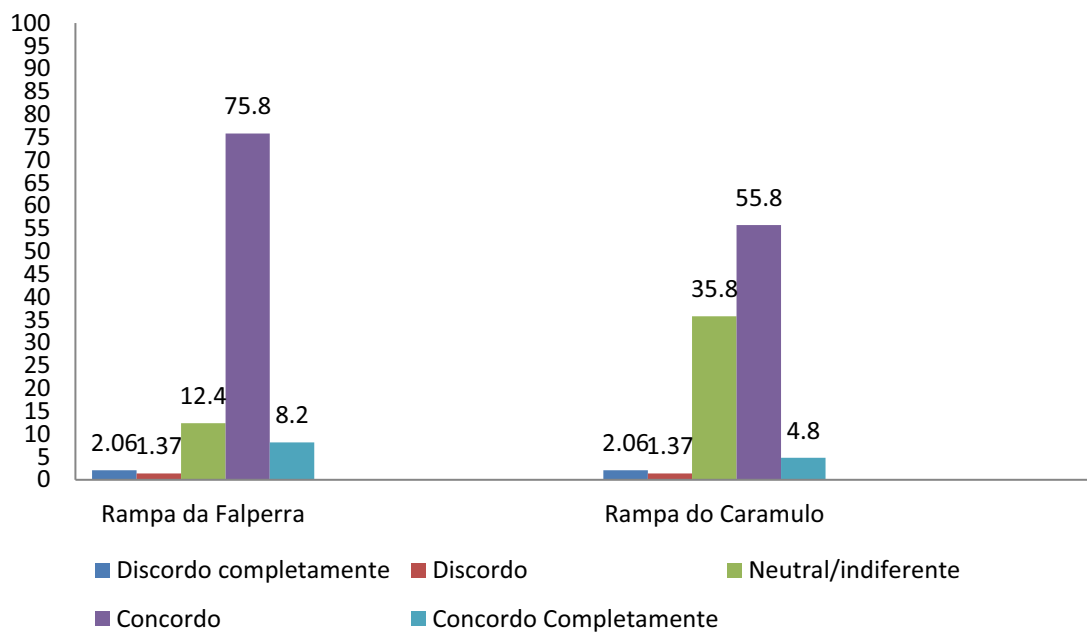


No que diz respeito à frequência de viagens feitas a estes eventos no tempo posterior à pandemia as viagens diminuíram de frequência, devido ao medo e à exposição a este vírus e possíveis consequências que a infeção por meio de Covid-19 traz ao ser humano

fazendo com que as viagens sejam imensamente reduzidas fazendo com que as receitas de turismo e desenvolvimento nos locais de acolhimento baixem drasticamente

Gráfico – 12

**Após assistir a eventos como a
 Rampa da
 Falperra/Caramulo tenciona
 visitar a cidade numa
 próxima viagem?**

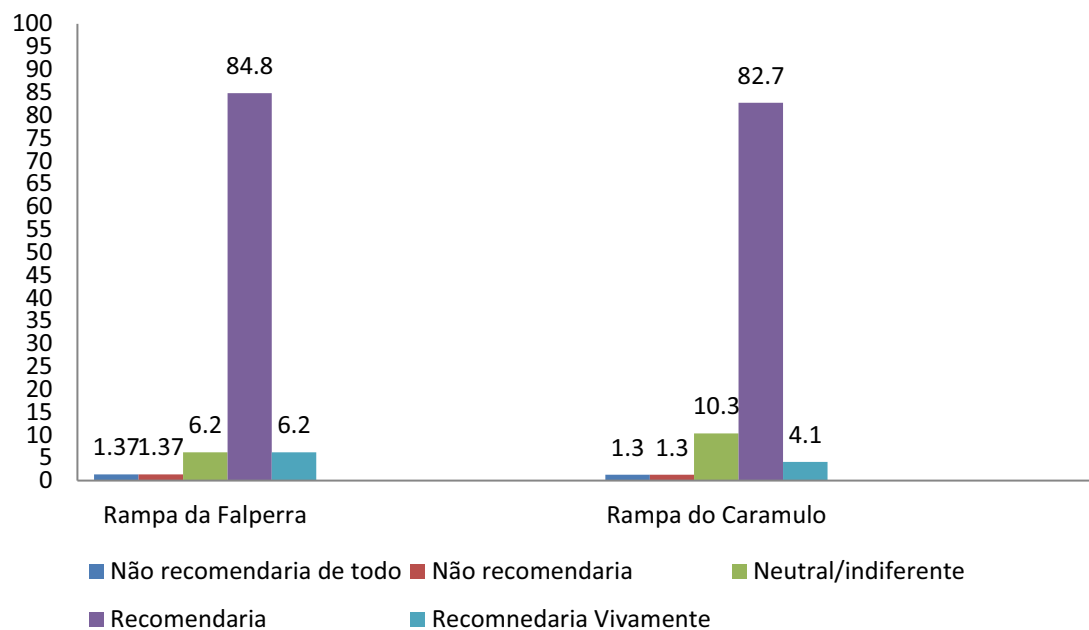


A partir do Gráfico 14 podemos concluir que após terem assistido a estes eventos no caso da Rampa da Falperra que quase 80% dos inquiridos após assistirem a este evento pretendem visitar e explorar a cidade de Braga, podendo também afirmar que a rampa da Falperra é um chamariz e cartão-de-visita para o local de acolhimento.

Na rampa do Caramulo podemos concluir que, embora em percentagem menor perto dos 60% visitariam a vila de pois de assistir ao evento, facto inerente à distância do universo amostral à localização do evento.

Gráfico – 13

Recomendaria a Rampa da Falperra/Caramulo a algum amigo/familiar?

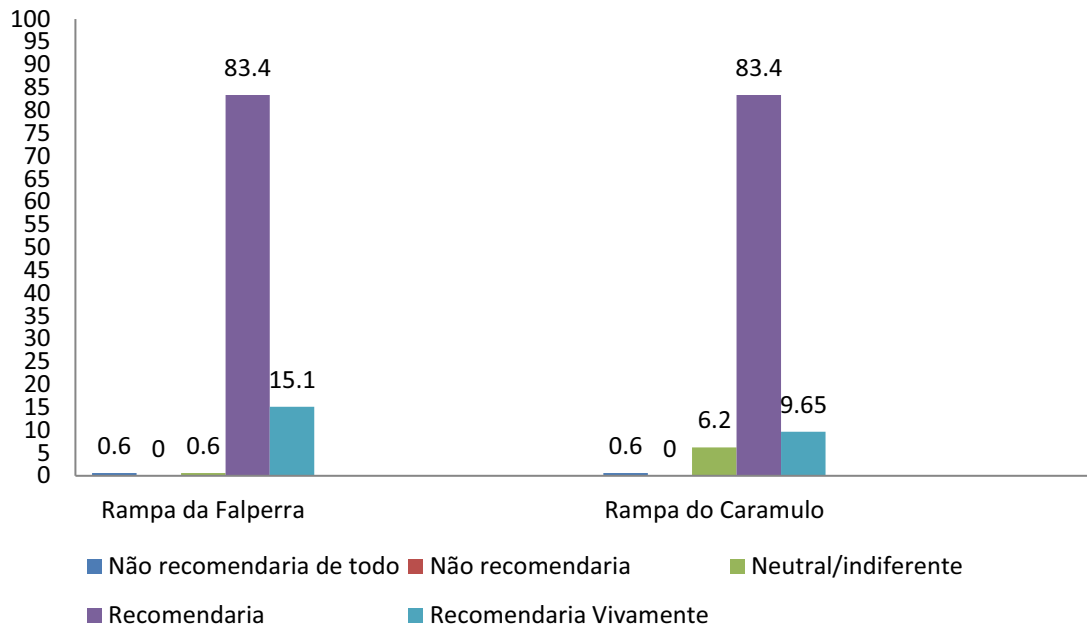


A partir do Gráfico 13 podemos concluir que no caso da rampa da Falperra 85% recomendariam este evento a um familiar/amigo o que faz com que resulte numa propagação do evento e características do mesmo para além da esfera familiar enorme arrecadando desta forma mais membros para o público que assiste a estes eventos

Na rampa do Caramulo podemos concluir que o cenário é o mesmo de elevada recomendação, resultando na mesma divulgação e propagação do evento pelas pessoas do círculo familiar e de amigos.

Gráfico – 14

**Recomendaria a algum
 amigo/familiar visitar a
 cidade de Braga/Caramulo?**



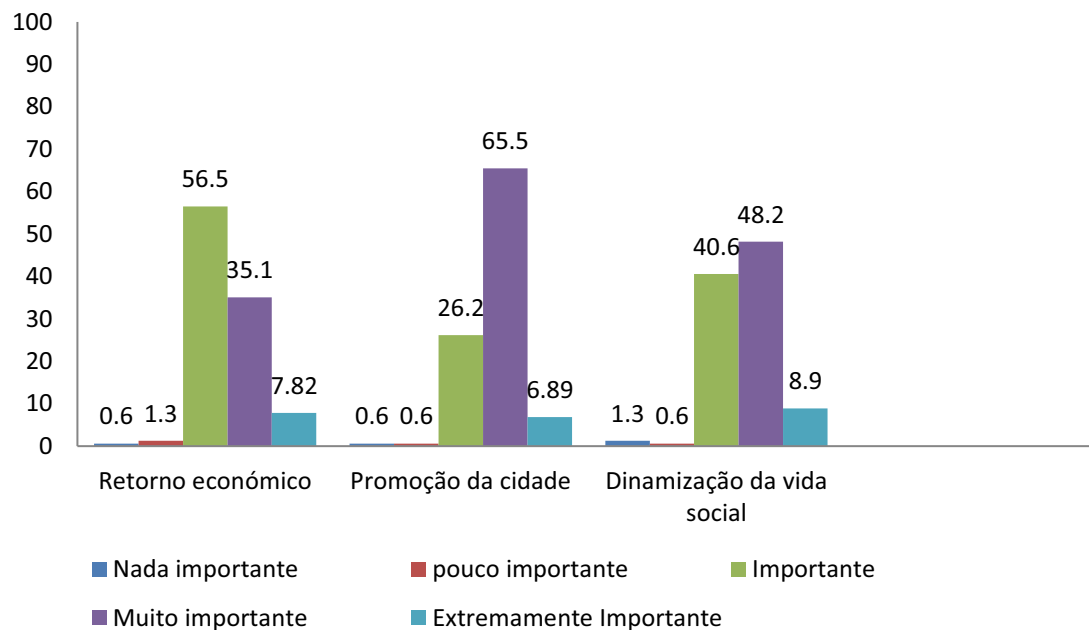
A partir do Gráfico 14 podemos concluir que no caso da Cidade de Braga quase a totalidade dos inquiridos recomendariam visitar a cidade de Braga independentemente do evento mas também pelos múltiplos eventos e sítios que a cidade tem para oferecer além da Rampa da Falperra, havendo uma percentagem que recomendaria vivamente, possivelmente por fazerem associação do evento à cidade e a partir dais visitar a cidade como consequência

Na rampa do Caramulo podemos concluir que a tendência verifica-se igual, mais de 80% recomenda a visita à vila do Caramulo, possivelmente por causa do museu do Caramulo estar lá localizado, entidade que organiza o festival motorizado que é o evento maior em termos de concentração de carros antigos da península ibérica assim como a realização do campeonato nacional de montanha que traz também a sua assistência por parte do público contribuindo ambos para o desenvolvimento da vila.

Existe uma percentagem mais pequena de apenas de 10% as recomendações mais afirmativas, possivelmente pelas mesmas razões verificadas na Falperra, conhecerem o local depois de assistirem à realização de um destes dois eventos.

Gráfico – 15

Como avalia a importância da Rampa da Falperra como fonte nos seguintes aspetos?



No gráfico 15 avaliamos a rampa da Falperra em três eixos sendo eles: retorno económico, promoção da cidade, e dinamização da vida social.

Podemos concluir que para esta amostra de 145 pessoas no eixo referente ao retorno económico quase a totalidade da amostra considera este evento importante e muito importante fazendo ver que é um dos eventos que mais movimentam o comércio local assim os pequenos negócios dentro da cidade.

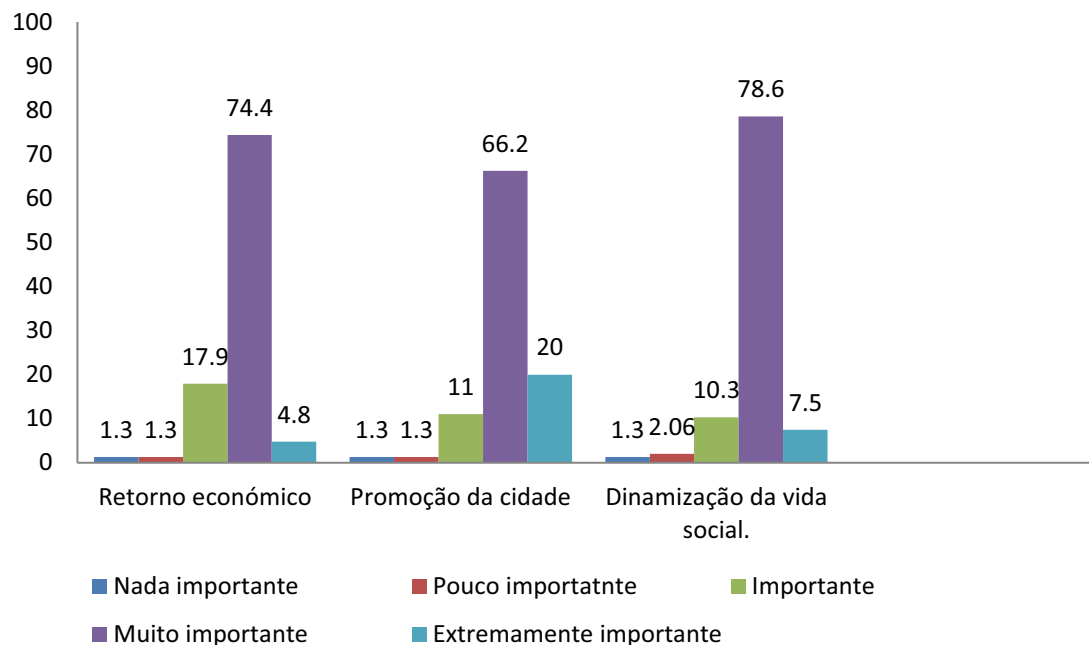
No eixo relativo à promoção da cidade podemos concluir que nesta amostra de 145 pessoas quase 70% considera este evento muito importante, facto que pode ser comprovado com a atração de público que a cada ano este evento atrai à cidade de Braga assim como a localização do universo amostral que em si possui um papel preponderante, uma vez que, possibilita a visita a um evento que está próximo das residências de quase todo o universo amostral.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

No eixo relativo à dinamização da vida social neste universo composto por 145 respostas que quase metade da amostra acha que este evento é muito importante da dinamização da vida social, embora haja uma quantidade razoável de pessoas que apenas consideram este evento importante, uma vez que, existem outros eventos que podem ultrapassar a Rampa da Falperra, embora este seja o evento desportivo mais aguardado pelos bracarenses, existem outros que podem ultrapassá-lo.

Gráfico – 16

Como avalia a importância da Rampa do Caramulo como fonte nos seguintes aspetos?



No gráfico 20 avaliamos a rampa do Caramulo em três eixos sendo eles: retorno económico, promoção da vila, e dinamização da vida social.

Podemos concluir que para esta amostra de 145 pessoas no eixo referente ao retorno económico, mais de 70% da amostra considera este evento muito importante, uma vez que é dos poucos eventos que consegue atrair uma massa de pessoas considerável de forma a que consiga movimentar de forma eficaz os pequenos negócios que ali se localizam no centro da vila, assim como a presença do festival motorizado que se realiza no mesmo traçado sendo este o maior evento ali realizado.

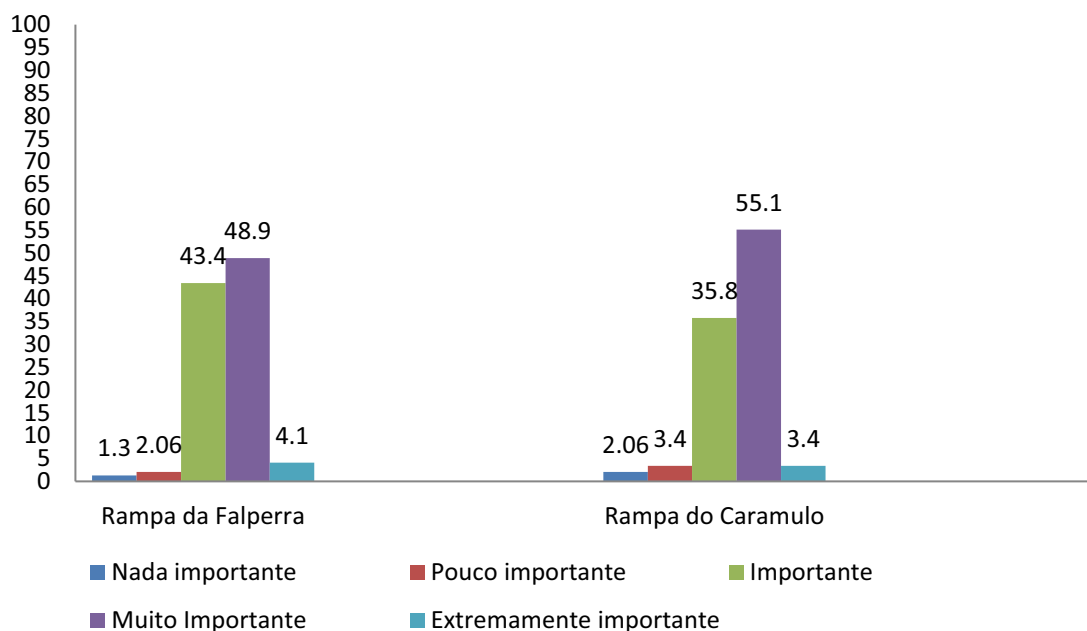
Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

No eixo relativo à promoção da cidade podemos concluir que nesta amostra de 145 pessoas, verificamos a mesma tendência, quase 70% consideram este evento muito importante na promoção da vila, primeiro porque é um dos maiores eventos que se realiza na vila e segundo, no que toca ao calendário desportivo a rampa e o festival motorizado são os cartões-de-visita para atrair pessoas em massa para a localização do evento.

No eixo relativo à dinamização da vida social neste universo composto por 145 respostas podemos concluir que quase 80% considera este evento muito importante, pelas razões descritas em cima, popularidade do evento e dimensão do evento, que juntamente com o festival são os que fazem movimentar as pessoas e consumir na vila naquele curto espaço de tempo em que eles têm duração embora com datas separadas.

Gráfico – 17

Como classifica a Rampa da Falperra/Caramulo no calendário de atividades da cidade?



No gráfico 17 aquando da importância destes dois eventos nos seus respetivos calendários culturais podemos concluir no caso da rampa da Falperra podemos concluir que quase 90% da amostra considera este evento importante e muito importante no

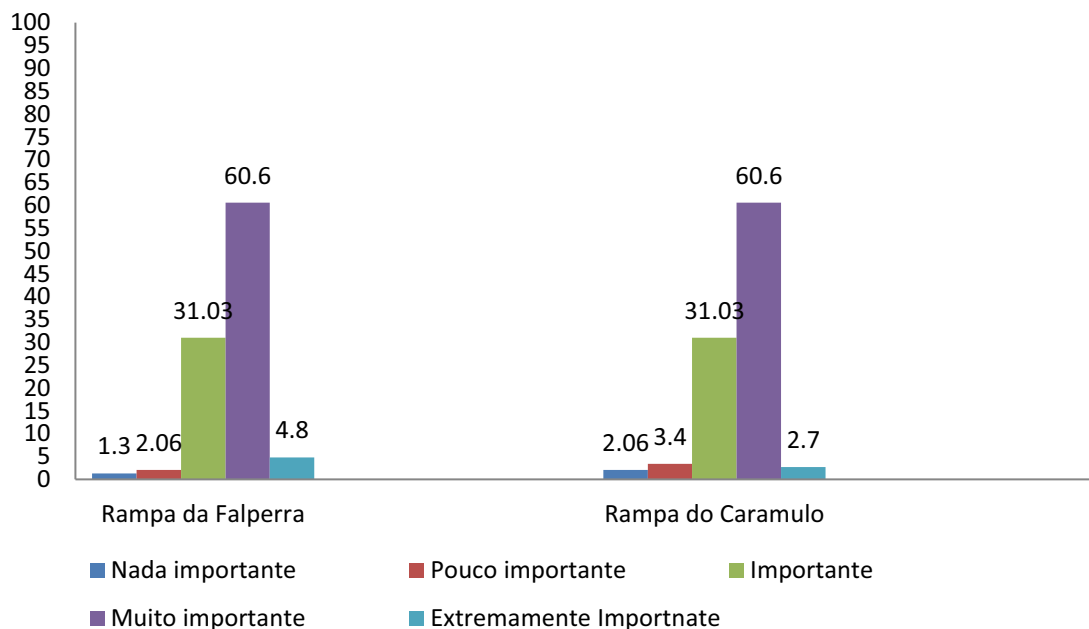
Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

calendário cultural, devido por exemplo à proximidade das pessoas ao evento, à história que o evento traz e classificação que este evento tem nos respetivos campeonatos que o tornam um evento de excelência e um evento que movimenta muita gente estando atrás de eventos como a Noite Branca ou a Semana Santa.

No caso da rampa do Caramulo podemos aferir que a tendência revela-se a mesma quase 90 % da amostra considera que este evento é importante e muito importante para a vila do Caramulo devido a serem os eventos que atraem mais pessoas à vila e também por serem aquelas que tem maior destaque não só no calendário cultural embora haja atividades que o museu promove sem ser o festival como o Museu na rua que também atrai muitas pessoas e desta forma contribui para mexer a vila nos três eixos acima referidos

Gráfico – 18

Como pode classificar a Rampa da Falperra/Caramulo como evento desportivo?



No gráfico 18 aquando da importância destes dois eventos na sua íntegra para o público amante ou não deste desporto podemos concluir no caso da rampa mais de 60% considera este evento como um evento muito importante, evento este que no calendário

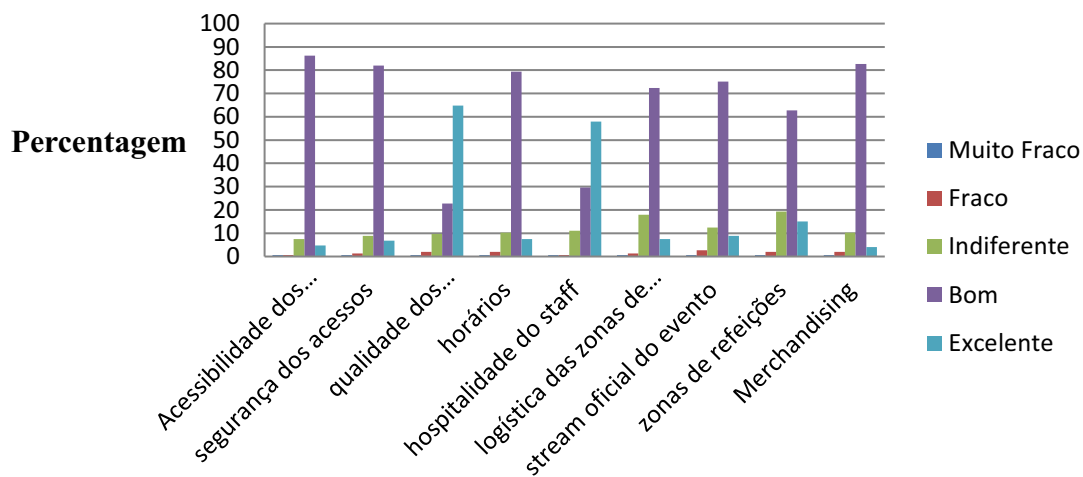
Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

desportivo é o evento automobilístico mais aguardado pelos bracarenses no ano civil e pela dimensão de público que este evento atrai eclipsando em muito outras atividades desportivas e outras infra-estruturas como o autódromo que se localiza em palmeira.

No caso da rampa do Caramulo podemos aferir que a tendência verifica-se a mesma com mais de 60% da amostra a considerar este evento como muito importante devido ao facto de ser um evento de grande importância para vila nos eixos anteriormente referidos mas também por ser talvez, junto com o Caramulo Motorfestival os eventos de cariz desportivo que atarem mais pessoas para o centro da vila.

Gráfico – 19

Avalie a Rampa da Falperra numa escala de 1 a 5 (1- Muito Fraco, 5- Excelente) os seguintes parâmetros



A partir do gráfico 19 o evento foi avaliado nas seguintes vertentes: Acessibilidade dos pontos de interesse, segurança dos acessos, qualidade dos transportes internos, horários, hospitalidade do staff, logística das zonas de público, stream oficial do evento, zonas de refeições e merchandising.

No caso da rampa da Falperra, quase todos os aspetos a apreciação das pessoas foi classificada de “Bom” em quase todas as vertentes acima dos 80%, demonstrando que este evento é de facto um evento que caminha para patamares mais altos e de maior qualidade, facto esse que se confirmou em 2021 com o Masters of Hillclimb, melhorias essas fruto das edições anteriores desde a sua reabertura.

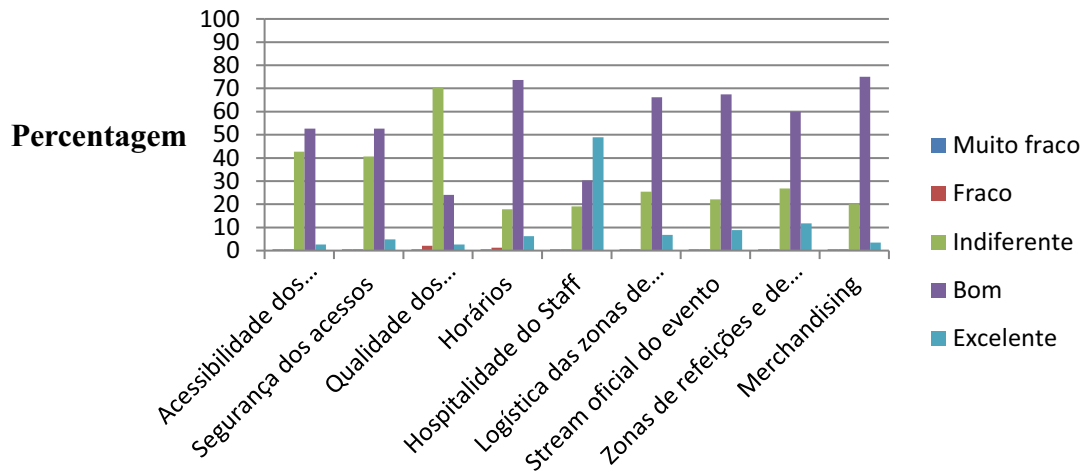
Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Podemos destacar que este evento ainda se destacou mais na qualidade dos transportes internos, e na hospitalidade do staff como “excelente”.

Transportes esses que foram adicionados no Masters of Hillclimb que se revelaram fulcrais na deslocação de pessoas para os vários pontos-chave ao longo do percurso e o staff que tem sido incansável na organização e controlo do público e sua afluência.

Gráfico – 20

Avalie a Rampa do Caramulo numa escala de 1 a 5 (1- Muito Fraco, 5- Excelente) os seguintes parâmetros

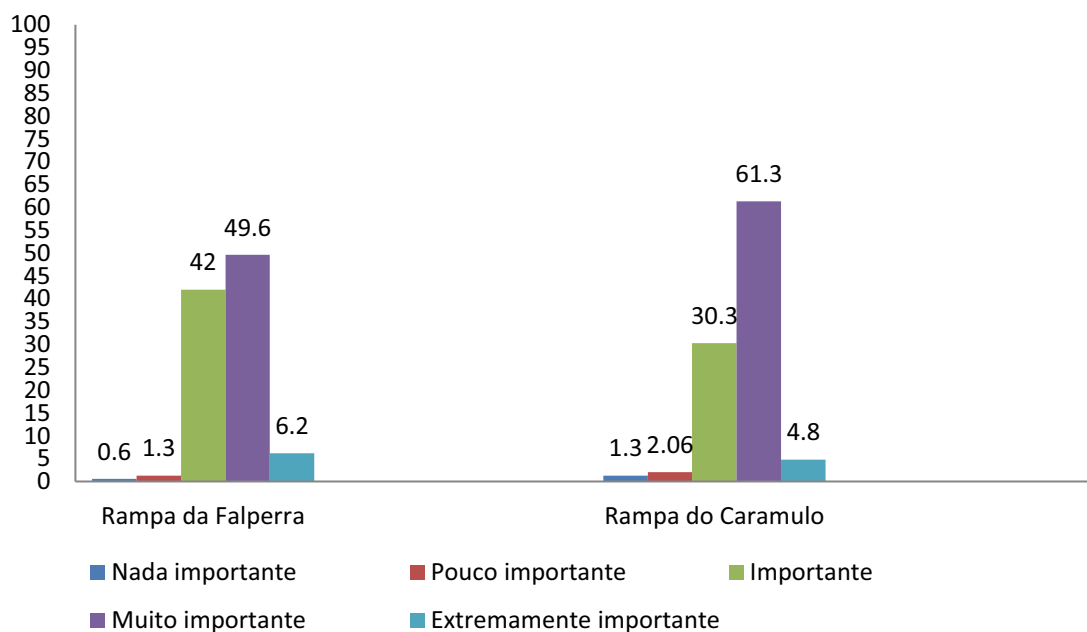


A partir do gráfico 20 foram avaliadas as seguintes vertentes: Acessibilidade dos pontos de interesse, segurança dos acessos, qualidade dos transportes internos, horários, hospitalidade do staff, logística das zonas de público, stream oficial do evento, zonas de refeições e merchandising.

No caso da rampa do Caramulo, podemos aferir que neste evento em quase todos os aspetos o universo amostral classificou-o como “Bom” em quase todos os aspetos também com a exceção dos transportes onde a amostra se mostrou indiferente a este tópico, primeiramente porque a implementação de um sistema deste género seria difícil devido ao traçado da rampa que não permite um acesso fácil aos pontos mais críticos, (estradas estreitas especialmente no final do percurso), e tendo sido classificada como excelente também na hospitalidade do staff

Gráfico – 21

**Como pode classificar a
 Rampa da
 Falperra/Caramulo como
 investimento para
 contribuições futuras no
 calendário cultural dos locais
 de acolhimento**



No tópico relativo a estes eventos revelarem-se futuros investimentos no calendário cultural dos respetivos locais de acolhimento podemos concluir que no caso da rampa da falperra, confirma-se o que já se vêm fazendo de edições anteriores que ao resolverem alguns problemas, mais especificamente a nível do público e o seu controle e a equipa de comissários de forma a haver uma funcionalidade mais homogênea do grupo que efetivamente controla a passagem dos automóveis de forma segura suscitando as sensações de adrenalina com a segurança de um evento de elevada qualidade e excelência como é possível verificar em outros eventos do campeonato europeu.

Embora haja algumas falhas para melhorar ainda há uma margem de manobra a efetuar de forma a fazer com que este evento seja mesmo de patamar de excelência em ambos

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

os campeonatos, demonstrado pela discrepância entre a categoria “bom” e “excelente” onde há uma discrepância de mais de 50% entre as duas categorias pontos que já começaram a ser observados a quando da entrevista que foi realizada pós-masters.

No caso da rampa do Caramulo podemos aferir que neste caso a rampa do caramulo é de facto um evento muito importante para o calendário cultural da vila não só já foi referido pelo grande impacto que possui nas variáveis anteriormente referidas, promoção da cidade, dinamização da vida social, retorno económico como também a sua importante referência no calendário desportivo sendo um evento importante para o campeonato nacional assim como o evento festivo que ocorre em Setembro o Caramulo Motorfestival que reúne no traçado da rampa o maior evento de carros da península ibérica utilizando o mesmo traçado servindo a rampa como um promotor indireto para o festival motorizado, sendo assim um evento que merece de facto ser investido e explorado da melhor maneira possível de forma a que se consiga elevar este evento para um patamar superior de qualidade e excelência.

Tabela - 4

Tem alguma sugestão que possa melhorar o evento?

9 respostas

Nao
.
Não tenho nada de momento
Não 😊
Muito top
Nenhuma
Visitem

Na tabela 3 podemos verificar algumas das respostas deixadas por alguns participantes desta amostra que não tendo nada a acrescentar apenas recomendam que visitem este eventos.

4.2 Análise dos dados qualitativos.

4.2.1 Rampa da Falperra

Aqui podemos encontrar três pontos-chave na entrevista realizada com o Dr. Rogério Peixoto sendo eles:



Fig.2: Pontos-chave da entrevista da rampa da Falperra.

Podemos ver que aqui o eixo relativo à Evolução é a base que permitiu com que a afluência do público, fosse em crescendo e assim desta maneira permitisse a resolução, melhoria e consolidação de aspetos fulcrais para que a prova atingisse o patamar que hoje adquire.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

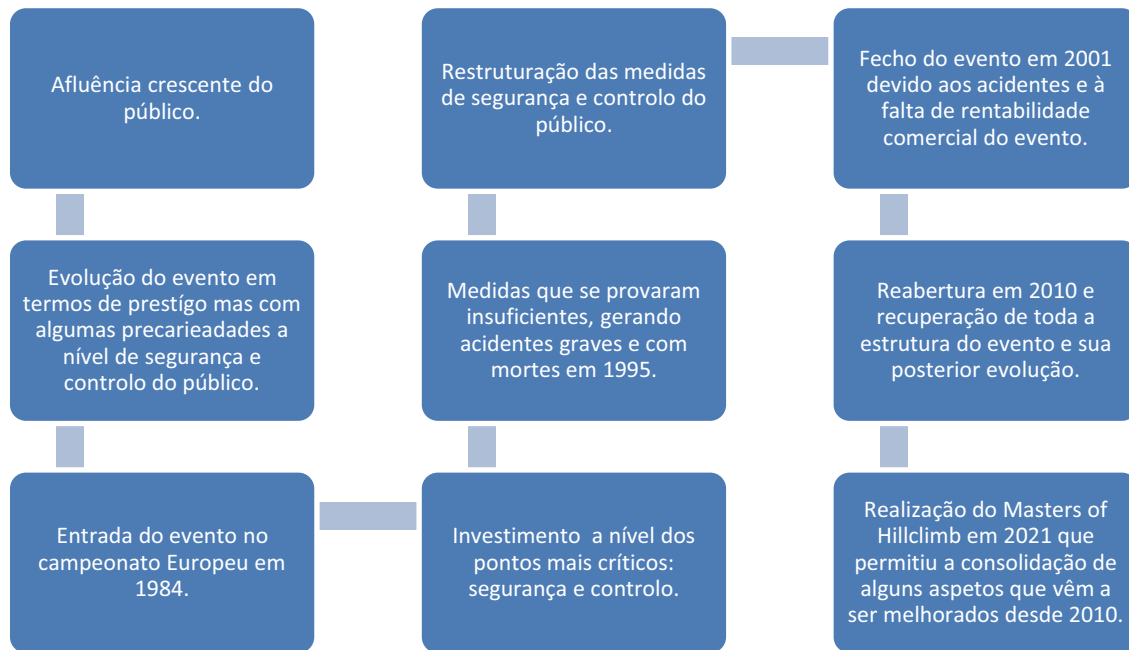


Fig 3: Linha cronológica da evolução da Rampa da Falperra.

Dando o destaque também do Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «as coisas eram muito empíricas, trabalhava-se de uma maneira completamente diferente, era mais com o apelo à boa vontade das pessoas (...) Foram épocas realmente áureas mas com pouco controlo sobre o público (...), aqui aconteceu o mesmo foi em 94/95 também tivemos um acidente grave com mortes na rampa da Falperra e isso depois também levou a grandes modificações nas estruturas da prova (...) a parte da segurança passou a ser a preocupação máxima da rampa (...) caderno de encargos que é uma lista de todos os aspetos que são respetivos à rampa e que por seu lado tem também os aspetos que podem ser melhorados de maneira a que a prova possa ser realizada com a máxima segurança (...) A FIA obriga sempre a bastantes requisitos em termos de segurança para os pilotos e para o público e isso passou por grandes alterações».

No que toca à afluência do público, no parâmetro da atração, este evento evoluiu sempre em crescendo e foi possível traçar algum dos impactos gerados como foi possível ver o retorno gerado por esses mesmos impactos e demarcar o vínculo territorial que permite com que este evento traga efetivamente um público diverso e multifacetado à cidade de Braga.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

A rampa da Falperra é um dos eventos que maior importância tem no panorama geral da cidade de Braga no que toca a atividade desportiva da cidade, e do norte do Portugal citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «A rampa da Falperra é um dos eventos mais importantes sob o ponto de vista do que é atividade desportiva para a cidade, conselho e região do Minho inclusivamente para o Norte de Portugal».

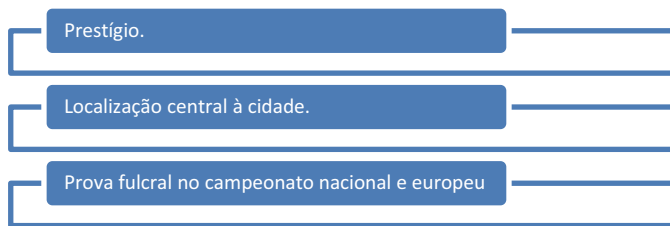


Fig 4: Pontos-chave que contribuíram para o sucesso da Rampa da Falperra.

Citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese que fez destaque para alguns deste fatores: «A atratividade que a rampa da Falperra tem do ponto de vista daquilo que é a assistência e a vinda de visitantes e participantes no evento, mobiliza não só aquilo que é os sectores do alojamento, da restauração, mas também permite enfim gerar uma receita significativa em outros sectores, portanto do ponto de vista económico e social a rampa da Falperra tem um impacto muito positivo».

Outro fator que vem a destaque pelo Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese remonta ao forte vínculo territorial entre a cidade de Braga e o evento e a consequente atração provocada pela rampa na mobilização de público e citando o mesmo: «Por outro lado também, permite uma identificação de um território muito vinculado ao desporto automobilístico que é a cidade de Braga e a rampa da Falperra é um evento histórico que é muito valorizado não só pela comunidade local mas também pelos visitantes que vêm (...)».

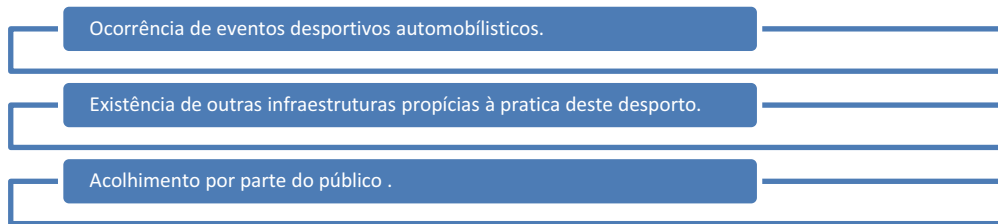


Fig 5: Vínculos que permitem identificar o território Bracarense como fortemente ligado ao desporto podendo relacioná-los com a forte atração e sucesso da Rampa da Falperra.

Segundo o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese a rampa é vista como um evento primário para a economia da cidade e para a mobilização do fluxo de turistas que este evento traz como consequência, citando o mesmo: «Não, ela tem um papel importante, qual é o problema aqui, é que estamos a falar de um evento que traz muita gente à cidade (...) o problema é que tem uma duração curta, estamos a falar de uma ocupação de duas noites, três noites no máximo, portanto são duas noites, três dias e isso permite uma boa ocupação naquele período de tempo e efetivamente é pena que não seja mais dias».

O reconhecimento da prova com o caso específico do masters veio a confirmar que a rampa tem o estatuto necessário para atrair mais pessoas e também as fundações organizativas para se fundar um motor turístico onde possa ser capitalizado um grande lucro com o realizar destas provas ano após ano e citando o Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Os benefícios estão à vista, é o nome de Braga».

A cidade minhota sempre teve uma participação ativa e muito enraizada no culto do desporto automóvel desde que ele começou a surgir como fonte monetária e de prestígio quer em Braga quer no resto do território português dando por exemplo um testemunho do Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Quando o IKEA abriu portas aqui em Braga, fez-se um estudo de mercado para saber que nomes é que davam mais confiança ao público, que nomes fortes, que poderiam dar confiança ao consumidor e então pediram um estudo (...) e eles chegaram à conclusão de dois nomes, o nome que mais dava reconhecimento e

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

mais fidelidade ao público era o primeiro o rally de Portugal e em segundo a rampa da Falperra, e os senhores vieram ter comigo pedir-nos autorização e fizeram um acordo comercial para usar o nome rampa da Falperra na abertura do IKEA e fizeram uns carrinhos de madeira a dizer rampa da falperra, para oferecerem ao público, (...) isto espelha bem o que é neste momento a rampa da Falperra para a cidade».

A maré de gente que enche as ruas da cidade em peregrinação à N309 neste fim-de-semana solidifica a cidade não só pelo pedigree desportivo que ela possui mas também sim pela própria cidade, onde pessoas de toda a Europa podem desfrutar do que a cidade tem para oferecer dando o destaque também do Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese no caso do masters: «Eu acho que aqui na rampa da Falperra segundo aquilo que me diziam acho que se ouvia falar mais espanhol do que português, eu sei que vieram pessoas de Córdoba que marcaram viagem para virem aqui à rampa da Falperra».

Estes não são os únicos casos de pessoas que vieram de outros lados da Europa que vieram para assistir ao evento, houve um caso que também revela por parte do povo português um enorme carinho pela prova como um casal que vem todos os anos de Coimbra e que reserva quartos de um ano para o outro segundo a direção dos hotéis João Paulo II

No fator consolidação, de facto é possível averiguar que o povo Bracarense, é atento a este tipo de desporto, mesmo que não seja do tipo de desporto mais seguido em Portugal como o futebol, este demonstra um grau elevado de identificação pelo automobilismo em geral, considerando esta prova como um dos eventos mais antecipados no calendário cultural da cidade pelos bracarenses citando o Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Há realmente uma paixão enorme de pessoas à volta, pessoas que marcam este evento, marcam férias para vir ver a rampa e isso claro entrar no campeonato europeu o retorno é muito maior».

Um facto curioso referido em específico, foi a referência do manual do utilizador dum dono de um automóvel da Ferrari que inclui um guia com as estradas que são um must para os amantes da marca experimentarem, se assim o puderem fazer, dos quais estão em destaque a N222 que sai de Vila Nova de Gaia e segue até ao Peso da Régua e a N309 que sai de Fraião e acaba no santuário do Sameiro facto esse que contribui para a

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

divulgação da estrada e do evento como uma prova de elevado prestígio no circuito de carros Premium ou de luxo e para os amantes mais abastados.

Também é possível verificar os impactos no setor turístico, como é que os hotéis se organizam e que mercado é mais apelativo assim como o delinear de um cliente - tipo, nas palavras do Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Para o hotel do Parque como lhe digo o impacto ronda entre os 30% e os 40% no hotel João Paulo II que pertence ao grupo dos hotéis do Bom Jesus o impacto situa-se entre os 70% e os 90%».

No hotel do parque existem campanhas que visam promover hotéis que ainda não tem uma lotação total, ou seja, promover os hotéis que possuam menor afluência pelos turistas que visitam a cidade com a finalidade de ver o evento que se realiza no fim-de-semana.

Dando nota que apenas iriam cortar as campanhas se os hotéis estivessem completamente cheios citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Exatamente, nós como trabalhamos com a organização da rampa, nós procuramos garantir uma ocupação que era impossível através daquilo que são os participantes da rampa aquilo que são as equipas técnicas, os pilotos e depois procuramos fazer uma campanha para hotéis que ainda não tem uma ocupação garantida, ou seja, aqueles hotéis tem quartos livres, nós procuramos principalmente no mercado do Porto, Lisboa, e da Galiza, portanto fazemos campanhas específicas junto desses três mercados, caso enfim não posso dizer que isso tenha acontecido alguma vez mas só não o faríamos se os hotéis tivessem todos ocupados e isso nunca aconteceu portanto nós temos cinco hotéis ali próximos e não é fácil ocupar os 5 hotéis a 100%, agora o hotel João Paulo II no Sameiro esse sim garante ocupação total nesse dias sem precisarmos de fazer promoção para esse hotel».

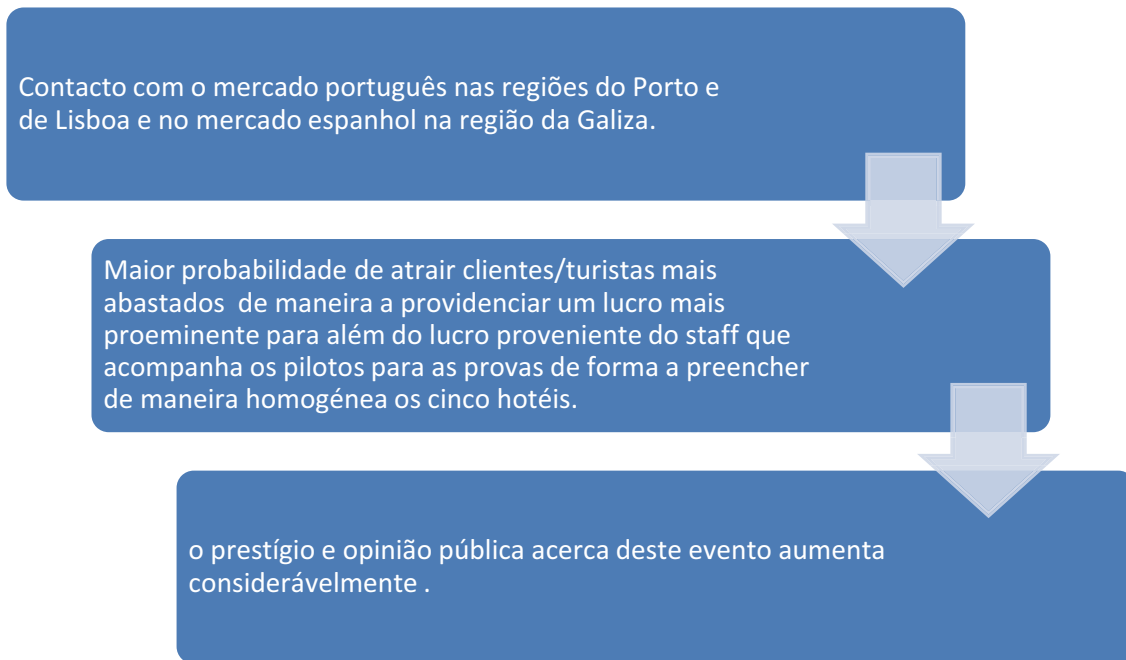


Fig. 6: Modus operandi de como funcionam as campanhas da cadeia de hotéis do Bom Jesus e sua relação com o aumento da massa humana e imagem do evento e da própria cadeia de hotéis.

A rampa ao realizar-se em épocas médias como em Maio ou em Outubro excepcionalmente em 2021 foi possível observar e sentir os impactos na ocupação por este evento estar colocado nestas épocas e citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Temos de olhar para isto da seguinte forma: Primeiro o evento realiza-se, normalmente realizava-se na primavera em Maio este ano realizou-se em Outubro (...) mas o que é que acontece, tanto em Maio como em Outubro são duas épocas que estão ali no período intermédio, ou seja, estão ali entre o Verão entre a época baixa e a época alta, que é o mês de Maio, e o mês de Outubro está entre a época alta e a época baixa, ou seja são épocas médias e posso dizer que mesmo estando em épocas médias nota-se imediatamente o impacto significativo na ocupação e nós para garantirmos alojamento para essas datas da rampa da Falperra é necessário uma marcação com antecedência, com bastante antecedência».

Participantes diretos.

- Pilotos, staff, equipa técnica.

Participantes indiretos.

- Turistas e residentes, sendo os visitantes maioritariamente de classe média das regiões do Porto, Lisboa, ou Espanha.

Fig. 7: Classificação dos tipos de participantes que frequentam este evento.

Para este tipo de evento foram descritos dois tipos de cliente o que pertence à prova como membro técnico de alguma das equipas que vão participar no evento em si ou um cliente que procura o tipo de alojamento barato de maneira a ter uma estadia confortável durante a duração deste evento sem muitas mordomias e luxos apenas um sitio confortável e perto da localização onde este evento se vai realizar citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Temos dois tipos de cliente, primeiro é aquele que faz parte das equipas técnicas e da organização e os pilotos, ou seja, aqueles participantes que participam ativamente na organização e na realização do evento, o staff, as equipas técnicas e os pilotos e depois temos um outro tipo de cliente que é o que vem assistir e vem normalmente de Espanha ou então de Lisboa ou do Porto que é um cliente (...) é um cliente talvez de classe média, não procura grandes luxos, nem grandes serviços extra, procura apenas um quarto e muitas vezes barato portanto não é, nunca fizemos um estudo aprofundado do perfil desse segundo cliente digamos assim, mas é um cliente que não procura muitos serviços, apenas o alojamento e pouco mais», assim como onde eles fazem as compras quando aqui pernoitam e citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: « (...) Compram fora do hotel, nós também não temos à venda assim muitos produtos a não ser se fossem refeições e assim, mas mesmo refeições são poucas, ou seja, como estava a dizer o principal serviço que se vende é o alojamento e mesmo as refeições às vezes eles comem durante a prova ou vão a outros restaurantes à noite, é essencialmente alojamento».

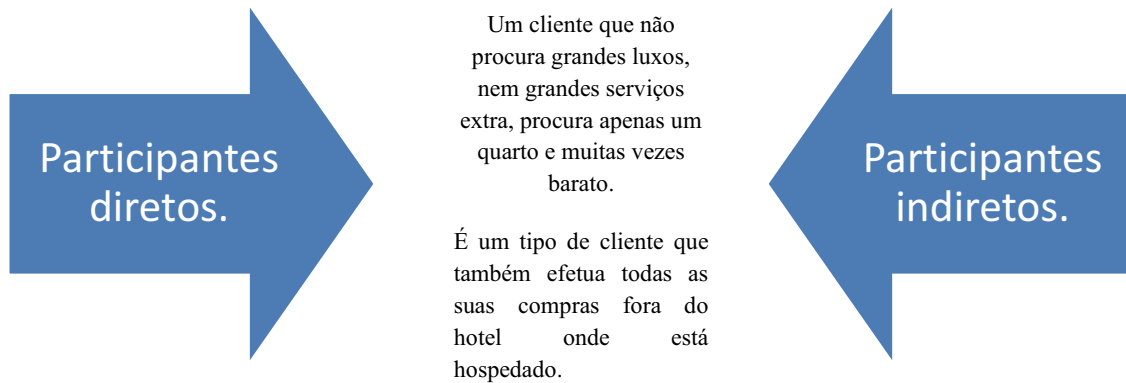
Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Fig. 8: Esquema do cliente-tipo que frequenta este tipo de eventos.

Observando os casos onde a oscilação é maior, o hotel João Paulo II foi o caso escolhido citando o Dr. Varico Pereira atual diretor dos hotéis do Bom Jesus em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «No período mais alto, imagine na época de Verão estamos a falar num aumento de faturação na ordem dos, lá está, temos de olhar para o hotel João Paulo II, (...) porque o hotel João Paulo II estamos a falar no Verão no aumento da ordem dos 30%, se estivéssemos a falar na época baixa estamos a falar num aumento na ordem dos 60%, 70% na faturação, mas também lá está temos de olhar sempre para o período de tempo sob este aumento da faturação situa-se dentro de um tempo que é um fim-de-semana, é muito importante, mas é um fim-de-semana, se quisermos olhar à dimensão imagine num espaço de temporal de um mês já vai reduzir esse impacto».

Outro aspeto que merece ter em atenção quando foi realizada a entrevista ao Presidente do CAM o Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese, foi comentado o facto de que alguns aspetos merecem ser melhorados e que há em falta pessoal qualificado como assim o cita: «Nós o que temos de melhorar é na parte organizativa nós temos que ganhar apesar de já termos, muito treino, muitas rampas há sempre gente nova a integrar isto e há sempre coisas melhorar, nós clube temos que nos organizar mais em termos de estrutura (...) Temos que criar um grupo de comissários de pista mais homogéneo que não nos obrigue a andar sempre à procura de comissários em todo o lado, comissários pagos felizmente temos conseguido, nós temos que arranjar sobretudo uma estrutura que depois comece a funcionar todos os anos da mesma maneira, que não seja preciso sempre a andar a inventar a arranjar coisas para que isso aconteça».

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Segundo o Dr. Rogério Peixoto atual presidente do CAM em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese é citado: «Na publicidade, no marketing, na divulgação da prova ainda podem ser feitas muitas coisas e sobretudo arranjar aqui um suporte que nos permitia manter sempre a transmissão televisiva da prova, sem grandes sobressaltos (...) este ano conseguimos pela primeira vez já depois de muitos anos entrar na RTP, esperemos que seja um casamento que seja para durar, desta vez foi na RTP Açores mas é provável que para o ano seja noutra RTP; RTP 3; RTP 2 a 1 não acredito mas acho que sim na RTP 2; RTP 3; há espaço para nós integrarmos isso temos é que convencer as pessoas e arranjar patrocínios que nos ajudem, essa área não está trabalhada está muito mal trabalhada falta-nos alguém aqui no CAM realmente dedicado a essa parte é uma área que dá para crescer muito e está a porta aberta a quem quiser integrar isso.»

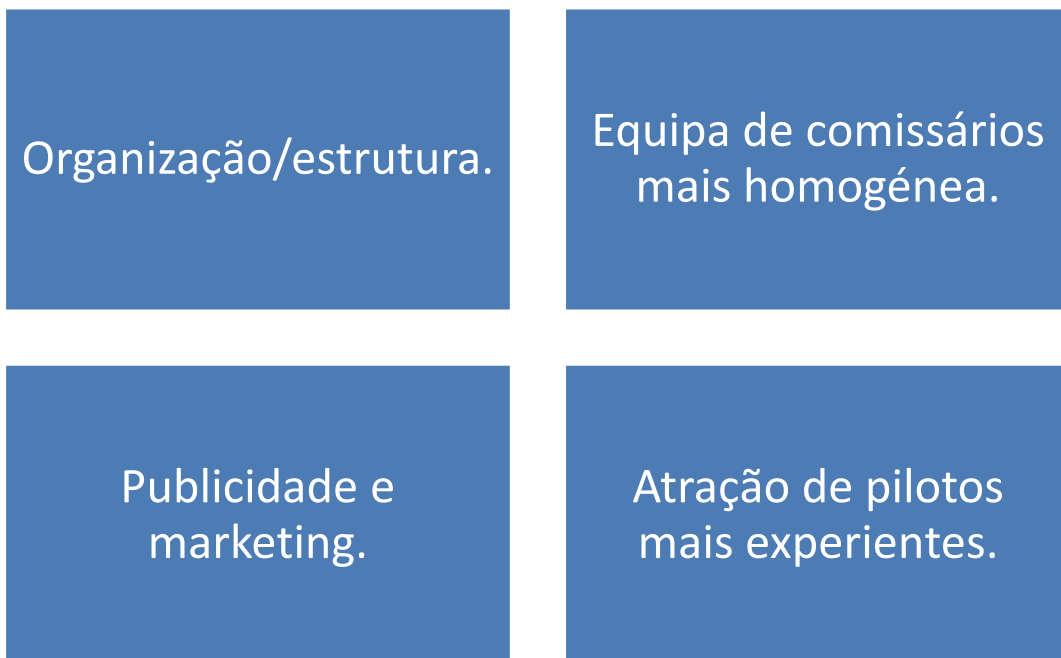


Fig. 9: Problemas a serem abordados de forma a melhorar o evento em questão.

4.2.2 Rampa do Caramulo

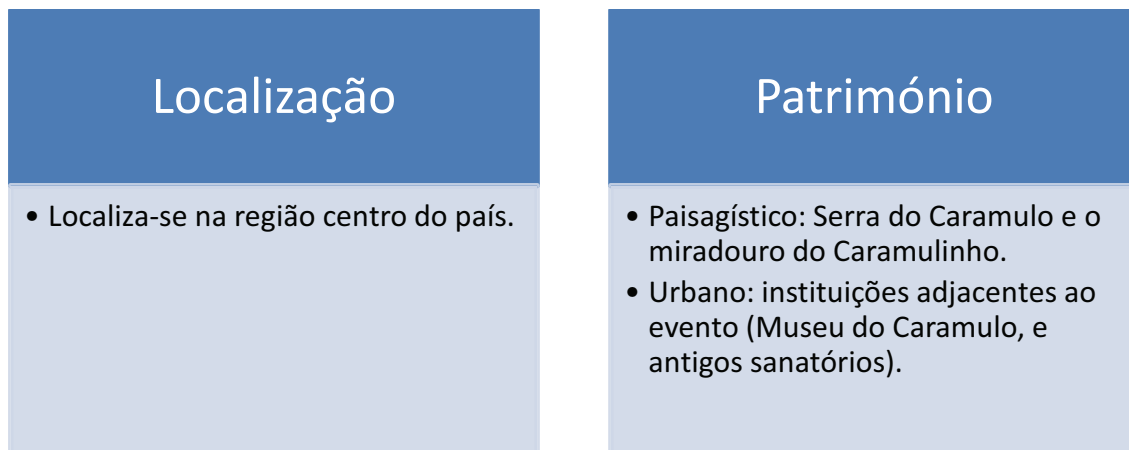


Fig. 10: Vantagens intrínsecas ao local do evento (Rampa e Caramulo Motorfestival)

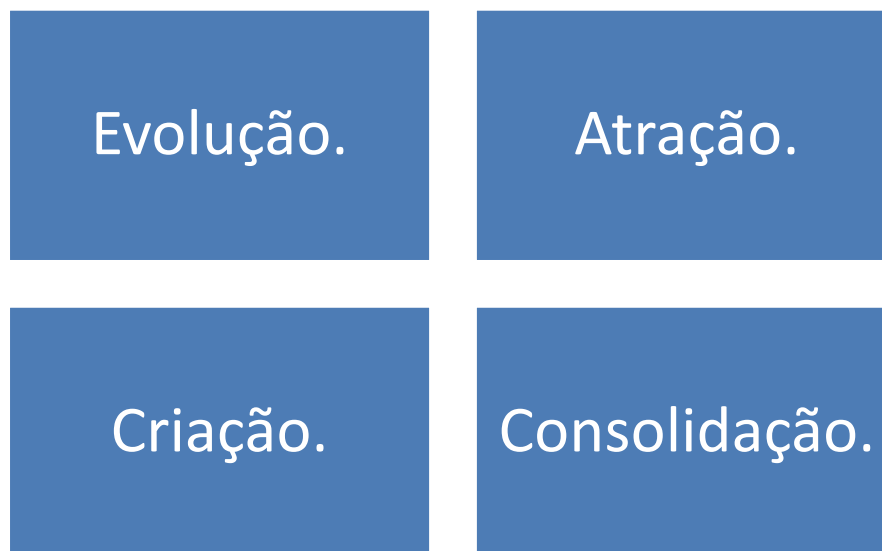


Fig. 11: Pontos-chave das entrevistas com o Dr. Fernando Batista e com o Dr. Salvador Patrício Gouveia.

No eixo da evolução a câmara municipal de Tondela é vista como um forte aliado e patrocinador deste evento singular no campeonato nacional de Montanha como assim é comentado pelo Dr. Fernando Batista atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «E depois o apoio que a câmara de Tondela tem vindo a dar ao Targa e a grande dedicação que o Targa clube; (...) tem sempre posto em cada ano para melhorar a rampa em todos os aspetos, e também o aspeto organizativo, temos a consciência que têm acontecido (...) e apoiada na câmara municipal de Tondela, tem-se vindo todos os anos a investir algo, no ano passado, para este ano, concretamente porque as coisas eram para ser ano passado, mas

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

por causa da pandemia, este ano a rampa já foi de facto muito beneficiada em termos de segurança (...) o investimento que foi feito em termos de segurança foi por causa do CPM e pediu-se uma vistoria técnica por parte da federação verificou-se, viu-se o que era necessário melhorar na segurança de rails, no total do percurso, tivemos um caderno de encargos, a câmara Municipal de Tondela, efetuou esse trabalho e a rampa de facto ficou muito mais valorizada e isso não só beneficia a rampa que conta para o campeonato nacional de montanha como beneficia o festival que nomeadamente é sempre feito no início de Setembro. Pronto e de facto são dois mundos à parte».

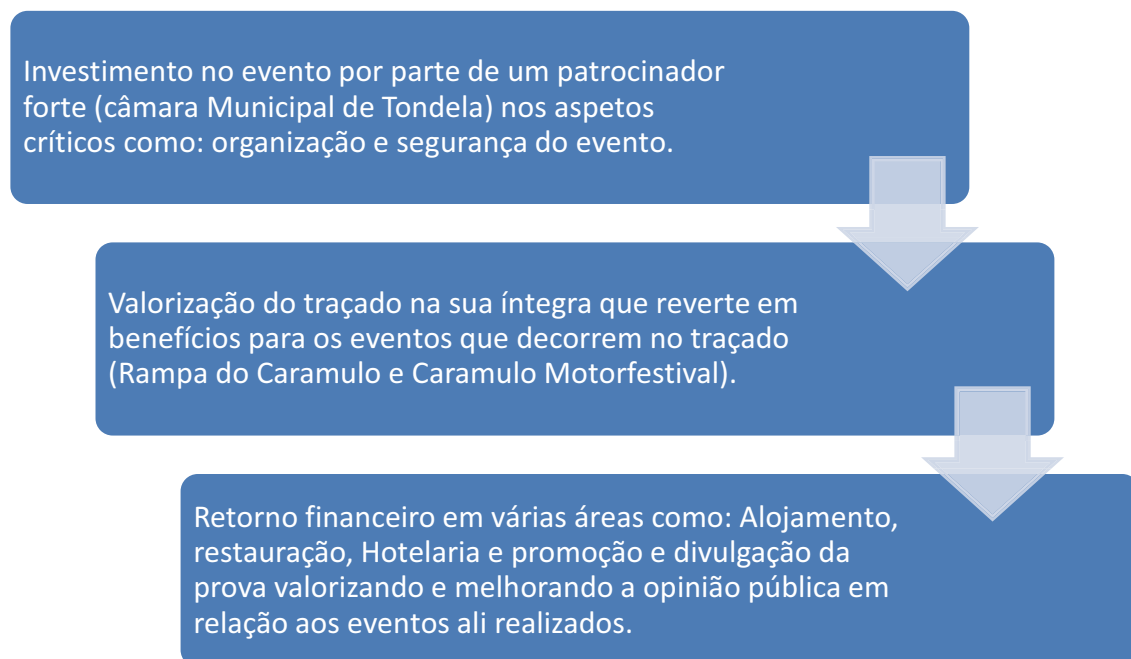


Fig. 12: Evolução da valorização do traçado de forma a ser um contributo para a vila do Caramulo.

Neste caso no eixo da atração a autarquia de Tondela investe financeiramente em peso neste evento e apostam neste evento como uma fonte de retorno sustentável para aquela pequena parte da região central do País como assim comenta o Dr. Fernando Batista atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Eu penso, sou suspeito a falar em nome do Targa mas estes eventos têm os apoios das autarquias porque na verdade trazem bastante retorno».

Este retorno faz-se sentir em muitas áreas e que de facto ao trazerem esse retorno financeiro ajudam a divulgar este evento e a melhorá-lo substancialmente citando o Dr. Fernando Batista atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «O retorno é efetivamente na economia

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

local, alojamentos, em refeições, dormidas, e depois pronto, ao fim-de-semana que é uma festa e muita gente visita a freguesia do Cardão, Caramulo, enfim (...)).

Neste momento com base na citação do Dr. Fernando Batista a prioridade do clube é a de realizar uma rampa a contar para o campeonato nacional o melhor possível de maneira que venha a trazer sempre mais e mais público para o local da rampa como assim é citado pelo mesmo atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Neste momento o objetivo nosso do targa e a câmara de Tondela é fazer uma prova integrada no campeonato de Portugal de Montanha melhor e cada vez melhor, em todos os capítulos, organização, promoção da prova etc... (...) cada vez mais ter um bom número de concorrentes, também a participar, é isso (...) há pessoas que às vezes quase que estão impeditivos de tomar, rampas não é tão fácil como um rally, e o rally mesmo o rally hoje cada vez está mais difícil e há razões em que de facto as condições servem para isso há outras que não tem, e como não tem acho que não devemos sonhar com essas coisas».

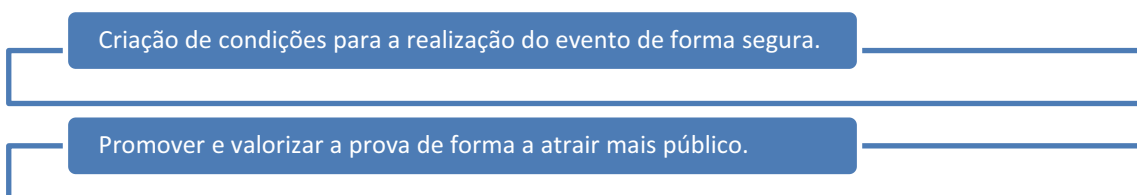


Fig. 13: Objetivos do Targa Clube para a Rampa do Caramulo no Campeonato Nacional de Montanha.

Um problema que está adjacente a esta rampa é o facto de não possuir quilometragem suficiente para se candidatar para o patamar de uma prova internacional, citando o Dr. Fernando Batista atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Entretanto aqui em Portugal nasceu uma nova rampa em Trás-os-Montes organizada pela Demoportos que tem um traçado excecional e este ano já entrou de facto para o campeonato internacional, o europeu, (...) O Caramulo tem, já percebi, que neste momento a rampa tem cerca de 3 km, por aí já não pode ser candidata a um patamar superior, mas há outras provas que o sejam».

Destaque para a citação de grandes nomes presentes no campeonato Europeu ou que já estiveram inseridas no campeonato Europeu como a Rampa da Falperra, Rampa da Serra da Estrela, e Rampa de Boticas, comentando assim o Dr. Fernando Batista atual

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Neste momento há provas que por si poderão-se candidatar, e elas já o fizeram como é o caso por exemplo da Falperra, do caso da Serra da Estrela que já o foi e deixou de ser».

O Dr. Fernando Batista refere a diferença entre as responsabilidades e desafios que marcam a diferença entre uma rampa nacional e uma rampa internacional citando o mesmo atual presidente do Targa Clube na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Na nossa modesta opinião (...) o caderno de encargos para ter uma prova a nível internacional, é completamente diferente de um nacional e na realidade as despesas e os encargos são tão grandes, tem que ver os passos que dá».

No eixo da criação, devido à procura de novas oportunidades o Museu do Caramulo e a sua equipa sentiu que existia espaço para a realização de um evento diferente e com algum espaço para fazer um evento maior para além da rampa histórica do Caramulo tendo assim realizado a primeira edição do Motorfestival citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia: «O Caramulo Motorfestival surgiu em 2006, quando nós aqui na equipa do Museu do Caramulo, sentiu que fazia falta, que havia aqui uma oportunidade de fazer um evento diferente daquilo que era feito até hoje».

Desta forma o Museu do Caramulo tirando inspiração de alguns eventos que se realizam noutros países da Europa foi criando o que é agora conhecido como o Caramulo Motorfestival citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia: «Então inspirámo-nos um bocadinho naquilo que se fazia, um bocadinho mais lá fora, e pensámos que uma só rampa não seria suficiente mas a rampa com, para começar não só a parte desportiva do campeonato de montanha mas também um conjunto de clássicos que são automóveis se calhar mais atrativos para o público em geral e depois que não fosse só rampa e tivesse todo um conjunto de atividades, feira de automobilia, exposições, concentrações, passeios, para conjugar isso, para tornar verdadeiramente um festival e não ser só uma prova e daí chamar-se Caramulo Motorfestival e não Rampa histórica Michelin».

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

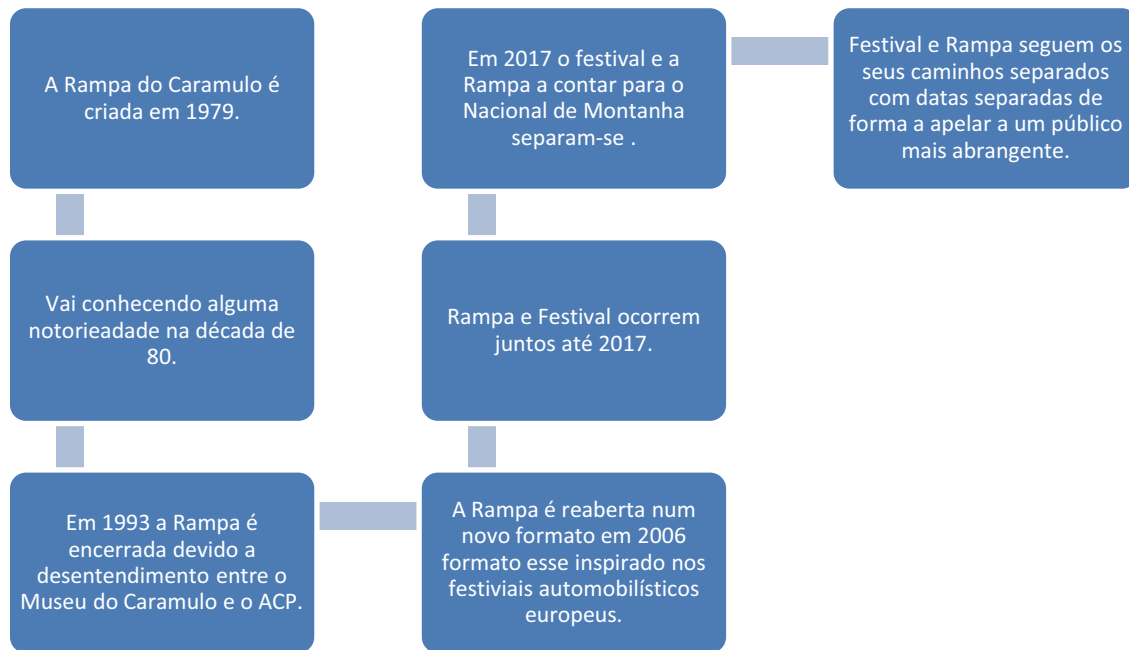


Fig. 14: Evolução da Rampa do Caramulo.

Um festival deste calibre é um evento que traduz-se em largos impactos não só na comunidade automóvel mas para a economia local e nacional citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Eu acho que o impacto é grande mas ele não pode ser restrito à comunidade automóvel, acho que temos de pensar no impacto total, ou seja, começando logo localmente portanto tudo aqui à volta, de gastronomia, restauração, e hotelaria, beneficia disto e fica tudo totalmente esgotado estamos a falar de hotelaria até Viseu e estamos a falar de hotelaria quase até informal de pessoas que alugam quartos e até garagens com camas lá dentro, portanto está toda uma economia local que beneficia disto».

Economia local - Freguesia do Caramulo.

- Gastronomia, restauração, hotelaria e alojamento local.

Economia nacional.

- Marcas, patrocínios, seguradoras e outras entidades que utilizam este festival para plataforma de vendas dos seus produtos.

Fig. 15: Principais impactos que o Caramulo Motorfestival exerce tornando assim este impacto global numa perspectiva nacional.

A economia nacional neste evento traduz-se entre patrocínios das marcas, seguradoras, entidades que visam usar o festival para lançar e vender produtos para esta economia e usufruo próprio do público automóvel citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Depois há uma economia nacional de outros preparadores, portanto de pessoas que preparam automóveis, transportes de seguros, etc... e depois há também a parte dos patrocinadores e das marcas que também vêm cá no fundo fazer a ativação de marca e de promover os seus produtos e serviços que sejam desde vender carros, a venda de seguros, ou o que quer que seja e que utilizam no fundo o Motorfestival como plataforma de comunicação e de contacto com o público, uma vez que, estamos a falar de um evento que é gratuito e que recebe cerca de mais de 30000 pessoas ao longo dos três dias».

O impacto verifica-se então em dois aspetos cruciais na economia local e na economia nacional que é onde este evento faz-se sentir mais especificamente e o impacto aí torna-se total permitindo um grande retorno económico citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «É total e já toda a gente sabe, hoje em dia já não há surpresa portanto se fores procurar hoje em qualquer hotel em qualquer alojamento aqui para as datas do motor festival já são mais caras do que na semana antes e na semana a seguir portanto toda a gente sabe que o festival existe, já sabem que

data é que é e portanto sabem que nessa altura, é uma altura de vendas, de serviço, de trabalho».

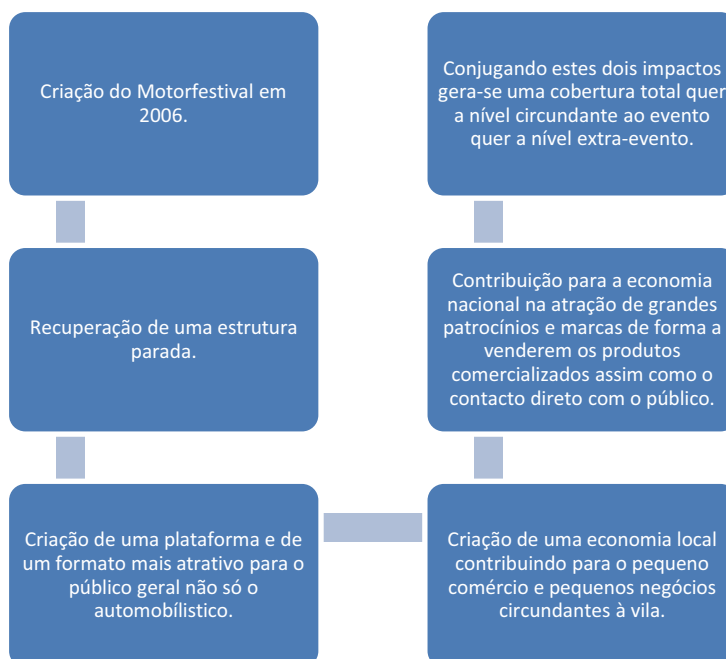


Fig. 16: Evolução do Caramulo Motorfestival.

Só em dois/três dias o Museu faz neste festival 10% dos lucros obtidos anualmente o que é um número de facto significativo para uma instituição que não recebe apoios de fora e gera o seu próprio sustento de forma auto-suficiente citando o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «É importantíssimo, quer dizer não vou estar aqui a entrar em números mas é importantíssimo, como eu disse 10% da receita entra logo nessa altura temos um boom de vendas também na loja e na loja do próprio Motorfestival e depois temos as receitas todas dos serviços, é um evento que custa muito dinheiro a levantar mas também traz receita, entre patrocinadores e inscrições na rampa, venda dos expositores etc... (...) Que não é uma empresa, é a fundação Abel e João de Lacerda que não tem ao contrário de outras fundações não tem um endowment, não tem uma participação de uma empresa ou qualquer pessoa que seja que lhe dê dinheiro todos os anos, portanto ela própria teve que criar essa capacidade de gerar receita e o Motorfestival obviamente tem uma parte muito importante aqui na receita do Museu do Caramulo, o Motorfestival e todos os outros eventos que hoje em dia já equivalem a mais de 50 % de todas as receitas do museu».

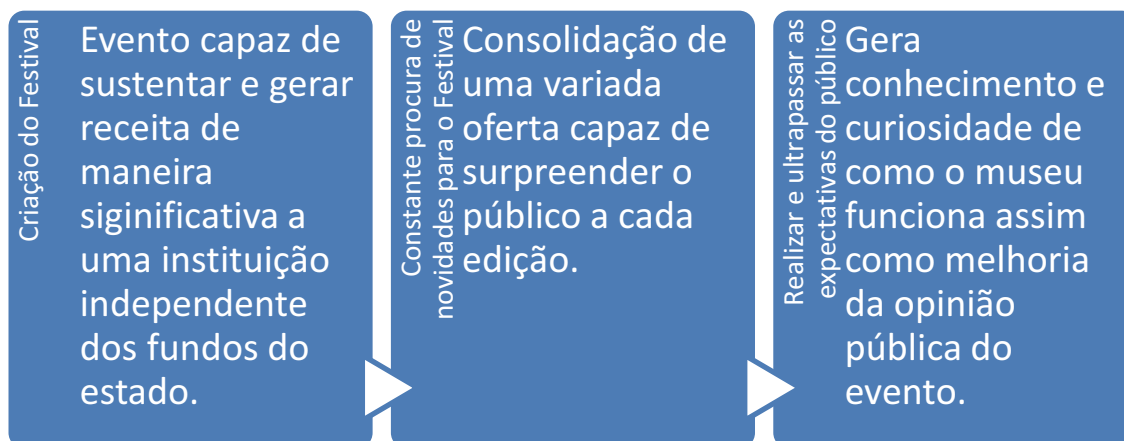


Fig. 17: Relação com o aumento da notoriedade do festival com a auto-suficiência e evolução positiva da opinião pública sobre o museu e sobre o evento

No eixo da consolidação outro destaque que podemos verificar e que atrai muita gente a este evento é o facto do próprio museu tornar-se participante e conseguir também através dessa participação uma grande visibilidade para o mesmo.

Primeiro pela sua posição de promotor e identidade primária do Motorfestival e por conseguinte e a constante procura por sub-eventos novos que levaram este festival a figura no resto da Europa como um evento de grande calibre como assim diz o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Aliás um ótimo exemplo é um artigo que saiu dia 13 de Janeiro na classic driver que é talvez o maior site de clássicos a nível mundial que seleccionou 12 eventos motorizados o título é: «12 eventos automóveis onde se calhar nos vamos encontrar este ano»; nós somos o único evento, nem vou dizer português, ibérico, talvez houvesse lá um francês, um inglês, na Ásia, Pequim, Paris e depois o Caramulo Motorfestival portanto acho que já há um reconhecimento que vai para além das nossas fronteiras».

Também para ajudar à promoção da imagem do museu esta instituição também faz rolar neste festival alguns dos carros da coleção privada da instituição dando oportunidade de os adeptos deste mundo automóvel, ver e ouvir ao vivo peças que são divulgadas maioritariamente em compacts, revistas, vídeos ou posts nas redes sociais, como assim diz o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «É muito fácil, nós

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

temos aqui duas grandes vertentes da coleção do museu durante o Motorfestival, uma é a que está exposta obviamente, a maior parte dos carros que são visitados pelo público, portanto é ótimo para trazermos um acréscimo grande de visitantes durante esses dias, por outro lado nós temos cerca de 5 a 6 carros devem participar na própria rampa histórica, nós próprios transformamo-nos em participantes e portanto é uma maneira de rodarmos os carros de mostrarmos os carros de uma perspetiva diferente, a circularem, não só parados, temos que endereçar problemas que esses carros tenham para prepará-los para a rampa, portanto se algum carro tem alguma coisa há algum tempo às tantas temos que tratar dela para o carro poder participar e portanto é sempre bom para nós também mostrarmos os nossos automóveis que obviamente toda a gente gosta de os ver andar, não podemos por obviamente a coleção toda, mas é sempre bom pormos algumas das jóias da coroa a subir que são carros que as pessoas conhecem até muitas vezes da internet, das redes sociais mas que depois nunca tiveram oportunidade de os ouvir e ver ao vivo».

Para além do reconhecimento no resto da Europa podemos verificar que este festival serve de base para membros do público geral doarem uma peça de arte, automóvel ou brinquedo a esta instituição, como assim diz o Dr. Salvador Patrício Gouveia atual diretor do Museu do Caramulo na entrevista feita em relação ao evento que se encontra no anexo A desta tese: «Este evento acaba sempre por chamar um bocadinho a atenção para o museu não só como entidade organizadora mas como entidade participante e presente no evento aliás este evento gera imensa televisão, reportagens de televisão, grandes compactos, com 20 a 25 minutos e isso gera muita notoriedade para o museu, muita curiosidade para o museu, muita confiança no museu e portanto faz com que as pessoas que amanhã queiram doar uma peça de arte ou um automóvel se sintam mais confortáveis, tenham mais conhecimento, como é que funciona o museu, o que é que existe cá, e que vejam o museu se calhar como o fiel depositário desse carro que eles não queiram que vá para o mercado e seja absorvido pelo mercado mas que fique aqui para ser visitado, para ser visto pelos portugueses e aficionados.».

Vantagens criadas pelo evento.

- Fomentação da economia local.
- Fomentação da economia nacional.
- Criação de uma fonte de retorno tornando a instituição auto-suficiente.
- Elevação da opinião pública e promoção nas plataformas adequadas: (redes sociais, compactos, revistas, televisão).
- Reconhecimento internacional.
- Conhecimento ao grande público de como funciona o museu e possível recetor das doações do mesmo.

Desvantagens e problemas a resolver.

- Elevado número de automóveis na vila sejam eles participantes ou não.
- Segurança de difícil controlo.
- Sobrelotação do evento.

Fig. 18: Vantagens e desvantagens criadas pelo evento Caramulo Motorfestival.

Capítulo V – Conclusões

A presente Dissertação de Mestrado teve como objetivo proceder à apresentação de uma investigação sobre a problemática do impacto sócio-económico dos eventos automóveis nas comunidades locais, mais especificamente em Braga com a Rampa da Falperra e em Águeda com a Rampa do Caramulo e respetivo Motorfestival exercem sobre o desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas.

Apesar do crescente interesse que existe em trabalhar esta temática, pela comunidade da indústria turística e por todas as organizações envolventes desde os clubes automóveis, quer por identidades das câmaras municipais, o turismo desportivo é um objeto de estudo que tem vindo a ganhar muito interesse em Portugal.

Dando ênfase a alguns eventos, mais especificamente em provas de grande renome, como é o caso do Rally de Portugal ou o mundial de resistência sendo que o seu potencial ainda não foi devido e totalmente estudado e analisado.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Assim, para atingir tal objetivo foi necessário fazer uma revisão de literatura e analisar as várias teorias e conceitos que o rodeiam, bem como apresentar os resultados obtidos face a este nicho.

Deste modo, estando já previamente delineado o ponto de partida, para a formulação do problema deste projeto, que é o turismo desportivo, apresenta-se como questão de investigação o seguinte:

Qual o impacto sócio-económico dos eventos automóveis nos locais de acolhimento no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas? Posto isto, este projeto apresenta como objetivo geral, investigar a relação entre o setor do turismo e o mundo automobilístico (Falperra e Caramulo), desdobrando-se em alguns objetivos específicos.

Deste modo, serão ostentados os diferentes objetivos projetados, bem como as principais conclusões que irão dar resposta aos mesmos.

Num primeiro momento, no que diz respeito ao objetivo da importância dos eventos automóveis na perspectiva económico-social nos dois casos de estudo referiu-se três eixos;

-Dinamização da vida social;

-Retorno económico;

-Promoção da cidade;

Verificou-se que quase na totalidade da amostra, a Rampa da Falperra é considerada como um evento de elevada importância para a cidade de Braga nestes três eixos com uma percentagem de 99,42%.

Apesar da Rampa do Caramulo ter tido um resultado inferior de 96,8%, não deixa de ser considerado como um evento de elevada importância no universo da amostra recolhida.

Num segundo momento que diz respeito à compreensão do grau de conhecimento destes eventos junto do turista e percebeu-se que a maioria 37,2%, conhecem a rampa do Caramulo por pesquisa na internet. Dessa pesquisa, 6,8% foi realizada pela divulgação nas redes sociais e 22,7% por pesquisa na internet. Isso significa que a Internet é sem dúvida o meio privilegiado para a procura deste evento.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

No caso da Falperra a forma mais procurada para conhecer mais pormenores foram os métodos tradicionais, como revistas, jornais, e brochuras.

Embora a pesquisa na internet tenha tido um papel preponderante, tendo as redes sociais contribuído na divulgação no caso da Falperra, entre outros fatores que revelam que a Rampa da Falperra recebe muita mais assistência por parte do público.

Sobretudo a assistência do público jovem que compõe quase metade do universo amostral (41,4%) assim como outro fator importante que revela essa grande afluência do público ao evento ser a distância que como foi referido anteriormente encontrar-se em cidades periféricas à cidade de Braga de onde provém mais de 90% desta amostra.

Numa forma de análise conjunta da importância da influência dos eventos desportivos automóveis no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas, foram destacados como mais importantes:

Em primeiro lugar, a recomendação de familiares e/ou amigos, 84,8% no caso da Falperra e 82,7% no caso do Caramulo;

Em segundo lugar os jornais, revistas e brochuras tendo tido este método mais impacto sobretudo na Rampa da Falperra com 39,3%, e em terceiro lugar a pesquisa na internet onde no caso da Rampa do Caramulo esta teve mais impacto com 37,2%.

Quanto à avaliação o grau de interesse junto do turista para os dois casos de estudo (Falperra e Caramulo), aferiu-se que no caso da Rampa da Falperra, quase metade da amostra (48,9%), apresenta uma resposta bastante positiva, destacando este evento como muito importante e que esteja incorporado no calendário cultural da cidade uma vez que as pessoas se revelaram muito e extremamente satisfeitas, havendo uma percentagem extremamente pequena que se encontra de facto insatisfeita com este evento, que é irrisório no panorama geral mas contudo podem ser aspetos que se forem confrontados poderão fazer a diferença entre um evento de boa qualidade para um evento de excelentes atributos.

No caso da Rampa do Caramulo também se verifica o mesmo padrão tendo ainda uma percentagem maior, podendo ser gerada do facto de se realizarem dois eventos distintos a rampa a contar para o campeonato e o festival motorizado no mesmo traçado originando desta forma um evento que atrai outras vertentes como carros antigos, todo-

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

o-terreno etc... e também um maior palco para os clubes, vendedores, comerciantes de peças e modificadores terem um espaço onde possam interagir com o público que visita o festival assim como propostas e atividades proporcionadas pelo próprio museu.

Também foi possível verificar que quase na totalidade do universo da amostra, podemos concluir que, após visitarem a cidade de Braga e a vila do Caramulo única e exclusivamente por causa destes eventos recomendaram visitar os locais de acolhimento.

De facto, esta nova tendência apresenta uma diversidade de formas de atividades turísticas que tornam este segmento bastante apelativo e diferenciador face aos restantes já existentes, representando uma experiência que é altamente autêntica e personalizada para cada um.

Ao medir o grau de interesse em destinos e atividades turísticas relacionadas com estes dois eventos desportivos em específico, percebeu-se que a opinião e o interesse gerais dos respondentes conseguem manter valores bastante equilibrados.

Também numa perspectiva longitudinal realizou-se uma verificação dos dados antes e depois da pandemia de Covid-19 que veio a diminuir significativamente a atividade turística.

Podemos confirmar este aspeto pelo inquérito que revelou uma percentagem na ordem dos 68,3% que viajava com regularidade antes desta crise pandémica e 9,7% viajou raramente para ver eventos desta natureza podendo ser, estes aqui mencionados nesta tese de mestrado como pode ser outro evento qualquer automobilístico seja ele de categoria diferente (Rally, MotoGP, Resistência, F1) ou sendo da mesma categoria.

Podemos verificar que depois quando a pandemia atingiu o globo verificou-se que a estes eventos sofreram uma drástica diminuição da assistência por parte do público.

No caso desta amostra verificou-se um aumento de 62,7% na categoria de indivíduos que viajavam regularmente para indivíduos que passaram a viajar raramente/excepcionalmente para estes eventos.

A causa maior para esta diminuição da adesão ao público é sem dúvida a pandemia e a sua elevada transmissibilidade.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Primeiro pelo facto de não existirem na altura meios de segurança e de prevenção necessários e um desconhecimento geral, resultando na falta de acções preventivas a tomar, de forma a que pudessem ser adotadas para um evento desta amplitude.

Em segundo lugar especialmente no que toca à vertente das medidas de etiqueta respiratória tendo sido por exemplo tanto a rampa da Falperra e a rampa do Caramulo no ano de 2020 canceladas.

Neste presente ano de 2022 com o impacto do Masters no ano passado de 2021, no caso da Falperra, e na rampa do Caramulo devido à presença do festival motorizado assim como um alívio das medidas de contenção devido a um abrandamento da pandemia de Covid-19, pode-se constatar num futuro próximo que estes dados voltarão ou ultrapassarão os dados pré-pandemia.

Foi possível confirmar algumas das definições dadas na revisão de literatura nomeadamente na citação de Waldemar Cudny, e de Lee Jolliffe acerca da atratividade dos locais de acolhimento que eles estão dependentes de calendário e de particularidades naturais e feitas pelo homem como por exemplo monumentos, clima, paisagens, museus, edifícios históricos.

Eventos culturais sendo estes alguns dos fatores de maior relevo para atraírem e convencerem as pessoas a saírem do seu local de origem e virem passar as suas férias fora desse local como se comprovou pela análise dos eventos desportivos aqui mencionados.

Verificou-se a definição dada pelos mesmos autores no que toca à definição do turismo automóvel.

Verificou-se nas atividades estudadas que seja qualquer o motivo da viagem segundo o propósito básico seja o de manter o fluxo de turismo e a experiência de permanecer no local de visita por mais de um período de 24h o propósito fulcral é o de visitar e conhecer as infra-estruturas e eventos relacionados com os automóveis.

Embora se tenha verificado isso com mais fervor no caso da Rampa do Caramulo do que na Rampa da Falperra devido à presença dum festival motorizado que fornece um contacto mais direto com o público com workshops e com visitas guiadas ao museu no fim-de-semana em que decorre esse festival, proporcionado pelo museu assim como

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

atividades fora deste evento como o Museu na Rua e também acolher exposições que albergam o tema convencendo alguns expositores particulares a trazer algumas viaturas que de outro modo não teriam tanta visibilidade.

Embora na cidade de Braga onde se realiza a Rampa da Falperra exista um autódromo esta infra-estrutura apesar de antiquada é um bem público que merece a sua atenção.

Pois esta infra-estrutura atrai muitos entusiastas desde o norte e centro de Portugal assim como grande parte do norte de Espanha, especialmente na região da Galiza.

Se for devidamente revitalizada com as normas de segurança em vigor pode ser mais um fator de atração para este evento como por exemplo um dos lugares para se fazer as verificações técnicas para os carros e fazer o itinerário do desfile entre este autódromo até ao traçado da rampa trazendo uma lufada de ar fresco e renovado ao circuito Vasco Sameiro.

Segundo também Nancy Hritz, e Craig Ross foi possível verificar que todos os eventos desportivos sejam eles automobilísticos ou não, contribuem significativamente para a economia e o seu desenvolvimento.

Como por exemplo para a movimentação do tráfego turístico numa cidade ou região que é uma componente vital para o marketing mix dos destinos turísticos, verificado pelos dois casos.

Especialmente no caso de Braga onde este evento se encontra bem posicionado numa época intermédia onde a incidência é relativamente forte mas não sufocante no que toca a encobrir outro tipo de atividades turísticas que se realizam ao mesmo tempo estando posicionado entre as festividades da Páscoa e entre o Rally de Portugal.

Também foi possível verificar os pontos citados por Mackeller e Reis onde eles especificam a grande atratividade dos eventos desportivos e como é que os mesmos podem fomentar a economia local.

No caso da rampa da Falperra podemos verificar isso pela proximidade do evento a Espanha, e por ser a prova portuguesa que mais longevidade tem no campeonato europeu, desde 1984.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Realçando este facto de ser o evento português que mais destaque tem pelo público em geral que aprecia este desporto, foi de facto confirmado pelo acontecimento do Masters of Hillclimb em 2021 que reuniu toda a elite europeia em Braga para fazer esta prova trazendo assim juntamente com as equipas da Europa adeptos desses países como consequência.

No Caramulo verifica-se por exemplo ao realizar-se o festival que é possível reunir clubes e adeptos dos carros clássicos num só fim-de-semana, assim como os carros de corrida de várias modalidades, e serem capazes de mostrar também as grandes novidades do mundo automóvel.

Ideal muito semelhante ao que podemos encontrar no Goodwood Festival of Speed que se realiza na Inglaterra embora aqui em Portugal na freguesia do Caramulo o evento esteja reduzido ao traçado da rampa.

Mesmo assim em termos de receitas este evento traduz-se em 1/10 das receitas de um ano para o museu assim como uma grande atração de turistas para uma vila que na maior parte do ano civil apenas acolhe turistas pelas paisagens sobre o vale que se estende até à Serra da Estrela.

Também foi possível verificar os pontos citados por Kassim e Mussa que são relativos à motivação como fator primordial para visitar e frequentar qualquer tipo de atração turística.

Na Rampa da Falperra podemos verificar que um dos fatores que faz com que atrai o público em massa para este evento para além da história e palmarés desportivo que esta rampa alcançou desde a sua inepção em 1927, é também o facto de poder sentir a adrenalina ao ver os pilotos que percorrem ao longo dos 5,2 km de estrada.

Com velocidades alucinantes e ver possivelmente alguns dos pilotos, que são acarinhados pelo público em geral fazerem o melhor que sabem naquele percurso.

Para este público a adrenalina de ver, ouvir e poder estar em contacto, por vezes privilegiado, no caso de poder falar e conversar com os pilotos e tentar perceber também o porquê destes pilotos virem competir numa prova icónica como esta, é a principal ideia de vir e ver eventos desta natureza.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

No caso do Caramulo para além dos fatores enunciados na Rampa da Falperra aqui ainda podemos encontrar e adicionar o facto do público poder se encontrar em contacto direto com carros e máquinas intemporais que o museu põe em exposição ao público nesse fim-de-semana.

Como é o caso das visitas, que também dão a oportunidade de certificar veículos de interesse histórico de forma a que o dono dessa viatura possa enfim também fazer parte da história automóvel com o seu próprio carro.

Também é possível dar visibilidade aos clubes locais de forma a poderem atrair novos elementos para os integrar nos clubes assim como o contacto com grandes figuras do mundo automóvel como Valentino Balboni ou Markku Allen, fazendo com que desta forma este evento esteja já nas bocas da Europa e do Mundo.

Com este estudo é possível também perceber os mecanismos que se processam antes durante e depois da realização destes eventos.

É possível compreender os efeitos negativos e positivos assim como as particularidades de cada um podendo dar uma perspetiva mais aprofundada sobre os mesmos.

Isto servirá de base para futuros estudos e através deste e de outros no mesmo campo podemos ter uma perspetiva de conseguir aprimorar e tornar o desporto automobilístico numa fonte segura de fomentação e atração de turismo para os locais de origem dos mesmos.

Desde que foi estudado no questionário referido anteriormente foram estudadas as seguintes variáveis:

-Promoção da cidade.

-Dinamização da vida social.

-Retorno económico.

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Um dos futuros rumos que os próximos estudos poderão focar-se poderá ser a sustentabilidade ambiental e pegada ecológica que estes eventos resultam no meio ambiente do local que os acolhe para sua efetiva realização.

Em termos de limitações, é de salientar alguns fatores:

A falta de dados primários para ambos os casos de estudo, fator que foi relevante para a realização das entrevistas em primeiro lugar, uma vez que, a escassez de dados primários era considerável.

No caso da Rampa da Falperra apenas existia um breve nota da história deste evento no site da revista desportiva Autosport e uma descrição incompleta do percurso histórico deste evento na wikipédia, embora existam no youtube gravações vídeo deste evento especialmente de emissões gravadas da RTP em sites como o youtube, pouco ou nada se encontrava sobre dados históricos do evento, tendo este aspeto sido corrigido aquando da última realização da prova onde o desenvolver deste evento foi registado na internet no site www.rampadafalperra.pt.

Na parte das entrevistas foram também encontradas algumas limitações, especialmente na captação, onde uma captação visual seria mais recomendável que uma captação puramente de áudio.

Outro fator prende-se também no facto de algumas entrevistas terem sido difíceis de marcar dando o caso da entrevista do Museu do Caramulo e a do Targa Clube, onde o tempo de espera efetivamente foi mais longo que nas sessões em Braga.

No caso da Rampa do Caramulo na parte de obtenção de dados verificou-se uma situação semelhante, muita falta de dados empíricos sobre a descrição histórica deste evento, embora exista uma descrição mais extensa no site do Museu do Caramulo, apenas verificou-se a existência de umas notas sobre a história deste evento sendo a mais relevante a que se encontra no site da wikipedia.

Outras limitações que foram verificadas foram por exemplo a nível da logística de eventos, em especial na Rampa do Caramulo, devido ao espaço pequeno este evento não consegue explorar mais para além das ruas que adornam o centro da vila, este assunto piora aquando da realização do festival motorizado onde as filas para entrar no centro da vila devido à falta de acessos que não permitem uma afluência fluida de viaturas, desta

forma a localização peca por falta de espaço para a crescente afluência de viaturas que seguem para o Caramulo.

Na rampa da Falperra as limitações encontradas giram à volta de gerir a afluência de público, devido às zonas delineadas para o efeito já não serem suficientes para manter as enchentes de pessoas que vêm para assistir a este evento.

Bibliografia:

Waldemar, C. & Lee, J. (2019). *Car Tourism – conceptualization and research advancement*, *Geographical Journal* 71 (4) p.319-340 DOI: <https://doi.org/10.31577/geogrcas.2019.71.4.17>.

Hritz, N. & Ross, C. (2010). *The Perceived Impacts of Sport Tourism: An Urban Host Community Perspective*, *Journal Of Sports Management*, 24(2) p.119-138.

Schlegelmilch, R. W. & Hartmut, L. (2006). *Mercedes Sport* H.F.Ullmann <https://www.ullmann-publishing.com> ISBN: 978-3-8331-5491-1.

Rodrigues, J. C. (2012). *A implantação do automóvel em Portugal (1895-1910)* [Tese de Doutoramento publicada] Universidade Nova de Lisboa.

Queiroz, E. (1978). *Os Maias*, Livros do Brasil, Lisboa.

Abreu, J. (2017). *O circuito de Vila do conde pode ser reeditado* [soliloquy id="324107"].

Corrêa, P. M. (2016). 50 edições do Rali de Portugal. *História do Rali de Portugal 50 edições 1967-2016*, 1 p.80-136.

Dawson, C. (2002). *Practical research methods a user-friendly guide to mastering research* Oxford: How To Books.

Mackeller, J. & Reis, A. (2013). *World Rally Championships 2009 and 2011: Assessing the tourism value in Australia*, *Journal Of Vacation Marketing*, 20 (1) p.17-28 <https://doi.org/10.1177/1356766713484728>

Kassim, M. R. & Musa, R. (2009). *Measuring Spectators' Leisure Motivation Cues, Emotion Experience and Satisfaction: An Analysis of Motor Sport Tourism Event*, *Malaysian Journal Of Sports Science and Recreation*, 5 (1), p.41-54

Panyik, E. (2012). *A governance approach to integrated rural tourism: factors influencing organisational performance and tourism support of local development organisations* [Tese de Doutoramento publicada] Universidade de Aveiro

Lacey, A. & Luff, D. (2009). *Qualitative Data Analysis The NIHR RDS for the East Midlands*

Rugg, G. & Petre, M. (2007). *A Gentle Guide to Research Methods* ISBN-10: 0 335 21927 6

Janke, A. R. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research* ed. Lisa M. Given

Anexos

Anexo A: Entrevistas com as várias entidades

[Entrevista com o Dr. Rogério Peixoto.docx](#)

[Entrevista ao Dr. Varico Pereira.docx](#)

[G: \Entrevista com o Dr. Fernando Batista.docx](#)

[Entrevista ao Dr. Salvador Patrício Gouveia.docx](#)

Anexo B: Questionário online:

inquérito sobre o impacto sócio-económico dos eventos automóveis nos locais de acolhimento

Este questionário destina-se a qualquer membro do público em geral quer ele seja fã do desporto automóvel ou não tendo este questionário focado sobre dois eventos distintos a rampa da Falperra e a rampa do Caramulo

Este questionário é anónimo e as suas respostas individuais não serão divulgadas.

Este questionário tem um tempo estimado entre 5 a 7 min

Sexo *

- Masculino
 - Feminino
 - prefiro não revelar
 - Outra opção...
-

Idade *

Texto de resposta curta

Ocupação *

- Estudante
- Reformado(a)
- Trabalhador(a) por conta de outrém
- Trabalhador(a) por conta própria
- Desempregado(a)
- Outra

Rendimento líquido mensal

- menos de 685€
- Entre 685€ e 1000€
- Entre 1001€ e 2000€
- entre 2001€ e 3000€
- entre 3001€ e 5000€
- mais de 5000€

Estado civil *

- Solteiro
- Casado
- Divorciado
- Viúvo
- união de facto

Nacionalidade *

Texto de resposta curta

Residência *

Texto de resposta curta

Conhece as seguintes corridas? *

	sim	não
Rampa da Falperra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Caramulo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pertence a alguma entidade desportiva? *

- Sim
- Não

Como ficou a conhecer a Rampa da Falperra/Caramulo? *

	Através da...	Através do...	Através de...	Através de...	Através da...	Pesquisa n...	Outra fonte
Rampa da ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A que distância fica o evento do conselho de residência? *

	Moro na cid...	Entre 10km ...	Entre 26km ...	Entre 51km ...	Entre 76km ...	Mais de 100...
Rampa da Fa...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do C...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como avalia o impacto das seguintes corridas na sua vida? *

	muito negativo	negativo	neutral/indifere...	positivo	muito positivo
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como prefere assistir às seguintes corridas? *

	pessoalmente	através das redes ...	através das platafo...	através da televisão
Rampa da Falperra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Caramulo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Com que frequência viajava para assistir a eventos automobilísticos antes da pandemia Covid-19? *

- nunca
- raramente/excepcionalmente
- às vezes
- regularmente
- muito frequentemente

Após o surgimento da pandemia com que frequência viajou para assistir a este tipo de evento? *

- nunca
- raramente/excepcionalmente
- às vezes
- regularmente
- muito frequentemente

Após assistir a eventos como a rampa da Falperra/Caramulo tenciona visitar a cidade numa próxima viagem. *

	Discordo comp...	Discordo	Neutral/indifer...	Concordo	Concordo com...
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa da Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Recomendaria a Rampa da Falperra/Caramulo a algum amigo/familiar? *

	Não recomend...	Não recomend...	Neutral/indifer...	Recomendaria	Recomendaria ...
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Recomendaria a algum amigo/familiar visitar a cidade de Braga/Caramulo? *

	Não recomend...	Não recomend...	Neutral/Indifer...	Recomendaria	Recomendaria ...
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como avalia a importância da rampa da Falperra como fonte nos seguintes aspetos? *

	Nada importante	Pouco importa...	Importante	Muito importan...	Extremamente ...
retorno econó...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
promoção da ci...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
dinamização d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como avalia a importância da rampa do Caramulo como fonte nos seguintes aspetos? *

	Nada importante	Pouco importa...	Importante	Muito importan...	Extremamente ...
retorno econó...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
promoção da ci...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
dinamização d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como classifica a rampa da Falperra/Caramulo no calendário de atividades da cidade? *

	Nada importante	Pouco importa...	Importante	Muito importan...	Extremamente ...
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como pode classificar a rampa da falperra/Caramulo como evento desportivo? *

	Irrelevante	Pouco importa...	Importante	Muito importan...	Extremamente ...
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avalie a rampa da Falperra numa escala de 1 a 5 (1- muito fraco, 5-excelente) os seguintes parâmetros *

	Muito fraco	Fraco	indiferente	bom	Excelente
Acessibilidade ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança dos ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
qualidade dos t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
horários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hospitalidade d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Logística das z...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
stream oficial d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zonas de refeição...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Os impactos sócio-económicos dos eventos automóveis nas comunidades locais

Avalie a rampa do Caramulo numa escala de 1 a 5 (1- muito fraco, 5-excelente) os seguintes parâmetros *

	Muito fraco	Fraco	indiferente	bom	Excelente
Acessibilidade ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança dos ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
qualidade dos t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
horários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hospitalidade d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Logística das z...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
stream oficial d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como pode classificar a rampa da Falperra/Caramulo como investimento para contribuições futuras no calendário cultural dos locais de acolhimento? *

	nada importante	pouco importa...	importante	muito importa...	extremamente ...
Rampa da Falp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rampa do Cara...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tem alguma sugestão que possa melhorar o evento?

Texto de resposta longa

