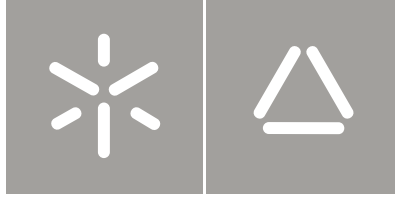




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria Alexandra Ferreira Simões

Os festivais de verão, o turismo em espaço rural e o desenvolvimento de territórios rurais: o caso de Paredes de Coura



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria Alexandra Ferreira Simões

Os festivais de verão, o turismo em espaço
rural e o desenvolvimento de territórios rurais:
o caso de Paredes de Coura

Dissertação de Mestrado
Área de Especialização em Planeamento e Gestão do Território
/ Geografia

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor João Sarmento

Declaração:

Nome: Maria Alexandra Ferreira Simões

E-mail: marialex.simoese@gmail.com

Telefone: 309932933

Nº Bilhete de Identidade:

Título: Os festivais de verão, o turismo em espaço rural e o desenvolvimento de territórios rurais: o caso de Paredes de Coura

Orientador: Professor Doutor João Sarmento

Ano de conclusão: 2014

Designação do Mestrado: Mestrado em Geografia, Especialização em Planeamento e Gestão do Território

Declaro que concedo à Universidade do Minho e aos seus agentes uma licença não-exclusiva para arquivar e tornar acessível, nomeadamente através do seu repositório institucional, nas condições abaixo indicadas, a minha dissertação, no seu todo ou em parte

Declaro que autorizo a Universidade do Minho a arquivar mais de uma cópia da dissertação e a, sem alterar o seu conteúdo, converter a dissertação entregue, para qualquer formato de ficheiro, meio ou suporte, para efeitos de preservação e acesso.

Retenho todos os direitos de autor relativos à dissertação, e o direito de a usar em trabalhos futuros (como artigos ou livros).

Concordo que a minha dissertação seja colocada no repositório da Universidade do Minho com disponibilização imediata do conjunto do trabalho para acesso mundial.

Universidade do Minho, 31 de Janeiro de 2014

Assinatura: _____

Agradecimentos

Ao Professor Doutor João Sarmento, pela forma como acompanhou e aconselhou a realização deste trabalho, mas sobretudo pela partilha de tamanho conhecimento e por me ter inspirado a escrever sobre este tema e sobre geografias. Tudo isso acompanhar-me-á num futuro próximo, sejam quais forem as suas reservas.

Aos meus, por terem respeitado o meu tempo e as minhas decisões. Em especial aos meus pais e à minha irmã Anita. Ao César, pelo equilíbrio, pelo preenchimento emocional e pela compensação dos vários momentos solitários de leitura e escrita. À Flávia, pela partilha da experiência académica no auge dos seus medos, inseguranças e ambições, e pelas mais longas tardias conversas.

A todos os que contribuíram de alguma forma para a realização desta dissertação, em especial à Cláudia Rocha, um sincero Muito Obrigada!

Resumo

O surgimento e a realização de inúmeros festivais de música de verão, fenómeno de crescimento notável sobretudo nas duas últimas décadas, devem-se ao reconhecimento da importância da sua realização para o desenvolvimento de determinados territórios. O festival de Paredes de Coura é um dos mais importantes festivais de música nacionais, através do qual se desenvolvem diversas relações, sociais e espaciais. Esta dissertação procura analisar e discutir sobre a formação de comunidades no festival, percebendo que elementos contribuem para a instituição de um sentido de identidade e pertença; identificar e discutir as principais motivações para participar no festival, envolvendo por sua vez, a escolha de Paredes de Coura como destino; e discutir alguns dos impactes do festival, nomeadamente na construção da imagem do destino e do festival, mas também no território físico.

A experiência pessoal e a interacção com diversos participantes durante as edições de 2012 e 2013 foram essenciais para a consolidação das perspectivas aqui adoptadas. Enquanto a discussão sobre as imagens, as motivações e as experiências foi reforçada pelo contacto mais efectivo com uma amostra virtual.

Se por um lado, se apreende que o festival de música é a principal motivação para viajar para Paredes de Coura, as experiências, as imagens e o sentido de identidade e pertença, contribuem para a formação da imagem do destino. A experiência dos participantes assume grande importância no que se refere à construção das imagens, e também os impactes do festival de Paredes de Coura e todas as relações sociais e territoriais subjacentes à sua realização envolvem diversas dimensões, e todas elas devem ser consideradas.

Palavras-chave: Festivais de Música, Motivações, Identidade, Imagens, Turismo, Paredes de Coura

Abstract

The emergence and realization of numerous summer music festivals, which have been rising considerably in the last two decades, are a result of their importance in the development of some territories.

The Paredes de Coura festival is one of the most important music festivals within the Portuguese territory, through which social and spatial relations take presence.

The aim of this thesis is, firstly, to analyse and discuss the community's development within this festival, while trying to understand which are the key elements in the creation of senses of identity and belonging; secondly, to identify and discuss which are the main reasons behind the public's affluence to this musical event, while overseeing Paredes de Coura as a touristic place; and finally, to discuss some of the festival's impacts, especially in the construction of the place and the festival's image but also of its physical territory.

Personal experience and the interaction with some of the public who attended the 2012 and 2013's editions were essential for the results presented in this thesis. The images' discussions, the motivations and the experiences were reinforced by a more effective contact approached through a visual demonstration.

If, on one side, it is possible to conclude that the music festival itself is the main reason for people's affluence to Paredes de Coura; the experiences, the images, the sense of identity and sense of belonging, are a major contribution for the construction of the place's image.

While the public's experience is of great importance when developing the imagery of Paredes de Coura, its impacts on the place and on all of the social and territorial relationships related to it, possess different and complex dimensions, which need to be carefully considered.

Keywords: Music Festivals, Motivations, Identity, Images, Tourism, Paredes de Coura

Índice Geral

Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	iv
Abstract.....	v
Índice Geral.....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de quadros.....	ix
Introdução.....	1
Metodologia.....	4
1. Imagens, identidade e ‘turistificação’ do território.....	11
1.1. As imagens dos destinos turísticos.....	12
1.2. A identidade e a autenticidade dos lugares.....	20
1.3. A ‘turistificação’ do território e a capacidade de carga.....	24
2. Os Festivais de Música.....	29
2.1. Os festivais de música e a sua proliferação.....	30
2.2. Os festivais de música de verão em Portugal.....	35
3. O Turismo em Espaço Rural.....	43
3.1. O turismo e o desenvolvimento dos territórios.....	44
3.2. Os festivais de música e o turismo.....	48
4. Paredes de Coura.....	56
4.1. Enquadramento geográfico.....	57
4.2. O património natural e material de Paredes de Coura: relação com o turismo.....	67
5. O Festival de Música de Paredes de Coura.....	77
5.1. Surgimento e crescimento do festival.....	78
5.1.1. <i>Warm Up</i> Vodafone Paredes de Coura 2013.....	83

5.2. Experiências e imagens no festival de Paredes de Coura	87
5.2.1. Comunidades de identificação	88
5.2.2. Motivações e Imagens	103
Considerações Finais.....	123
Referências Bibliográficas	126

Índice de figuras

Figura 1 - Modelo metodológico	10
Figura 3 - Sentido de identidade e pertença: pulseiras das edições de participação	91
Figura 4 - Perspectiva do recinto: interacção social	93
Figura 5 - Perspectiva praia fluvial, 'Ritual de integração'	97
Figura 6- Perspectiva recinto, formas de representação individual através da roupa	97
Figura 7- Perspectiva campismo: 'Feira de Paredes'	103
Figura 8 - Importância do grupo de amigos	106
Figura 9 - Perspectiva rio Coura e praia fluvial do Taboão.....	107
Figura 10 - Outdoor publicitário.....	116
Figura 11- Publicidade a incentivar a partilha de imagens em redes sociais.....	116
Figura 12- Terraplanagem do recinto, 1993	119
Figura 13 - Perspectiva recinto: palco principal.....	120

Índice de quadros

Quadro 1- Caracterização geral da amostra virtual.....	6
Quadro 2- Definições de imagem de um destino.....	13
Quadro 3- Agentes de formação da imagem segundo Gartner (1993)	18

Introdução

Mundialmente, sobretudo nas duas últimas décadas, o número de festivais de música tem crescido exponencialmente (Gibson e Connell, 2012). Esse crescimento deve-se ao reconhecimento da importância deste tipo de celebrações culturais, cuja associação ao consumo cultural é bastante relevante, implicando a diversificação da oferta cultural de determinados lugares. Se por um lado essa oferta pode ser consumida pela comunidade local, por outro, numa associação ao turismo, a valorização deste tipo de eventos refere-se à intenção de atrair turistas. Em Portugal, também nas duas últimas décadas, se tem consolidado um cenário de proliferação de festivais de música de verão. Na maioria dos casos, o reconhecimento dos seus impactos económicos e turísticos tem justificado a sua criação. Refira-se aqui, que muitos desses festivais de música de verão podem ser considerados por si só, marcas, com ligações e envolvimento da comunidade local muito incipientes. Apesar disso, e especialmente em contextos rurais, os festivais de música de verão têm sido catalisadores de um determinado desenvolvimento, essencialmente por via do turismo. Para alguns desses lugares, a adopção de uma estratégia turística que se alia às suas especificidades, cuja associação às ideias sobre ruralidade ainda que no imaginário do turista é bastante significativa, tem sido uma das formas de promoção do destino, com a pretensão dos primeiros se (re) colocarem no contexto de competitividade de desenvolvimento territorial. Nesse sentido, a 'turistificação' do espaço rural integra a realização deste tipo de festivais.

A essência desta dissertação reside na discussão e na análise da forma como a realização de eventos culturais, como os festivais de música de verão, e a sua associação ao turismo se têm apropriado de lugares em espaço rural. Pretende-se antes de mais, realizar a análise de um evento musical e as suas relações com o território e com os seus participantes. É nesse contexto, que se analisa e discute a importância do festival de Paredes de Coura. Nesse sentido, é fulcral perceber a forma como a realização deste evento e a sua promoção, cuja associação a Paredes de Coura e às suas características geográficas, são indissociáveis, resultando por fim em diversas interações entre o visitante e o território. Dessa relação, são exemplos em análise a criação e consolidação de determinadas comunidades, sustentadas por um sentido de pertença e identidade. Essas comunidades são constituídas pela interação de diversas experiências, que determinam grosso modo, as imagens e também os motivos pelos

quais alguns participantes decidem regressar para participar no festival, ou por outro lado em alguns casos, para visitar Paredes de Coura, em períodos em que o festival não se realiza.

Esta dissertação tem três objectivos principais. Em primeiro lugar, é importante analisar e discutir sobre a formação de determinadas comunidades, percebendo que elementos contribuem para a instituição de um sentido de identidade e pertença. O segundo objectivo, reside no facto de ser necessário identificar e discutir as principais motivações para participar no festival, envolvendo por sua vez, a escolha de Paredes de Coura como destino. Por último, o terceiro objectivo centra-se em alguns dos impactes do festival de Paredes de Coura, nomeadamente na construção da imagem do destino do festival, mas também no território físico.

Assim, no primeiro capítulo analisam-se algumas dimensões conceptuais consideradas essenciais para a articulação dos vários temas abordados, nomeadamente através da análise e discussão dos conceitos de imagens, identidade e 'turistificação' do território. O segundo capítulo concentra-se numa revisão e análise do conceito de festival de música e de outras questões essenciais, como a construção do sentido de identidade e pertença de algumas comunidades, e ainda sobre a sua materialização no espaço e no tempo. Contextualiza alguns dos mais importantes festivais de música internacionais e analisa por fim, o cenário de festivais de música em Portugal, destacando alguns exemplos específicos. O terceiro capítulo analisa o conceito de Turismo em Espaço Rural (TER), na perspectiva em que se tenta perceber a sua importância para o desenvolvimento de determinados territórios rurais. Discutindo numa segunda parte, a relação entre os festivais de música e esse tipo de turismo.

A análise e caracterização geográfica do concelho de Paredes de Coura realizam-se no quarto capítulo. Os domínios dessa análise centram-se essencialmente nas características físicas e demográficas, mas também nas económicas e sociais. Salientam-se ainda questões relacionadas com os transportes e a mobilidade, o património natural e material de Paredes de Coura, bem como a sua relação com o turismo.

A discussão dos resultados empíricos é realizada no último capítulo, que se divide em duas partes principais. Na primeira, analisam-se as questões centrais do surgimento e evolução do festival de Paredes de Coura, destacando a análise do *Warm-Up* Vodafone Paredes de Coura, enquanto evento promocional. A segunda parte do capítulo evidencia a discussão de questões sobre os comportamentos e as experiências dos participantes do festival, sobretudo das edições de 2012 e 2013. Essas experiências integram a formação de uma comunidade temporal e

especialmente efêmera e por isso discute-se a forma como essas comunidades de identificação se consolidam e interagem. A reflexão sobre as principais motivações dos participantes e da escolha de Paredes de Coura, como destino da viagem também integram o capítulo 5. Essas motivações têm por base a construção de determinadas imagens sobre o festival e sobre o lugar, que são grosso modo, construídas a partir de alguns elementos de diferenciação.

Metodologia

O tipo de metodologias escolhido justificou-se pela necessidade de contactar e analisar algumas experiências, imagens e motivações sobre o Festival de Paredes de Coura, com a finalidade de se atingirem os objectivos estabelecidos inicialmente. Tais metodologias podem dividir-se grosso modo, em dois tipos: virtuais e reais.

A essas estão subjacentes algumas condicionantes, limitações e problemas. O confronto com algumas dessas limitações e problemas realizou-se desde o momento de criação de uma página no Facebook, afectou a minha participação e presença nas edições do festival de Paredes de Coura, dos anos de 2012 e 2013 e prolongou-se até à recolha de alguns dos discursos individuais (e colectivos) sobre a experiência no festival.

As metodologias virtuais dizem respeito à criação de uma página no Facebook, através da qual num primeiro momento se pretendia contactar previamente com algumas das imagens e motivações de participar no evento (período de antecipação), de pessoas que fossem participar pela primeira vez no festival; também se pretendeu fortalecer a troca de conteúdos sobre o festival, com alguns dos chamados 'participantes regulares' ou com quem tivesse participado no mínimo uma vez. Como a interacção na página não ocorreu com o grau de intensidade e relevância que se pretendia, não foi possível através dela, trocar impressões e estabelecer conversas com pessoas que nunca tivessem participado no festival. Por esse motivo, os resultados desta dissertação não destacam o período de antecipação, apesar de se terem conseguido algumas informações relevantes acerca desse momento, adquiridas sobretudo na minha deslocação antecipada (10 de Agosto de 2012 e 9 de Agosto de 2013) ao início do festival, para Paredes de Coura e para a área de campismo em específico.

Assim, no dia 8 de Maio de 2012 foi criada uma página virtual, denominada (Re) Viver Paredes de Coura. Apesar de ao longo do tempo, nomeadamente desde a sua criação até ao momento final da realização deste trabalho, o número de pessoas conectadas à página ter sido bastante significativo (algumas centenas de pessoas), os resultados não foram os pretendidos e desejados. Por esse motivo, teve que optar-se por outro tipo de contacto.

A escolha da utilização do Facebook como ferramenta metodológica residiu não obstante, no facto das pessoas terem transitado do papel de leitor passivo, no qual abrem um computador, direccionam-se às páginas que querem e apenas lêem os seus conteúdos, para um

papel muito mais activo, assente na criação de conteúdos, alterando assim a sua forma de conviver com a rede. Exemplos disso, são aquelas pessoas que criam *blogs*, participam em foras ou criam páginas no Facebook; o leque de opções é actualmente muito diversificado. Assim, tem-se constatado que nenhuma destas acções é actualmente estranha ou distante e muitas pessoas praticam-nas todos os dias, estando portanto, presentes de uma forma extremamente activa. Nesse sentido, verificou-se a existência de uma comunidade virtual com uma ligação muito forte ao festival e apesar dessa se manifestar essencialmente no Facebook, fá-lo dispersamente, o que também acentuou as limitações da utilização das metodologias virtuais.

Apesar de após a realização da edição de 2012 do festival e de ter divulgado pessoalmente a página e por conseguinte, um número significativo de pessoas ter começado a seguir a mesma, a partilha de experiências não se proporcionou como se desejava. Após várias tentativas de interacção, concluiu-se que existem inúmeras dificuldades em conseguir captar a atenção das pessoas para determinadas questões, o que se deve em parte à excessiva informação que é publicada no mesmo momento, minuto a minuto. Por cada partilha da página, muitas outras informações e conteúdos são partilhados e por isso determinadas partilhas passaram facilmente despercebidas, uma vez que o Facebook está em constante actualização. O que significa desde logo, que também o Facebook é um espaço efémero e móvel.

Durante um longo período, o alcance das publicações e a tentativa de interacção não foi favorável à realização desta dissertação e por isso, o contacto virtual com o período de antecipação relativamente a uma segunda fase do trabalho de campo, a edição de 2013 do festival de Paredes de Coura, foi novamente um insucesso. A acrescer a essas limitações e problemas do tipo de redes sociais em causa, também se verificaram grandes dificuldades em obter a confiança das pessoas. Essa limitação tem que ver com a credibilidade da página, ou seja, as pessoas e utilizadores desta rede social tendencialmente seguem e 'gostam' de páginas de organizações, entidades e marcas já consolidadas. Neste caso, a página oficial do Festival Paredes de Coura constituiu uma das que grande parte das pessoas confiou, visitou e onde a comunidade ligada ao festival se manifestou mais intensamente. Nesse sentido, do contacto virtual estabelecido com a amostra de 6 pessoas, apenas dois deles se realizaram através da página, enquanto que as restantes se realizaram através do meu perfil pessoal, cujo contacto foi conseguido quase sempre através de amigos e pessoas conhecidas.

Associadas à criação da página, as metodologias utilizadas centraram-se na tentativa de construção de uma amostra de pessoas com as quais foram estabelecidas conversas informais,

a dado momento orientadas por mim, de maneira que se abordassem algumas das questões centrais inscritas nos principais objectivos. No entanto, esta metodologia e o seu progresso não foram indissociáveis do resultado da que expus anteriormente. Da amostra de seis participantes do festival, dois dos contactos realizaram-se na página (Re) Viver Paredes de Coura, enquanto que essa partilha de experiências, imagens, opiniões e motivações também se realizou através das conversas realizadas com as restantes quatro pessoas, através do meu perfil pessoal na rede social. Os nomes aqui usados são fictícios por forma a preservar a confidencialidade das informações referidas.

Os elementos da amostra que resultaram da página criada surgiram espontaneamente através do contacto e interacção autónoma das pessoas, mostrando a vontade de colaborar comigo neste trabalho. Enquanto que, outras pessoas que compõem a amostra e com as quais conversei através do meu Facebook, referem-se àquelas que consegui reunir através de amigos ou de outras pessoas com as quais contactei na página ou no festival. Importa ainda referir que o período de contacto com a amostra virtual se refere apenas ao período de reflexão. Ou seja, o período após a realização do festival, já que não me encontrei com essas pessoas durante a realização do festival, nos dois anos em análise.

Quadro 1- Caracterização geral da amostra virtual

Nome	Idade	Naturalidade	Profissão	Data da experiência	Participação no Warm-Up
Catarina Ribeiro	22 anos	Paredes de Coura	Estudante	2006 a 2013	Sim
Sandra Freitas	21 anos	Vila Nova de Cerveira	Estudante	2010 a 2013	Não
Pedro Pinto	31 anos	Guimarães	Operador de caixa	2001; 2003 a 2013	Sim
Andreia Santos	22 anos	Penafiel	Estudante	2012	Não
Patricia Barreira	20 anos	Fafe	Estudante	2013	Não
Nelson Martins	22 anos	Penafiel	Estudante	2012 e 2013	Não

Fonte: Autora, 2013

Ainda assim, importa destacar a relevância de três períodos essenciais para a compreensão das construções espaciais dos participantes, e também que as suas percepções e imagens, quer do espaço, quer do evento em si; note-se que essas se vão alterando ao longo do tempo. Sarmiento (2004) refere-se a esses três períodos como o período de antecipação, o de experiência e o de reflexão. Nesse sentido, o primeiro corresponde ao período que antecede a participação no festival, o segundo, ao período da vivência e duração do festival e o último, ao período em que o evento termina e se verifica a deslocação para fora do lugar onde esse se realiza. Como referi anteriormente, o contacto com o período de antecipação não se proporcionou virtualmente, mas antes através da minha deslocação para Paredes de Coura dias antes do início do festival e no contacto com algumas pessoas durante esse período. Ainda assim, é preciso salientar o facto de nesse período de tempo, as pessoas já integrarem a comunidade que se forma no festival, especialmente considerando a permanência no campismo e a inerente apropriação do espaço.

No período de antecipação teria sido importante perceber a forma como as pessoas constroem e imaginam o festival, bem como o espaço geográfico onde ele se realiza, mas considerando as dificuldades encontradas, a análise deste período incidiu sobretudo nas fontes a partir das quais se forma esta construção, que serão alvo de análise no último capítulo.

O período da experiência incidiu especialmente nas práticas e comportamentos das pessoas durante as duas edições do festival, nas reinterpretações da paisagem e do espaço (e construções de lugar). Pretendia-se que durante este período se estabelecesse o contacto com algumas pessoas, acrescentando a minha experiência física e individual e percepção subjectiva de algumas destas práticas e comportamentos (este período não se integra nas metodologias virtuais, mas antes nas reais). Por fim, no período da reflexão foi importante perceber de que forma os participantes transformam as suas construções de lugar num contexto diferente daquele que corresponde ao período da experiência, principalmente num contexto de rotina e de quotidiano. A minha participação no festival, em 2012 e 2013 permitiu que se realizassem conversas com algumas dezenas de pessoas, e o contacto com alguns dos participantes, e simultaneamente com o seu período de experiência.

Por outro lado, salienta-se o reconhecimento de que as últimas décadas foram marcadas pelo surgimento de novas tecnologias, nomeadamente responsáveis pela aquisição, processamento e finalização de imagens. Esse fenómeno tem vindo a ser acentuado pela proliferação das máquinas digitais e dos telemóveis com máquina fotográfica, que atingiu grande

parte da população rapidamente e por isso, a qualquer momento e em qualquer lugar, as pessoas através da facilidade de captar paisagens, momentos, etc., incluíram essas acções nas suas rotinas diárias, momentos das suas vidas e também nas suas viagens (lazer ou trabalho). Apesar da análise se ter concentrado nos anos de 2012 e 2013, os festivaleiros que compuseram a amostra enviaram-me algumas fotografias dessas edições e de outras em que participaram.

Isso pressupõe que para além da recolha de alguns dos discursos sobre o festival, que vieram a ser reforçados com a utilização de alguns excertos das conversas que estabeleci com os participantes da amostra, quatro deles partilharam comigo algumas fotografias, que serviram sobretudo para ilustrar e reforçar as discussões e análises do último capítulo. A esse propósito, note-se que o conteúdo das conversas não se refere apenas às experiências dos anos em análise, mas a outras de participações anteriores.

No que se refere às metodologias reais, a minha participação no festival de Paredes de Coura nos anos de 2012 e 2013 constituiu outro suporte metodológico. Assim sendo, verificou-se afastamento da virtualidade, implicando a convivência com as pessoas no espaço real. Uma distinção breve entre espaço virtual (ciberespaço) e espaço real, focada principalmente na forma como as pessoas se comportam em ambos, permite perceber que existem diferenças substanciais. Sarmiento (2004) aborda a questão referindo que o anonimato do ciberespaço permite às pessoas projectarem-se com personalidade alternativas e poderem escolher a forma como se representam; isso comprovou-se efectivamente. A minha participação no festival, permitiu a transição da conversa mediada virtualmente (computador) para a comunicação cara-a-cara, de encontros no espaço real e no período de experiência (o meu e o de todos os outros participantes).

A participação e presença física durante o festival proporcionaram diferentes tipos de análises e resultados, no espaço real e físico. Por um lado, esse contacto físico com as pessoas através da observação e da interacção com as mesmas através de conversas informais facilitaram a percepção e registo de experiências diversificadas. Essas foram assinaladas e resultaram em dois tipos de registos diferentes: em fotografias e em dois diários de campo resultantes da observação de diversas situações, das duas experiências separadas temporalmente.

Foi também na pretensão de perceber evento 'de dentro', que permaneci no campismo do festival. Já, no que se refere às dificuldades e limitações, identificam-se algumas que merecem destaque.

Uma das dificuldades residiu na capacidade de separar a minha experiência: separar a minha experiência como 'insider', olhando e reinterpretando toda essa experiência no papel de 'outsider' e observadora passiva. Por sua vez, a conversa informal pode assemelhar-se a uma entrevista não estruturada, na medida em que, a sua duração varia e pode também prolongar-se; este método permite como refere Sarmento (2004), uma liberdade suficiente para que quem responde possa conduzir a conversa e trazer ao discurso todo o tipo de questões que apesar de considerar importantes para o tema em questão, podem não ser tao relevantes para o estudo. Então, a informação proveniente de uma conversa informal pode também distanciar-se do foco e objectivo principal e a quantidade de informação será provavelmente superior àquela que se pretende, podendo por isso constituir uma limitação. A discussão e análise que concentram o último capítulo, não contém por isso todos os relatos e imagens sobre o festival, mas apenas algumas perspectivas e imagens subjectivas. Gostaria nesse sentido de ter aprofundado, a título de exemplo, a partilha de imagens e prolongamento de conversas com participantes estrangeiros. Ainda se tentou prolongar isso no período pós-festival, mas sem grande sucesso.

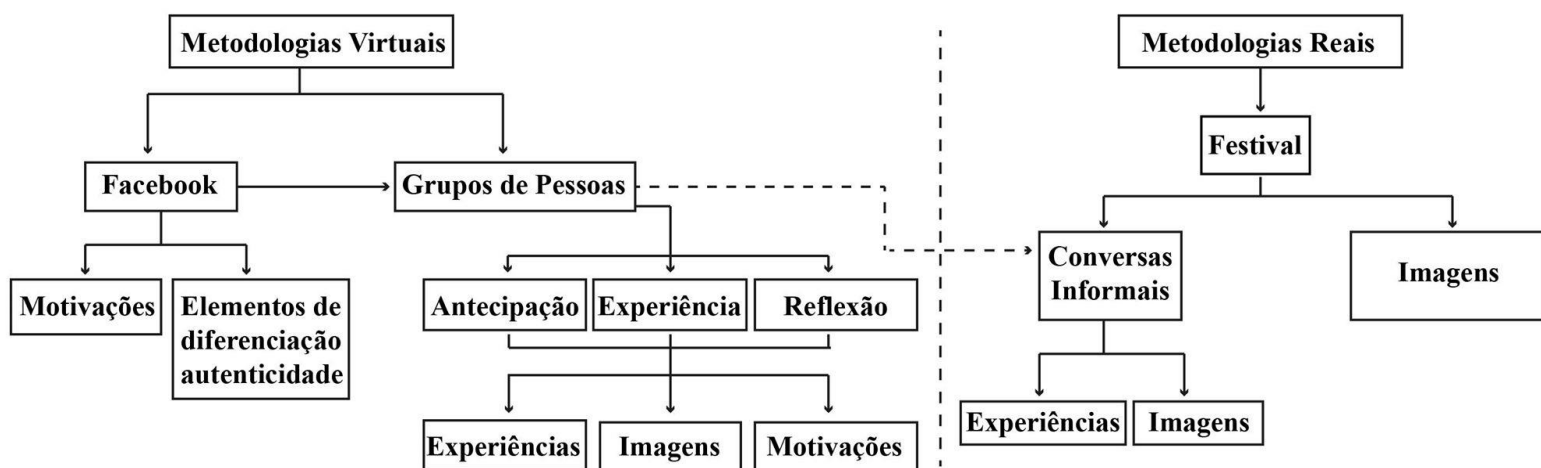
As conversas estabelecidas com diversos festivaleiros foram também um pouco limitativas ao estudo na medida em que foi complexo conseguir captar a atenção das pessoas num espaço repleto de inúmeras distrações. Grandes partes delas, salvo algumas excepções, desenrolaram-se em condições bastante diferentes das desejadas. Exemplificando, algumas das conversas que mantive com participantes, nomeadamente dentro do recinto e na área de campismo, não permitiram contacto visual suficiente, devido à falta de iluminação (este é apenas um dos exemplos), o que consequentemente desencadeava uma certa desconfiança por parte das pessoas com quem falei.

Tudo isso leva a concluir que, além de desempenhar o papel de relatadora de factos, pois todas as experiências recolhidas foram de certa forma transpostas e relatadas na terceira pessoa, a minha experiência foi talvez um dos aspectos mais importantes, dos quais resultaram a estrutura e os temas do último capítulo. O que significa também que, como não consegui claramente contactar com o período de antecipação nesses momentos, os contactos e relações que se estabeleceram durante a realização do festival, proporcionaram esse contacto e conhecimento, ainda que retrospectivamente.

A tudo isto, acrescentam-se o registo de perspectivas da população local que não participaram no festival; a minha participação no *Warm-Up* Vodafone Paredes de Coura no Porto, nos dias 12 e 13 de Abril de 2013; e por fim, outras visitas a Paredes de Coura, noutros momentos compreendidos entre os anos de 2012 e 2013.

Em suma, as metodologias através das quais se realizou esta dissertação e reflexões que a constituem, resultaram pela complementaridade entre de dois espaços distintos: o virtual e o físico. As suas limitações e problemas associam-se aos que normalmente afectam metodologias qualitativas.

Figura 1 - Modelo metodológico



Fonte: Autora, 2012

1. Imagens, identidade e ‘turistificação’ do território

Este capítulo pretende abordar alguns temas e conceitos, que se se consideram essenciais num contexto de partida, para perceber e relacionar de forma mais adequada todas as questões discutidas na presente dissertação.

O amplo reconhecimento da importância da criação de imagens sobre determinados destinos, sobretudo no que diz respeito à decisão de escolher um destino em particular, tem-se acentuado. Assim, surge a necessidade de se perceber de que forma é que essas imagens são criadas e construídas, bem como quais os principais intervenientes nesse processo de formação. Este capítulo explora essas questões, ao mesmo tempo que se discutem, analisam e comparam diferentes perspectivas e abordagens, que servirão posteriormente de suporte teórico.

Não obstante, da relação do indivíduo com o território e com lugares específicos resultam diferentes significados e sentidos, cuja interferência na transformação dos espaços e dos lugares e na formação de determinadas imagens é bastante significativa. Por sua vez, essas referem-se à identidade dos lugares, no seu sentido construído e imaginado, que quando afectadas pelo turismo e pelas estratégias cada vez mais sofisticadas de promoção turística, interferem com o grau e a percepção da autenticidade. A relação entre uma identidade construída e as questões de autenticidade integra assim este capítulo.

Por fim, tem-se percebido que a ‘turistificação’ do território tem impactes que não afectam exclusivamente a formação das imagens e a promoção exterior de determinados lugares. Isso significa que outro tipo de impactes deve integrar as preocupações de um turismo planeado e sustentável. Assume-se portanto, que existe uma grande relação entre o desenvolvimento do turismo e a capacidade de carga, que afecta não apenas o território, por via da sua apropriação, mas também as comunidades que constituem esses lugares.

1.1. As imagens dos destinos turísticos

Ao longo das últimas décadas, têm-se desenvolvido vários estudos e novas abordagens sobre o turismo, a sua complexidade e dinâmica. Em muitos deles têm-se referido recorrentemente exemplos da sua importância para o desenvolvimento do território.

Foi sobretudo desde a década de 70 que o conceito de imagem do destino passa a concentrar a atenção desses estudos e perspectivas, após se perceber que essas imagens, muitas delas imaginadas, têm uma grande influência no comportamento dos turistas/visitantes, especificamente no que concerne à escolha do destino (Kastenholz, 2002; Abdalla, 2010).

Banyai (2009) explora essa relação, justificando que os turistas decidem para que lugares viajar com base nas imagens dos destinos. No entanto, importa desde logo apreender que se por um lado tais imagens podem ser provenientes das estratégias de promoção do lugar, por outro, elas podem ser muito mais subjectivas e pessoais, como é o caso das que resultam maioritariamente de experiências desenvolvidas em determinados destinos. As imagens são portanto, diversas vezes subjectivas já que têm por base as percepções que cada turista tem sobre determinados destinos que visitou, ou de outros dos quais já tenha ouvido falar (Lopes, 2011). Assim, à medida que o turismo passa a ser alvo de investigações provenientes de diversas áreas, a premissa de que as imagens têm impactes directos no comportamento de quem viaja e visita determinados destinos, influenciando em primeira instância a selecção dos destinos, passa a ser amplamente reconhecida.

Nesta parte centro-me na análise das diversas abordagens sobre o conceito de imagem do destino e na relação que existe entre essas imagens e o desenvolvimento de determinados destinos turísticos. Importa ainda discutir e analisar o processo de formação dessas imagens, clarificar de que forma alguns autores têm analisado essas imagens, e que modelos têm construído.

De acordo com a abordagem de Kotler e Gertner (2004, *apud* Banyai, 2009:13), a imagem pode ser definida como o “conjunto das crenças e das impressões, que as pessoas têm sobre o lugar, (...) representam a simplificação de um grande número de associações e informações relativas a um lugar. São produto da tentativa da mente em processar e escolher/seleccionar informação essencial a partir de um número significativo de dados sobre um lugar.”

Quadro 2- Definições de imagem de um destino

Autor (es)	Definição
Hunt (1975)	Percepções sustentadas por potenciais visitantes, sobre uma área
Crompton (1977)	Representações organizadas de um destino, num sistema cognitivo.
Lawson e Baud-Bovy (1977)	Uma expressão de conhecimento, impressões, preconceitos, imaginações e pensamentos emotivos que um individuo tem de um lugar específico.
Crompton (1979)	Conjunto de crenças, ideias e impressões que as pessoas têm de um destino.
Assael (1984)	Percepção total de um destino que é formado pelo processamento de informação de diversas fontes, em todos os momentos.
Phelps (1986)	Percepções ou impressões de um lugar.
Gartner e Hunt (1987)	Impressões que as pessoas têm sobre um estado no qual elas não vivem.
Moutinho (1987)	Atitude individual perante os atributos de um destino, baseada no seu conhecimento e sentimentos.
Calantone <i>et al.</i> (1989)	Percepções de destinos com potencial turístico.
Embacher e Buttle (1989)	Ideias ou concepções, sustentadas individual ou colectivamente, do destino sob investigação.
Chon (1990)	Resultado da interacção das crenças, ideias, sentimentos, expectativas e impressões que uma pessoa tem de um destino.
Dadgostar e Isolato (1992)	Impressão ou atitude geral que um individuo adquire de um lugar.
Milman e Pizam (1995)	Impressão visual ou mental de um lugar, produto ou experiência sustentada pelo público em geral.

MacKay e Fesenmaier (1997)	Conjunto de vários produtos (atracções) e atributos produzidos a partir de uma impressão geral.
Pritchard (1988)	Impressão visual ou mental de um lugar específico.
Baloglu e McCleary (1999)	Representação mental individual do conhecimento, sentimentos, e impressões globais sobre um destino.
Coshall (2000)	Percepções individuais das características do destino.
Murphy, Pritchard e Smith (2000)	Conjunto de associações e pedaços de informações vinculados a um destino, que pode incluir diversos componentes do destino e percepção pessoal.
Tapachai e Waryszak (2000)	Percepções ou impressões de um destino sustentadas pelos turistas de acordo com os benefícios esperados ou valores ligados ao consumo.
Bigné, Sánchez e Sánchez (2001)	Interpretação subjectiva da realidade, feita pelo turista.
Kastenholz (2002)	Construção mental da realidade, resultante de realidades individuais e sociais, e não de algo directamente observável.
Kim e Richardson (2003)	Totalidade de impressões, crenças, ideias, expectativas e sentimentos, acumulados sobre um lugar.
Echtner e Ritchie (2003)	A imagem consiste em percepções de atributos individuais, bem como, em impressões totais e holísticas.
Kim, McKercher e Lee (2009)	A imagem turística varia ao longo do tempo.

Fonte: Várias

Das abordagens e definições analisadas, percebe-se que não existe um consenso acerca do conceito de imagem do destino turístico, e considerando a título de exemplo, a relevância que o turista tem na formação das imagens dos lugares enquanto indivíduo que percebe e experiencia os lugares, essa variabilidade parece justificar-se. Assim, o conceito é diversas vezes caracterizado de forma vaga e é simultaneamente resultado de perspectivas distintas. Destacam-se no entanto, duas perspectivas gerais: aquela em que a imagem do destino tem por base impressões holísticas sobre o lugar e outra, que refere que a formação da imagem do destino está dependente da percepção e avaliação de determinados atributos, contidos no destino em causa.

Uma análise mais pormenorizada permite perceber que algumas definições se centram grosso modo, numa visão holística como por exemplo quando a imagem do destino é considerada a “soma de crenças, ideias e impressões que as pessoas têm sobre um destino” (Crompton, 1977e 1979; Milman e Pizam, 1995; Kim e Richardson, 2003)¹. Outras enfatizam a relevância da estrutura cognitiva da imagem do destino. O componente cognitivo é definido como uma avaliação de atributos conhecidos do produto ou o entendimento do produto de uma forma intelectual (Carvalho, 2010). Autores como Baloglu e Bringberg (1997 e 1999) definem a imagem como a “soma das crenças e atitudes face a um objecto que dão origem a uma imagem mental dos seus atributos que é aceite internamente” (*apud* Carvalho, 2010).

A natureza afectiva da imagem é também um aspecto que influencia grande parte destas abordagens. Referem-se várias vezes à “capacidade emotiva do lugar”, que por sua vez “não é apenas determinada pelas propriedades físicas dum lugar” (Russel e Lanius, 1984, *apud* Kastenholz, 2002). Por sua vez, autores como Gartner (1989 e 1993) e Hunt (1975) centram-se nas características subjectivas da imagem do destino. Isso significa que a imagem consiste por exemplo, em “percepções sustentadas por potenciais visitantes, sobre uma área” e está também intrinsecamente ligada aos motivos pelos quais as pessoas seleccionam e pretendem visitar determinados destinos.

Por fim, destaca-se a abordagem que considera a imagem enquanto projecção, contextualizando-a na promoção dos lugares, às quais estamos mais expostos hoje do que outrora. Da análise realizada por Kastenholz (2002), destacam-se autores como Fesenmaier e

¹ Kastenholz (2002) analisou as abordagens de outros autores, e por isso de acordo com esta visão, juntam-se Kotler, Haider e Rein (1995); Reilly (1990) e Chon (1990).

MacKay (1996); e Jenkins (1999), no sentido em que a imagem é interpretada como uma 'atração para o público, 'elemento essencial da promoção' ou 'diferenciação criada artificialmente'.

De um modo geral, percebe-se que algumas definições atribuem grande destaque à experiência individual e à formação subjectiva de imagens, mais orientada pelas crenças e emoções pessoais. De acordo com essa perspectiva, Kastenholz (2002) salienta o facto de muitos estudos sobre a imagem concentrarem a sua atenção nas percepções, impressões e sentimentos dos turistas, que podem conter elementos cognitivos e afectivos, e que são por conseguinte determinantes na escolha do destino. Destaca-se por outro lado, a relevância da concepção de imagens de determinados destinos, sustentada colectivamente e por isso, em consonância com as impressões holísticas do lugar. Por último, salienta-se também a importância atribuída a valores relacionados com o consumo².

Mais recentemente, diversos autores têm percebido que a imagem de um destino diz respeito à construção social dos lugares, pela indústria do turismo e pelos turistas, combinando assim as duas perspectivas (Young, 1999, *apud* Kastenholz, 2002). Echtner e Ritchie (2003) reforçam essa definição, referindo que a imagem de um destino é definida a partir de determinados atributos individuais do destino, mas também através de impressões holísticas desse lugar. Adiantando que devem ser consideradas características funcionais, nas quais se incluem os aspectos mais tangíveis do destino e as características psicológicas, centradas em aspectos intangíveis.

As investigações que instigaram ao surgimento das diversas definições realizaram-se de acordo com metodologias específicas. Quando Echtner e Ritchie (2003) abordam o conceito de imagem do destino, percebem que a maioria destes autores recorreu a metodologias estruturadas. Isso significa que a imagem de um destino foi grosso modo, determinada por atributos específicos, facilmente identificados e quantificados individualmente, como por exemplo o clima, as facilidades de acomodação e também os eventos e os festivais. No último capítulo esta noção será discutida, já que o festival de Paredes de Coura pode ser interpretado como um

² As imagens formadas pelos turistas são fortemente influenciadas pelas expectativas de consumo. Ou seja, se essas expectativas forem alcançadas como esperado ou mesmo superadas, a probabilidade das imagens serem positivas é maior, do que se suceder o contrário. Além disso, actualmente o tempo de lazer é simultaneamente mais tempo de consumo do que há décadas atrás.

atributo na formação da imagem de Paredes de Coura e simultaneamente uma motivação na escolha desse destino.

Esta análise permite perceber que as imagens podem formar-se através do imaginário do turista sem uma visita efectiva. Por isso, é fulcral perceber de que forma essa imagem é formada, de que elementos está dependente e quais as fontes que a influenciam.

Para Croy e Wheeler (2007, *apud* Reid; Wearing e Croy, 2008) o processo de formação das imagens sobre um lugar passa geralmente por um processo de consciencialização, familiaridade e complexidade. Isso significa que as pessoas têm consciência dos lugares através de uma primeira exposição; essa primeira exposição pode ser através do que é visto na televisão, se lê sobre um lugar num livro ou através de uma conversa com um amigo. Muitos dos autores que discutem o processo de formação das imagens associadas aos lugares e ao turismo, referem-se ao modelo de Gunn (1988). Este modelo surge na abordagem de Echtner e Ritchie (2003), e divide-se em sete fases distintas:

1. Acumulação das imagens mentais acerca de um destino;
2. Modificação das imagens via informação comercial ou através de outras informações adicionais;
3. Escolha do destino;
4. Viagem até ao destino;
5. Experiência no destino;
6. Viagem de regresso;
7. Imagem modificada com base na experiência vivida.

Com base nas várias fontes, através das quais o indivíduo acede e forma determinadas imagens, surgem as noções de imagens orgânicas, induzidas e modificadas (Gunn, 1988, *apud* Kastenholz, 2002; Echtner e Ritchie, 2003; Carvalho, 2010). A imagem orgânica corresponde à totalidade de toda a informação que não tem propositadamente finalidades promocionais (livros, notícias da televisão e da rádio, ouvir falar sobre o lugar, etc.); a induzida diz respeito àquela que é formada a partir de informações que são em primeira instância, preparadas pelos vários agentes que levam a cabo a promoção turística dos lugares. Na abordagem de Kastenholz (2002), estes dois tipos de imagem distinguem-se da seguinte forma: as imagens orgânicas resultam de informações não comerciais, enquanto que as induzidas resultam de informações sobre os destinos, vinculadas ao seu potencial consumista e comercial. Pode dizer-se que a primeira está de certa forma, mais enraizada na pessoa e no meio sociocultural que a envolve, e

a última, é facilmente moldada já que depende da forma como é preparada para ser vendida, e posteriormente consumida (Carvalho, 2010). Em contrapartida, a imagem modificada é aquela que resulta da experiência vivida durante a viagem. A visita ao destino e a viagem de regresso modificam a imagem construída nas primeiras fases, tornando-a muito mais realista, complexa e diferenciada (Ecthner e Ritchie, 2003).

Com tudo isto, no modelo de Gunn (1988) as imagens orgânicas formam-se grosso modo, na primeira fase, as induzidas na segunda e mais tarde, na última fase constroem-se as imagens modificadas. Percebe-se novamente que os indivíduos formam imagens sobre os destinos sem os terem visitado.

A análise mais complexa surge com Gartner (1993) que amplia a abordagem de Gunn (1988), identificando 8 tipos de agentes de formação das imagens. Este modelo enumera e analisa as diversas fases, que o potencial turista/ visitante percorre enquanto avalia e selecciona determinadas informações e impressões (Jorgensen, 2004).

Quadro 3- Agentes de formação da imagem segundo Gartner (1993)

Agente de formação		
Claramente induzido	I	Formas tradicionais de publicidade (TV, brochuras, rádio, publicidade impressa, entre outros).
	II	Informação recebida dos operadores turísticos e outros vendedores (agências de viagens).
Induzido encoberto	I	Recomendações de celebridades conhecidas.
	II	Segunda opinião via relatórios aparentemente imparciais (artigos de viagens).
Autónomo		Informação independente produzida de dois tipos: notícias (documentários, reportagens) e cultura popular (filmes, programas de T.V.).
Orgânico	não solicitado	Informação não solicitada recebida dos amigos e dos familiares.
	solicitado	Informação solicitada recebida dos amigos e dos familiares.
		A visita ao local.

Fonte: Gartner (1993, *apud* Pinho, 2009)

Os primeiros quatro agentes (induzidos) são os que preparam as imagens para consumidores/ potencial visitante, e o seu objectivo primordial passa pela comercialização de determinado destino. Enquanto que o quinto, o autónomo é mais neutro, os últimos três agentes são caracteristicamente mais orgânicos porque já que se baseiam em grande medida, nas experiências dos consumidores (Banyai, 2009).

Assim, facilmente se percebe que o processo de formação da imagem está indiscutivelmente relacionado com o processo de selecção do destino (Gartner, 1993, *apud* Carvalho, 2010). A perspectiva adoptada nesta dissertação, fala sobre a importância do turismo para o desenvolvimento dos lugares, e por isso considera efectivamente as imagens induzidas. No entanto, no que concerne ao festival de música de Paredes de Coura, destaca-se a importância da inter-relação entre as dimensões cognitivas, afectivas e holísticas, na construção das imagens sobre o evento e do território que o acolhe, questões a aprofundadas no último capítulo.

Também a análise e estudo destes agentes de formação das imagens permitem que as organizações ligadas ao marketing turístico alarguem o seu conhecimento de modo a que se projectem as imagens pretendidas e desejadas, concentradas na venda dos lugares. Nesse sentido, Banyai (2009) afirma que os destinos podem escolher o tipo de agente a usar, com o objectivo de construir uma imagem mais real e credível. Essa selecção pode basear-se na credibilidade dos agentes, no seu custo e no envolvimento na indústria turística.

Por último, destacando a formação de imagens de áreas e destinos rurais, Buttler e Hall (1998) salientam que a capacidade desses territórios reside nas suas características inerentes, e só apenas mais recentemente esses lugares têm explicitamente procurado desenvolver, imaginar e promover-se a si mesmos, em detrimento da estrutura e exigências do sector turístico. Esse desenvolvimento passa por um sistema integrado cujo objectivo é permitir que tais lugares se tornem mais atractivos principalmente para os turistas e para potenciais investidores. Existem algumas características e elementos que ajudam a perceber os processos de 'imaginar o rural'. Disso são exemplo, " (...) o desenvolvimento de uma massa crítica de atracções e instalações turísticas (ex. o desenvolvimento do património dos lugares); a realização de eventos ou festivais (ex. eventos promotores de produtos, como os festivais gastronómicos e de vinho); o desenvolvimento de estratégias e políticas de turismo rural frequentemente associados a organizações regionais de turismo, novas ou reconhecidas, e a campanhas promocionais; o desenvolvimento do lazer e de serviços culturais e de projectos para apoiar o marketing regional

e o esforço turístico (ex. a criação e renovação de museus regionais e apoio às artes e ofícios locais) ” (Buttler e Hall, 1998: 117).

As imagens construídas sobre o campo em Inglaterra, no século XIX, que resultaram grosso modo, de uma recente (na altura) classe média urbana, são também um bom exemplo. A imaginação do rural, ou por outras palavras, a sua consolidação e construção deve-se não apenas às experiências pessoais, mas também à exposição e interpretação desses lugares por via de outras fontes, como foi o caso das novelas, das pinturas e da poesia.

Assim, apesar da variabilidade de teorias e modelos sobre o conceito de imagem do destino turístico, e também sobre o processo através do qual as imagens se formam, desta análise resulta a noção de que, o estudo das imagens dos destinos deve ser tão completo quanto a complexidade de estratégias de promoção dos lugares. Deve por isso, considerar por um lado, as imagens baseadas em impressões holísticas, e aquelas baseadas em especificidades (atributos) do lugar. E por último, deve reconhecer a importância das expectativas do indivíduo e do papel da informação proveniente das mais diversas fontes.

1.2. A identidade e a autenticidade dos lugares

Em 1983, Yi Fu Tuan destacava uma característica presente na relação entre as pessoas e os lugares: a construção de significados e sentidos impulsionam a transformação dos espaços e dos lugares.

Com efeito, a experiência pessoal (a relação pessoal de experienciar os lugares e os espaços) constitui um elemento insubstituível do processo de apropriação e significação dos lugares (Ponte, Bonfim e Pascual, 2009). De acordo com estas ideias, é importante perceber desde logo que as pessoas são seres activos e têm um papel essencial no processo de apropriação dos lugares, bem como, da atribuição de diversos significados e esses lugares.

Esse envolvimento e a atribuição de inúmeros significados aos lugares levam a que Proshansky *et al.* (1983, *apud* Hauge, 2007) tenha considerado que a identidade de um lugar (*'place-identity'*) corresponde a uma subestrutura da identidade pessoal (*'self-identity'*), assemelhando-se por exemplo, ao género e à classe social. É portanto, uma identidade composta por percepções e compreensões relativas ao ambiente. Por outro lado, as concepções

e as percepções vinculadas a tais lugares podem ser organizadas em dois grupos distintos. O primeiro diz respeito, a memórias, a pensamentos e a valores, enquanto que o segundo se refere às relações com diversos ambientes/cenários, como por exemplo a casa, a escola, o bairro, entre outros (Hauge, 2007). Isso significa, que a identidade de um lugar pode construir-se a partir do que resulta do contacto do indivíduo com o lugar.

Também Relph (1976, *apud* Marandola, 2010) identificou três componentes essenciais do envolvimento das pessoas com os lugares: a configuração física, as actividades e os significados. Por outro lado, ele defende que a essência da experiência dos lugares assenta em dois conceitos-chave, o de interioridade (*'insideness'*) e o de exterioridade (*'outsideness'*); 'estar dentro de um lugar' significa que pertencemos a esse lugar e que nos identificamos com ele, e quanto 'mais dentro' estivermos desse lugar, maior será a identidade e identificação com o lugar (Marandola, 2010).

A identidade de um lugar pode portanto, ser compreendida como uma construção pessoal, na qual as experiências directas com o ambiente físico se modificam. Em última instância, tais experiências são transformadas pelos processos cognitivos, alguns dos quais falamos anteriormente (Ponte, Bonfim e Pascual, 2009).

Noutra perspectiva, a de Duarte e Lima (2005), a identidade associada ao lugar diz respeito à relação que se estabelece entre o indivíduo e o lugar, referindo-se também às consequências dessa relação na "definição subjectiva da identidade pessoal" (Duarte e Lima, 2005: 2). Outras abordagens referidas pelas mesmas autoras referem que a estrutura da identidade é caracterizada por uma dimensão de conteúdo e por uma dimensão avaliativa. A primeira "consiste nas características que o indivíduo considera que o descrevem e que no seu conjunto, o tornam uma pessoa única" (Duarte e Lima, 2005: 4). Por sua vez, a dimensão avaliativa, relaciona-se com o facto de cada elemento de conteúdo ter associado a si um valor/afecto positivo ou negativo.

De um modo geral, o conceito de identidade e os elementos identitários através dos quais sustentamos e construímos determinada identidade são orientados em grande medida, por quatro princípios básicos. Esses princípios são, o da distintividade, o da continuidade, o da auto-estima e o da auto-eficácia (Duarte e Lima, 2005). O primeiro refere-se ao desejo de manter uma singularidade pessoal, ou no que concerne à identidade associada ao lugar, coincide com a percepção de aspectos únicos do lugar, que permitem distingui-lo de outras. Disso são exemplo, as características arquitectónicas e ambientais, os serviços, o estilo de vida, ou as

particularidades dos habitantes. O princípio da continuidade, é o “ (...) desejo de manter a continuidade ao longo do tempo e situação, ou, de outra forma, entre o (s) autoconceito (s) anterior (es) e o autoconceito actual” (Duarte e Lima, 2005: 4). O realojamento de uma comunidade é um bom exemplo, já que a alteração do contexto ambiental irá provocar mudanças nas características da identidade. Já o da auto-estima, “refere-se à avaliação positiva do *self* ou do grupo de pertença, estando relacionado com o sentimento de valor que é atribuído ao mesmo (...)” (Duarte e Lima, 2005: 4). Assim, de acordo com algumas abordagens sobre a noção de identidade, identifica-se um padrão no qual as pessoas carregam uma carga histórica muito grande, sentem orgulho por associação a algo. O último princípio, o da auto-eficácia tem que ver com o grau e a forma como o ambiente satisfaz as necessidades do indivíduo e por isso vai de corresponde ou supera as suas expectativas pessoais.

Ainda sobre a identidade associada ao lugar, destaca-se a perspectiva de Gustafson (2001) que reflecte a importância da relação do indivíduo com o lugar. Nessa abordagem são três os pólos que influenciam e determinam os significados atribuídos a determinados lugares: Eu³, Outros⁴ e Ambiente⁵. Por sua vez, entre estes pólos podem emergir outro tipo de significados, como é o caso daqueles que têm por base o conhecimento formal e informal do indivíduo sobre o lugar.

Esta relação entre a identidade e o lugar tem também uma grande importância quando relacionada com o turismo. Nessa concepção, a identidade de um lugar pode desempenhar duas funções essenciais, ainda que distintas. Por um lado, tem a capacidade de proporcionar por exemplo, o fortalecimento de uma coesão a um nível interno, como é o caso de uma coesão subjacente a uma identidade nacional. E ao nível externo, permite uma abertura ao mercado do turismo. É nessa ligação e nessa dependência que a identidade associada aos lugares é inevitavelmente sustentada por uma ideia de autenticidade.

Importa por fim perceber que não existem identidades fixas, mas antes processos de identificação; a identidade é por isso móvel e forma-se enquanto se transforma de acordo com os diferentes condicionantes biológicos, geográficos e históricos, como acontece a título de exemplo, com a memória colectiva (Barretto, 2007).

³ Estes significados derivam de memórias e experiências pessoais (Gustafson, 2001).

⁴ Significados que advêm das características, traços e comportamentos identificados nos habitantes, baseados várias vezes em estereótipos (Gustafson, 2001).

⁵ Significados respeitantes às características físicas, históricas, institucionais e geográficas dos lugares (Gustafson, 2001).

Com efeito, a relação entre a identidade e a autenticidade tem-se acentuado ao longo das décadas, sobretudo quanto maior a importância atribuída ao turismo, no que diz respeito ao desenvolvimento dos territórios. Esta relação é também reforçada através da análise semântica dos conceitos, uma vez que o termo autenticidade significa “qualidade do que é autêntico; identidade; veracidade” (Costa e Melo, 1995: 214).

Outras definições como as de De Kadt (1992, apud Dewailly, 1998), que se refere ao conceito como um dos principais elementos da experiência do visitante, podem destacar-se aqui. Porém, a questão do autêntico quando relacionada com o turismo, não se aplica exclusivamente ao turista pois todos os consumidores de património, incluindo a população local por exemplo, têm percepções diferentes daquilo que define e constitui a autenticidade.

Para Dewailly (1998) tem-se assistido ao reforço das “banalidades do turismo”. Isso significa que enquanto a diferenciação dos produtos regionais tem vindo a aumentar gradualmente, a identidade local cede a pressões externas da indústria turística, vendo-se forçada a adoptar uma identidade homogénea. Também Figueiredo (2012) refere que apesar das especificidades históricas e culturais dos países e dos territórios, e também o lugar que a ruralidade foi adquirindo em diversos contextos (sinais de uma determinada diversidade de representações e consumos do rural), a crescente ‘turistificação’ destes territórios tem levado à adopção de imagens e valores sociais globalizados e hegemónicos acerca do mesmo.

Assim, se para a comunidade local questões como as relacionadas com a memória, o apego/ligação e a simbólica do lugar são de vital importância - aqui a autenticidade detém um papel imprescindível porque acentua a relação com significado; para os visitantes aquilo que contrasta com o familiar, ou seja, o exótico e o sentido pitoresco da sua experiência e exploração, é mais relevante (Dewailly, 1998). Por outras palavras e analisando a importância do património, esse passou a ser encarado como uma “garantia de identidade” (Barretto, 2007: 98), tanto para os turistas como para a população local, já que os primeiros procuram contactar com aquilo que é diferente e os segundos tendem a querer diferenciar-se.

A questão do autêntico, é portanto bastante questionável e já Urry (2002) referia que os turistas têm consciência da ‘encenação’ da autenticidade. Apesar disso, para o turista parece não ser muito relevante ter conhecimento de que se trata muitas vezes de encenações e recriações, desde que essas sejam de qualidade e se adquiram os benefícios pretendidos com a viagem.

Reforçando por fim a complexidade existente na relação entre a identidade e a autenticidade no que reporta a questões relacionadas com o turismo, importa perceber que se por um lado o turismo tem sido aplicado segundo a promessa de desenvolvimento de territórios, especialmente aqueles que não têm conseguido ‘acompanhar’ outros, por outro lado, essa ‘turistificação’ exige que se mantenham traços identitários e tradicionais para consumo dos turistas.

1.3. A ‘turistificação’ do território e a capacidade de carga

O conceito de ‘turistificação’ do território pressupõe novamente, a compreensão da relação existente entre o turismo e os lugares. Pode entender-se que o turismo se apropria do território, transformando-o por fim num território ou lugar turístico (Leite, 2008). Para Mancebo e Oliveira (2011:1), a ‘turistificação’, em consonância com o que é sustentado por outros investigadores da área do turismo, “é um fenómeno social, enquanto que para planeadores da actividade turística, refere-se ao processo de transformação de um lugar numa atracção turística.”

Numa perspectiva mais complexa, Leite (2008) justifica a importância análise da ‘turistificação’ dos territórios baseando-se em dois motivos centrais. O primeiro, porque o turismo é constituído por “actividades fortemente consumidoras do território, que simultaneamente induzem efeitos multiplicadores significativos” (Leite, 2008: 45), tendo simultaneamente a capacidade de transformar a paisagem e conseqüentemente, o território. O conhecimento das conseqüências inerentes à ‘turistificação’ de um território pode facilitar o desenvolvimento adequado da actividade e permitir por sua vez, a canalização do potencial positivo dessa actividade, no sentido de melhorar a qualidade de vida da população residente no núcleo receptor⁶ (Leite, 2008). A sustentabilidade do desenvolvimento da própria actividade turística é o outro motivo apontado pela autora. Assim, surge a necessidade de se executar um

⁶ “Área onde o fenómeno turístico se manifesta territorialmente, estabelecendo-se com toda a materialidade das suas relações e interacções.” (Rodrigues *apud* Leite, 2008:44). A par daquilo a que o autor chama de núcleo receptor, destacam-se também outras áreas de incidência territorial: as zonas emissoras (áreas de dispersão de turistas) e as zonas de trânsito (áreas de deslocação).

bom planeamento, que passa desde logo pelo reconhecimento da realidade com a qual se está a trabalhar.

Para Nicolas (1996, *apud* Leite, 2008), a ‘turistificação’ de um território diz respeito à capacidade do turismo criar, transformar e valorizar espaços. Num período precedente, esses mesmos espaços podiam não ter qualquer valor, no que se refere às questões da produtividade. Assim, diversos territórios, numa lógica de competitividade globalizada, encontram na ‘turistificação’ uma solução futura, sobretudo aqueles que têm vindo a redefinir os seus contextos rurais (Figueiredo, 2012).

Outros autores, como por exemplo Barros (1998, *apud* Leite, 2008), defendem a ideia de que a ‘turistificação’ de determinadas paisagens, nomeadamente aquelas que são alvo da transformação e ocupação turística, são em última instância, um processo constituído por diversas mudanças nessas paisagens. Por sua vez, de acordo com Nicolas (1996) e Figueira (2011) a ‘turistificação’ dos territórios pode integrar-se numa perspectiva dinâmica de desenvolvimento dos territórios: “ (...) pretende ser uma via para que a iniciativa pública e privada apropriarem os recursos endógenos transformando-os em atractivos, numa perspectiva de sustentabilidade, determinada por critérios adequados” (Figueira, 2011:10). Nesta perspectiva, o conceito é interpretado como um processo de transformação do espaço geográfico natural e cultural, em espaço turístico. Tal processo deve ser planeado, executado e monitorizado de maneira que se evite um ordenamento generalizado e homogéneo, atendendo por fim às especificidades de cada lugar (Figueira, 2011).

É certo que apesar de se reconhecer a necessidade de se implementarem boas práticas do planeamento, considerando os diversos intervenientes na transformação do território, o processo de ‘turistificação’ em consonância com Almeida (1999, *apud* Leite, 2008), inclui a artificialização dos espaços cuja preocupação central é o turista/ o que visita e vem de fora. Isso significa que diversas vezes, se contraria a premissa de que a ‘turistificação’ envolve a “dinamização da actividade económica do território, estrutura a oferta de bens e serviços orientados ao consumo da procura e é centrada nos interesses dos turistas e residentes” (Figueira, 2011:13). Ora, a definição de Almeida (1999, *apud* Leite, 2008) parece adequar-se a esta ‘exclusão’ dos interesses da população local, da qual existem diversos casos práticos conhecidos. A título de exemplo, salienta-se a instalação de diversos *resorts*, cujas fronteiras implementadas artificialmente, levam a que sejam estabelecidas regras e restrições de ocupação, circulação e fruição do território, sobretudo aos residentes. Por isso, o autor define

'turistificação' como o "processo de apropriação do lugar para e pelo turismo" (Almeida, 1999, *apud* Leite, 2008: 49).

Por sua vez, é fulcral considerar que a 'turistificação' tem efeitos ambientais, económicos e sociais, directos e indirectos, sobre o contexto onde se cria e desenvolve (Figueira, 2011). A mesma autora defende que a 'turistificação' pode desenvolver-se de duas formas essenciais, centrando-se nas consequências efectivas e tangíveis no território. A primeira é por via da urbanização (loteamentos e residências de férias) e por via da infra-estruturação (transformação de recursos endógenos em equipamentos locais e atractivos turísticos) (Figueira, 2011).

Apesar dessa 'turistificação' e das actividades turísticas a ela associadas se reflectam, em grande medida, em efeitos económicos favoráveis aos territórios em causa, existem por outro lado, consequências legitimamente questionáveis, especialmente considerando que são várias vezes negativas. Essas consequências dizem respeito a um determinado consumo do território, que por sua vez está associado à capacidade de carga. A par disso, importa também falar sobre a sustentabilidade vinculada ao desenvolvimento do turismo. É de acordo com essa perspectiva que a capacidade de carga tem vindo a ser mencionada como um instrumento útil para a gestão do turismo e a implementação de um desenvolvimento turístico sustentável ao nível dos destinos e projectos turísticos (Mathieson e Wall, 2006). Para Mathieson e Wall (2006) a capacidade de carga pode ser interpretada como "o número máximo de pessoas que podem utilizar um lugar sem provocar uma alteração inaceitável no ambiente físico, sem implicar um declínio intolerável na qualidade da experiência dos visitantes" (Mathieson e Wall, 2006: 33).

Na perspectiva de Massiani e Santoro (2012), deve ser analisada através de três definições bastante comuns, que se traduzem nas seguintes dimensões: a física, a económica e a social. No que diz respeito à dimensão física, a capacidade de carga refere-se aos limites de pressão que uma área é capaz de suportar, envolvendo tudo o que constitui o ambiente natural, incluindo ainda os sistemas de infra-estruturas. Isso significa que a capacidade de carga física tem que ver com a área disponível para instalações, como é o caso dos espaços para estacionamento ou também o número de camas em hotéis (Moniz, 2006).

A dimensão económica é aquela que se refere, em primeira instância, a todos os esforços económicos implementados no sentido de estimular ou gerir o desenvolvimento do turismo e determina a capacidade de um recurso - ou de todo um sistema - usando

exclusivamente os seguintes parâmetros: os custos, os benefícios e receitas (Massiani e Santoro, 2012).

Por último, o conceito de capacidade de carga social reporta-nos para as noções de planeamento e de sustentabilidade turística, com base nas comunidades e populações locais (Moniz, 2006; Massiani e Santoro, 2012). Importa nesta dimensão social estabelecer os níveis de desenvolvimento, que por sua vez seriam aceitáveis para a população residente e ainda para as empresas da comunidade local, recorrendo para tal a técnicas que permitem medir os limites máximos de mudança aceitáveis pelos residentes (Moniz, 2006). Pode ainda implicar os impactes socioeconómicos negativos inerentes ao desenvolvimento do turismo, tais como a tolerância local para o turismo, o usufruto do visitante e o aumento da criminalidade (Massiani e Santoro, 2012).

Moniz (2006) refere-se ainda a três tipos de capacidade de carga que considero importantes tendo em conta a temática em análise, a capacidade de carga psicológica, biológica e ecológica. A primeira é “excedida quando a experiência de um visitante é significativamente prejudicada pelo congestionamento” (Moniz, 2006: 132). A minha análise proporciona por outro lado, a necessidade de referir que essa capacidade de carga poderá referir-se às consequências do congestionamento, entre outras manifestações, associadas por exemplo ao ruído e à apropriação do espaço. Essas consequências reflectem-se na vida da população local, considerando a afluência de turistas e visitantes. Não menos importante, a capacidade de carga biológica é excedida no momento em que ocorrem e se identificam danos ou perturbações ambientais inaceitáveis (aqueles que se reflectem na fauna e na flora, por exemplo) (Moniz, 2006).

Por sua vez, a capacidade de carga ecológica traduz-se na primeira aplicação e abordagem do próprio conceito. A essa abordagem e noção está subjacente a ideia de que o crescimento populacional de espécies está dependente de um determinado número de factores ambientais. Assim, em consonância com Moniz (2006), a capacidade de carga ecológica tem que ver com a resiliência do meio ambiente.

A par das diversas definições do conceito de capacidade de carga, que por si só constituem uma das limitações na aplicação do conceito, o grande problema reside no facto de o anterior assentar em níveis de tolerância (Simón, *et al*, 2004). Por outras palavras, o que se considera inaceitável e o que determina quando a qualidade da experiência diminui envolve

diversos *stakeholders*, como por exemplo, os responsáveis pela gestão de um determinado destino turístico ou os turistas (Moniz, 2006).

Reforçando essa ideia, McCool e Lime (2001) recorrem à frequente distinção realizada por pesquisadores e investigadores da área do turismo, que distanciam a capacidade baseada na tolerância da comunidade local, daquela centrada no turista e na percepção de experiências de qualidade. Como vimos, para autores como Mathieson e Wall, a capacidade de carga do turismo é definida parcialmente em termos de “declínios inaceitáveis na qualidade das experiências obtidas pelos visitantes” (Mathieson e Wall, 2006:33). Outra perspectiva, alusiva ao conceito de capacidade de carga social, ou seja, “que se refere ao nível de actividade turística acima do qual se produzem mudanças negativas (perturbações) na população local” (Moniz, 2006: 133), exemplifica que ainda existe efectivamente, uma grande ambiguidade na aplicação do conceito de capacidade de carga.

Paralelamente importa perceber que os níveis de capacidade de carga são influenciados por dois grandes grupos de factores. As características dos turistas e a qualidade das suas experiências e as características da área do destino e a sua população (Mathieson e Wall, 2006). De facto, as preocupações com a capacidade de carga e com a sustentabilidade dos territórios têm vindo a tornar-se cada vez mais imperativas, sobretudo num momento em que se verifica uma maior consciencialização dos impactes da crescente ‘turistificação’ dos territórios, com especial incidência nos de características predominantemente rurais.

Note-se por último, que não constitui objectivo desta dissertação quantificar ou avaliar a capacidade de carga do festival. É apenas importante considerar e compreender estes conceitos e dimensões, para que se permita a sua relação com as experiências relatadas pelos participantes e outras pessoas com as quais estabeleci contacto (como é o caso de comerciantes e população local).

2. Os Festivais de Música

“A música, a dança, os festivais e outras expressões culturais públicas são manifestações primárias através das quais as pessoas articulam as identidades colectivas fundamentais para formar e sustentar os grupos sociais, e esses são essenciais para sobreviver” (Turino, 2008:2).

Partindo da ideia defendida por Thomas Turino que se tem dedicado ao estudo da musicologia e à etnomusicologia, facilmente se percebe que a música nas suas mais variadas expressões acompanha desde há muito a vida social das pessoas. Uma das formas mais consolidadas da presença da música remonta como refere Allen *et al.* (2003:4) aos primórdios quando o ser humano encontrou formas de celebrar momentos importantes da sua vida, como a mudança das estações, as fases da lua ou a renovação da vida a cada primavera. Com efeito, é consensual que a música é parte essencial das cerimónias públicas e da vida das pessoas (Sarmiento, 2012). O presente capítulo assenta grosso modo, na ideia e no conceito de festival de música. Essa análise deve considerar a ambiguidade da noção de festival de música e por isso parte das reflexões aqui apresentadas referem-se também a outro tipo de festivais, como por exemplo os que celebram acontecimentos desportivos ou religiosos. Discutem-se ainda questões fulcrais associadas aos festivais de música, como a construção do sentido identidade e pertença de algumas comunidades, e ainda sobre a sua materialização no espaço e no tempo, mais do que a sua relação com o turismo. A última terá lugar no capítulo que se segue, mas importa perceber que a criação comercial e turística de alguns destes festivais ressalta a quase inevitabilidade de reflectir sobre essa ligação sempre que se discute a análise o universo deste tipo de celebrações. A contextualização de alguns dos festivais mais importantes, também será alvo de escrutínio neste capítulo. Estes caracterizam-se pela sua influência sobre territórios e lugares, sendo que muitos deles têm contribuído para a construção das suas imagens e para o seu desenvolvimento. Este capítulo aborda ainda o fenómeno dos festivais de música, recorrendo a casos exemplificativos ao nível internacional, cuja associação aos festivais de música nacionais é intrínseca; ao mesmo tempo que se tenta consolidar uma noção de ‘festivais de verão’, cerne desta dissertação.

2.1. Os festivais de música e a sua proliferação

Festum e *feria* são dois termos latinos dos quais deriva a palavra festival. O primeiro surge para designar a alegria do público e a folia associada a eventos festivos, enquanto que o segundo se referia à renúncia do trabalho em honra dos deuses (Falassi, 1987).

Apesar de não existirem características únicas ou comuns a todos os eventos ou festivais e de cada um ser caracterizado pelas suas peculiaridades (Rivero, 2009), percebe-se que a importância da celebração tem acompanhado desde sempre o conceito de festival. Para Getz (2004: 32) os festivais são “uma das formas de celebração cultural mais comuns, e enquanto muitos são tradicionais, com longas histórias”, outros têm sido criados recentemente. Alguns dos elementos preponderantes nos festivais são por exemplo, os desfiles e as procissões, e aqueles que têm maior autonomia e estão mais consolidados são constituídos por muitas outras manifestações de celebração. Nesse sentido, os festivais podem também corresponder a uma forma de celebrar a cultura de determinados lugares (Rivero, 2009). Já Falassi (1987) distinguia dois tipos de festivais: enquanto os primeiros conservam raízes religiosas ou místicas, estando antes de mais historicamente ligados a celebrações religiosas, casamentos, cerimónias públicas ou boas colheitas (Jaeger e Mykletun, 2009), os contemporâneos são em primeira instância, profanos ou seculares (Anderton, 2006). Apesar disso, não pode negligenciar-se a importância actual de festividades religiosas, tendo consciência de que mesmo essas têm implicações seculares (Falassi, 1987). Por sua vez, Anderton (2006) refere-se aos festivais como períodos temporais cuja associação ao lazer e a celebração é muito vincada. Outras manifestações culturais, como as que dizem respeito à arte e ao entretenimento são tema dos mais diversos festivais (Getz, 2004). Esse carácter temático dos festivais está recorrentemente presente nas suas definições. Abreu (2004) salienta que este tipo de eventos se concentra num espaço delimitado e é marcado por um carácter temático. Assim, para Getz (2010:32) um “festival é uma celebração pública⁷ e temática”, no qual o objecto de celebração, ou seja o tema, é frequentemente reconhecido no nome⁸, enquanto que na acepção de Janiskee (1980), os festivais ou eventos traduzem-se em períodos ou programas formais de actividades ligadas ao prazer e ao entretenimento; salienta-se novamente o seu carácter festivo, e entende-se que

⁷ Note-se a redundância do termo, já que actualmente grande parte dos festivais não tem a entrada gratuita e o público ‘desejado’ e ‘privilegiado’ é muito menos vezes a comunidade local.

⁸ Como por exemplo, Festival de Música, Festival Gastronómico, entre outros.

celebram um conceito, acontecimento ou facto. Podem ainda ser identificadas outras características como a duração temporal dos festivais ou a sua função social e cultural. Os festivais têm uma actividade temporária e que é previamente programada (Duffy, 2008), realizam-se normalmente uma vez por ano (Gibson e Connell, 2011), e muitas das suas performances ocorrem na época de férias, proporcionando uma óptima oportunidade de entretenimento (Frey, 2003). Concomitantemente, Abreu (2004:166) define os festivais como “eventos culturais mais ou menos especializados, de duração limitada, em espaços circunscritos e de ocorrência regular.” Esta temporalidade confere aos festivais a capacidade de se criar um tempo e um espaço de celebração, um lugar de convergência fora da rotina diária, de experiências e de significados. Também se tem vindo a afirmar que surgem “comunidades efémeras no espaço e no tempo” (Gibson e Connell, 2011: 5) e novos “espaços de identidade e pertença, implicando a conjugação dos dois” (Mackley-Crump, 2012:32). Esta relação, entre os festivais e a criação de uma identidade, manifestou-se vincadamente na realização de diversos festivais na segunda metade do século XIX, nomeadamente através da noção de estado nação, sentido de lugar e identidade, quer pessoal ou colectivo (quando referentes a um povo); a criação e a recriação de identidades são questões inerentes aos festivais (Cooley, 2005; Duffy, 2008; Quinn, 2009; Mackley-Crump, 2012). Tal constatação pode também explicar em grande medida, porque é que estes eventos têm o apoio das mais diversificadas entidades locais, já que se tem vindo a reconhecer crescentemente a importância de serem criados tais sentidos de identidade (Falassi, 1987; Duffy, 2000). Esta questão será analisada e aplicada ao Festival de Paredes de Coura no último capítulo. Como vimos, à medida que os festivais passam a fazer parte da cena cultural da sociedade, a sua noção altera-se simultaneamente (Jaeger e Mykletun, 2009; Gibson e Connell, 2012). A afirmação de que “o turismo cultural se transformou num lugar cada vez mais dinâmico; a velhos produtos, como os grandes museus estáticos, acrescenta-se um infindável número de recursos e atracções como festivais ou programas de eventos” (Sarmiento, 2007:6) é sintomática da transformação na estrutura dos próprios festivais; a noção e definição do fenómeno e do conceito de festival alteraram-se à medida que esses eventos passam a desempenhar um papel cada vez mais notório no panorama cultural social (Jaeger e Mykletun, 2009). Também Frey (2000) arremata esta questão, focando o contraste entre o *boom* de festivais das últimas décadas e a crise generalizada que tem vindo a afectar outras actividades artísticas e culturais, como as casas de ópera, as orquestras ou os museus. Estas fragilidades, contextualizadas e acentuadas pela crise de 2008 parecem não afectar o

sucesso dos festivais de música⁹ (Leenders, 2010). Concentremo-nos agora nos festivais de música mais concretamente, eventos que têm vindo a beneficiar da democratização do turismo e de acordo com essa perspectiva, a ser amplamente reconhecidos no que concerne à valorização da imagem de determinados destinos. Perceba-se por conseguinte, que um festival de música pode ser a principal ou a única motivação e atracção turística, ou por outro lado, pode representar apenas mais um elemento de todo um quadro de oferta turística de um determinado destino (Silva, Viegas e Caiado, 2011). A este tipo de eventos e à sua explosiva proliferação, com especial visibilidade a partir do século XX, está subjacente a ideia de que correspondem a “momentos de descontração e lazer, onde pressões e responsabilidades do dia-a-dia não estão presentes” e que actuam como uma “estrutura emancipatória” ou como um “recurso experiencial” (Tavares, 2010:1223); surgem também pelas necessidades de socialização, pelo aumento do tempo de lazer e pela transição para uma experiência de consumo (Quinn, 2009). Assim, distinguem-se dois tipos de festivais de música com influências díspares no desenvolvimento dos territórios. Enquanto uns são festivais comunitários, cujo surgimento se deve à dedicação da população local e atraem sobretudo pessoas de lugares muito próximos, outros são mais comerciais, constituídos essencialmente por concertos ao ar livre, organizados por promotores dos grandes centros urbanos (Gibson e Connell, 2012). Também Frey (2003) se refere a um “ciclo de festivais”, no qual se distinguem esses dois tipos. Por outro lado, apesar de se designarem por festivais de música, importa perceber que no contexto actual, bastante orientado para o turismo, a música pode não ser necessariamente a atracção principal (Rivero, 2009; Getz, 2010).

Partindo da análise de outras características que se consideram pertinentes na abordagem aqui adoptada, que não se incluem nas mais genéricas discutidas logo de início, evidenciam-se outras condições sobre as quais se realizam os festivais de música, sobretudo os denominados de festivais de música de verão. Essa denominação pressupõe desde logo o espaço temporal em que esses festivais se realizam, identificando-se a intensificação da actividade com a primavera e prolongando-se até aos meses de outono. Como refere Abreu (2004), o pico de ocorrência acontece no verão, nos meses de Julho e Agosto, revelando a forma como estes eventos, embora em grande parte orientados por objectivos artísticos e culturais, têm vindo a ser influenciados pela adopção de estratégias e políticas locais,

⁹ Acrescente-se a preponderância da preferência por música ao vivo, mais do que por música gravada. Facto indissociável do aumento significativo do custo da actuação das bandas e dos artistas nos festivais de música.

procurando promover actividades lúdico-culturais capazes de atrair e fixar turistas e de projectar no exterior determinada imagem (Frey, 2000; Gibson e Connell, 2012). Por conseguinte, aspectos como as condições espaciais em que se realizam, normalmente ao ar livre, são várias vezes condicionados pelo clima ainda que a época do ano na qual se concentram esteja associada a condições meteorológicas favoráveis. Esta questão é amplamente pertinente porque, se por um lado essas características espaciais e meteorológicas condicionam a interacção do participante com o território, por outro também se altera a experiência no evento¹⁰. Efectivamente, a sua realização em espaço público justifica o carácter ‘menos proibitivo’ associado a este tipo de eventos (Frey, 2000). Esta questão é também discutida na abordagem de Falassi (1987:3) que defende que durante os festivais, as pessoas fazem algo que normalmente não fazem; abstêm-se da normalidade, levando ao limite comportamentos que normalmente são ponderados. De acordo com essa perspectiva, Calado (2004: 24 a 26) sugere o conceito de “contraquotidiano”, associado a esse escape da rotina, que pode manifestar-se pela “procura de paraísos artificiais sensoriais” através do consumo de drogas; no final, espera-se contactar com experiências diferentes, aventura e surpresa numa tentativa de contrariar a rotina, mas também com a socialização, o *status*, o relaxamento (como forma de escape ao stress do dia-a-dia), o enriquecimento intelectual, a intensificação de relações familiares e ao desejo de por vezes, ser recuperado algum comportamento que remeta o participante à fase da adolescência (Croompton, 1979, *apud* Couto e Teixeira, 2011).

Esta análise pode ainda ser complementada por uma breve contextualização de alguns dos festivais de música, ao nível mundial. Os primeiros festivais de música a realizar-se foram os de música jazz e só na década de 60 do século XX estes eventos marcados pela estreita ligação com questões de contracultura influenciaram o surgimento de inúmeros festivais de música contemporâneos, tal como os que temos vindo a consumir (Gibson e Connell, 2012). No entanto, a designação de ‘festival mais antigo da Europa’ tem sido atribuída ao Three Choirs Festival, que data de 1724 e se realiza desde então alternadamente em Gloucester, Hereford e Worcester (Frey, 2003; Gibson e Connell, 2012). Destacam-se outros como, o Byreuther Festspiele (1876) na Alemanha, com uma forte associação a Wagner; o Glyndebourne Festival

¹⁰ A experiência e a interacção com o espaço no festival de Paredes de Coura nas edições de 2012 e 2013 foram muito condicionadas pela variabilidade das condições meteorológicas. No primeiro ano, a chuva assolou o festival durante vários dias e no segundo, as temperaturas elevadas com a ausência permanente de chuva tiveram grande influência nas diversas interacções e experiência. A percepção do espaço também se altera (questão do espaço mutável).

em Inglaterra (festival de ópera); o festival de música e drama austríaco Salzburger Festspiele; ou ainda o americano Spoleto Festival (Frey, 2003). Cummings (2008) frisa a importância de dois festivais de música ingleses precursores dos contemporâneos, nomeadamente o Beaulieu Jazz (1950) em Hampshire e o Isle of Wight (1968). Acrescente-se a estes o enigmático Woodstock, marcado pelo momento em que o rock conquista milhões de seguidores, e a música passa a ser instrumento de contestação, de mudança social e política. Cummings (2008) caracteriza-o como o “ponto de viragem para os festivais de música”, contrastando porém com os *Free-Festivals*¹¹ ingleses. Na Austrália, festivais como o Open Air Love & Peace Festival de 1970 ou o Sunbury, são bons exemplos da influência do Woodstock de 69 e da tentativa de se (re) criar um dos marcos culturais mais importantes do século XX por todo o mundo. Por sua vez, os significados e expectativas associadas às histórias dos festivais de contracultura constituem um importante elemento de se estereotiparem por exemplo, os festivais de música designados ecológicos (*greenfield music festivals*).

Estes festivais circunscrevem a primeira fase dos festivais de música, (Gibson e Connell, 2012) na qual predominavam então os festivais de contracultura.

Com as transformações identificadas nas audiências de música clássica e de jazz que procuravam experiências exteriores, que contrastassem com as tão habituais performances em salas de concertos e óperas, emerge a necessidade de contactar com novas experiências; isso levou a que se alterassem os espaços onde decorriam estes eventos e é certo que, a ascensão dos festivais de música relaciona-se com o usufruto de espaços ao ar livre. É a partir daí que se assiste ao crescimento e proliferação de outro tipo de festivais, que marcaram a segunda fase caracterizada por Gibson e Connell (2012).

Nessa fase, como a descrevem Gibson e Connell (2012), assiste-se ao crescimento dos festivais de cariz mais comercial. Este tipo de festivais surge nos países ocidentais e é em grande medida justificado pelo grande fluxo e mobilidade de consumidores, e simultaneamente caracterizados pela aposta no marketing na indústria musical, e pela emergência de cenas musicais alternativas, como as identificadas no Lollapalooza nos Estados Unidos, no Roskilde na Dinamarca, no Glastonbury e no Reading no Reino Unido, no Big Day Out na Austrália e no PinkPop na Holanda (Cummings, 2008). Os maiores festivais em grandes cidades dominam o

¹¹ Festivais marcados por uma determinada ‘anarquia’ no que diz respeito à sua organização; acessíveis a toda a gente, assentes em valores comunitários e de igualdade, nos quais não se verificava a separação entre os participantes do festival e os artistas (Anderton, 2006).

panorama dos festivais de música comerciais, porém, alguns dos mais importantes como o Glastonbury, permanecem em espaço rural.

Em síntese percebe-se que identificar adequadamente e pormenorizadamente os factores tangíveis e intangíveis que têm maior influência no sucesso dos festivais de música é um processo complexo (Leenders, 2010). Por sua vez, apesar dos eventos e dos festivais de música em particular, se constituírem temáticas alvo frequente de investigações, provenientes das mais variadas áreas de estudo, tem-se reconhecido que as dimensões ambientais, sociais e culturais têm sido grosso modo negligenciadas, o que parece justificar-se pela relação deste tipo de eventos com o turismo, que têm concentrado a atenção dos investigadores.

2.2. Os festivais de música de verão em Portugal

Em 2004, Paula Abreu caracterizava como frágil a esfera musical nacional, no que se referia ao seu conhecimento empírico. A socióloga que se tem dedicado durante os últimos anos, ao estudo da actividade cultural, com destaque para a performance musical, justificava essa denominação pelo reduzido número de análises resultado de estudos indirectos, cujo foco dizia respeito à intervenção do Estado, central e local, no apoio e dinamização da actividade cultural; ideia reforçada pela escassez de dados estatísticos, cuja análise pode ser realizada através dos indicadores do INE, referentes ao espectáculo público e às despesas públicas no domínio da cultura¹² (Abreu, 2004).

Uma década depois, contextualizando os festivais de música na esfera cultural nacional e atendendo ao facto de que durante os últimos anos o número deste tipo de eventos e a sua proliferação ao nível nacional têm-se afirmado indiscutivelmente, percebe-se que ainda não lhes foi atribuída uma importância consistente e merecida, e por isso, a descrição de Abreu (2004) continua a ajustar-se. Caracterizar o cenário dos festivais de música em Portugal é nesse sentido um processo frágil e complexo; exceptuando a possibilidade de análise dos dados e material produzido pelas fontes mencionadas por Abreu e alguns estudos levados a cabo por outros investigadores, grande parte procedentes da sociologia. Esse ponto de situação, leva a querer

¹² Análise efectuada no capítulo seguinte, na relação entre os festivais de música e o turismo.

que apesar de se ter vindo a reconhecer gradualmente que a realização dos festivais de música tem impactes aos mais variados níveis, o papel de alguns dos *stakeholders*, bem como o estudo preliminar da relação entre a realização deste tipo de eventos e o território, nas suas mais diversas manifestações, é ainda muito ténue.

De facto, este subcapítulo não pretende estabelecer uma análise abrangente ou profunda sobre todos os festivais de música realizados em Portugal, nem de todos os que se realizam na época estival, mas antes em tentar demonstrar, através de alguns casos exemplificativos a diversidade de festivais de música de verão nacionais, cujas implicações territoriais e sociais estão inerentemente ligadas à imagem de determinados territórios, à diversidade de actividades e públicos, e também ao surgimento de iniciativas privadas que têm trazido para o debate público e cultural o interesse da realização deste tipo de eventos.

Se aquando do surgimento do festival de Vilar de Mouros na década de 60, os festivais de música nacionais realizados nos meses de verão, tinham um carácter etnográfico e popular e a sua musicalidade se traduzia em concertos e actuações folclóricas, à semelhança do que se verifica na Europa e no mundo sobretudo desde 1980, esses eventos foram alvo de diversas transformações, que se destacaram ao nível musical mas também no que diz respeito à sua estrutura, organização e impactes. De acordo com Gibson e Connell (2012) desde então realizaram-se diversos festivais de música em pequenas cidades, sem especial motivo de celebração ou ligação histórico-cultural. Surgiram antes, por questões referentes ao entretenimento e porque muitas entidades locais quiseram enriquecer a vida cultural da população; enquanto outros parecem ter surgido como forma de promoção de géneros musicais específicos. Esta ideia é reforçada pelo facto de muitos deles se terem realizado apenas uma vez ou só durante alguns anos, o que parece justificar-se pela sua dependência do entusiasmo das organizações e comunidades locais, mas também por outros factores, como por exemplo os de ordem económica. Em Portugal, os que sobreviveram, consolidaram-se e afirmaram-se, e actualmente atingiram uma dimensão nacional e alguns até internacional. Não deixa de ser verdade que algumas dessas transformações foram influenciadas pelas diversas mudanças sociais que têm vindo a ser discutidas, mas devem-se ainda à dependência acentuada do apoio de grandes marcas, que têm um papel representativo cada vez maior, levando a que várias vezes os festivais de música de verão alterem as suas configurações. Afinal, não é apenas o grau de envolvimento da comunidade local que confere aos festivais a sua identidade e delimita a sua estrutura.

Analise-se em primeiro lugar o festival cujo surgimento e realização marcou o desenvolvimento dos festivais de verão em Portugal. O Festival de Vilar de Mouros surge em 1965 e constituiu uma espécie de viragem cultural, especialmente quando consideramos o regime ditatorial instalado em Portugal (Sarmiento, 2007). Nesse ano, o festival folclórico complementou uma romaria religiosa, a Festa de Nossa Senhora da Peneda (Zamith, 2003). Terá sido apenas em 1968 que o festival se afirma pela sua diversidade e pelo seu carácter mais eclético, realizando-se durante nove dias e concentrando-se não apenas na música e em actuações pouco apreciadas pelo regime ditatorial, como a de Zeca Afonso, mas também em exposições artesanais e na promoção da gastronomia regional (Zamith, 2003). Se nas edições anteriores o festival tinha um âmbito regional, no que diz respeito à promoção de diversos elementos, mas também pela actuação de bandas quase exclusivamente do Alto Minho, desde 68 que se destaca uma dimensão turística, exemplificada pelo texto intitulado “Abrindo as portas do turismo” presente no programa do evento:

“Também a Vilar de Mouros chegou uma nova dimensão de Turismo - que tanto para dar e mostrar ao estrangeiro ávido e ao português, que continua a teimar em não abrir os olhos para a sua terra.”

Excerto do Programa do IV Festival de Vilar de Mouros
(Zamith, 2003:35)

O festival de Vilar de Mouros regressa em 1971 e tal como em 68, distinguia-se a intenção de projectar turisticamente Vilar de Mouros, através das suas características paisagísticas. Essa intenção, detida sobretudo por António Barge figura central da criação e organização do festival, manifestava-se de diversas formas como por exemplo através de fotografias e imagens de paisagens de Vilar de Mouros presentes nos programas e cartazes do evento. Nessa edição incluíram-se dois dias (um fim de semana) dedicados ao público mais jovem com a actuação de grandes bandas internacionais de música pop¹³ e também a isso se deve a imagem associada ao Woodstock que lhe valeu o título de ‘Woodstock português’; imagem que se perpetuou até aos dias de hoje, apesar da actual inactividade do evento. Note-se que esta imagem, bem como outras associadas a determinados festivais em particular, vão influenciar a experiência de quem participa. Anos mais tarde, o festival só volta a realizar-se em

¹³ Destaque para as actuações de Elton John, Manfred Mann, Pop Five Incorporated e Psico.

Julho de 1982 impulsionado sobretudo pela autarquia, marcado pelo período pós-25 de Abril¹⁴ e pelo predomínio da música rock e jazz, com destaque para a actuação de U2, Echo & The Bunnymen e The Stranglers. Apesar de todas as interrupções, em Julho de 2012 realizou-se um picnic no recinto do festival para recordar e celebrar os seus 30 anos, que partiu da iniciativa 'Remember Vilar de Mouros 82' criada por um grupo de apreciadores do festival. Num cenário de concorrência ao nível nacional e também internacional, sobretudo no contexto europeu, foi a partir de 1996 que o evento passa a ser organizado por promotoras e portanto, patrocinado por grandes marcas, adoptando orientações evidentemente comerciais e turísticas. A dada altura, a dependência da contratação de grandes nomes artísticos, acentuada pela inevitável concorrência dos festivais realizados em centros urbanos, compromete em grande medida a realização do festival. Em 2006, o declínio do festival era mais que evidente e foi precisamente nesse ano que se realizou o último Festival de Vilar de Mouros, regressando apenas em 2011 sob a designação de Energie Vilar de Mouros, centrado na música electrónica. O seu ressurgimento está agendado para 2014, cuja organização será levada a cabo pela AMA- Associação de Amigos do Autismo, associação sem fins lucrativos. Destacam-se outros festivais de verão pelo seu longo percurso e consolidação, como é o caso do Festival Maré de Agosto em Santa Maria nos Açores (1984); a Festa do Avante (1976) que apesar da sua evidente ligação política se inclui na categoria dos festivais em causa; o Festival de Paredes de Coura; o Super Bock Super Rock (1995); o Sudoeste (1997); o Barroselas Metalfest (1998); ou o FMM Sines (1999). No que se refere ao Super Bock Super Rock e ao Sudoeste a título de exemplo, festivais cujas características geográficas os distinguem (associam-se a contextos geográficos contrastantes, urbano e rural, respectivamente), identificam-se outras que os aproximam no contexto de uma análise mais genérica. O número de participantes é ilustrativo da sua importância regional, nacional e até internacional: enquanto que o festival do Meco atraiu cerca de 85 mil pessoas em 2013 (<http://imagensdemarca.sapo.pt/>), o que tem lugar na Zambujeira do Mar, apesar do decréscimo em cerca de 20 mil pessoas desde 2011, contou com a presença de cerca de 154 mil pessoas, na edição de 2013 (<http://musica.sapo.pt>). Percebe-se que à medida que estes festivais são mais bem-sucedidos, implicando a deslocação e permanência de milhares de pessoas nos espaços onde esses se realizam, tem emergido, sobretudo nos últimos anos, uma

¹⁴ Adopção de comportamentos associados à liberdade expressiva e preocupação ambiental, como o nudismo e a defesa da legalização das drogas leves; proibição do uso de champô (Zamith, 2003).

determinada consciência ambiental através da qual muitos dos festivais têm tentado introduzir práticas que visam a sustentabilidade da realização das diversas actividades que os compõem. Enquanto uns têm dado os primeiros passos relativamente à adopção deste tipo de comportamentos, destaca-se em especial um festival nacional, moldado por princípios sustentáveis desde o seu surgimento. O Boom Festival assinala em 2014 uma década de existência e tem um carácter bienal, contrariando nesse sentido a tendência geral dos festivais de música de verão portugueses. A primeira edição realizou-se em Setúbal, na Herdade da Azambuja em 1997, decorrendo posteriormente na Herdade do Torrão em Idanha-a-Nova durante a lua-cheia de Agosto, lugar onde se tem realizado até então. São vários os aspectos que distinguem o Boom Festival do cenário genérico dos festivais de verão em Portugal. Centrado no trance psicadélico, o festival é *logofree*, o que pressupõe a independência total do sistema comercial, rejeitando muitos dos patrocínios e apoios, sendo por isso quase totalmente suportado pela venda dos bilhetes¹⁵. Essa independência comercial proporciona a que no espaço do festival se estabeleça uma harmonia mais natural com a paisagem envolvente, marcada pela ausência de logótipos e publicidade, paisagem visual com a qual nos temos vindo a familiarizar neste tipo de festivais. Paralelamente ao género musical e à preponderância e importância da dança, existe outro tipo de peculiaridades capazes de atrair o número admirável de participantes e visitantes de todo o mundo a cada dois anos. Tais peculiaridades assentam sobretudo nos seus princípios sustentáveis, que se têm vindo a consolidar e a equilibrar grosso modo, pela realização de diversos projectos ambientais, sensivelmente desde 2004 (Garcia e Nunes, 2009), mas também à diversidade da programação e actividades. Nesse contexto foi criado em 2002 o Liminal Village, um centro cultural onde se desenvolvem actividades ligadas ao hedonismo e ao conhecimento, como conferências, apresentações, tertúlias e painéis de discussão sobre os mais variados temas (Boom Team, 2013); acresce ainda outro tipo de actividades, como por exemplo, as performances itinerantes, as instalações performativas e teatrais e actividades holísticas, espirituais e de bem-estar, como o yoga e o tai-chi.

No que diz respeito às práticas sustentáveis particularmente, são exemplos o tratamento das águas do festival; a utilização de energias solar e eólica; a reciclagem de acordo com os princípios da permacultura; o uso de sanitários compostáveis; e a bioconstrução (Garcia e Nunes, 2009; Boom Team, 2013). De facto, em 2008 foi criada uma campanha de

¹⁵ O que em parte, parece justificar os 140 euros (referente a 2014), valor do bilhete do festival.

envolvimento com a comunidade intitulada 'O seu óleo é música' que propunha a recolha de óleo vegetal, com a finalidade de se alimentarem os geradores do festival¹⁶. As mais diversificadas práticas sustentáveis, que conferem ao Boom distinção ao nível nacional e que justificam o seu destaque neste subcapítulo, representam simultaneamente uma das principais motivações pelas quais alguns dos participantes viajam milhares de quilómetros, já foram diversas vezes reconhecidas ao nível internacional e são recorrentemente apontadas como principal motivação pelos participantes. Em 2008, 2010 e 2012, foi-lhe atribuído o prémio Outstanding Greener Festival Award e também em 2012 conquistou o título de Green'n'Clean Festival of the Year. Apesar deste reconhecimento predominantemente internacional, salienta-se por outro lado, a importância dos media que dão grande cobertura a este tipo de eventos culturais e que influenciam, em primeira instância as suas imagens. No que diz respeito ao festival em análise, têm-se formado e consolidado imagens bastante depreciativas, muito associadas ao consumo de drogas e à criminalidade. Não obstante, o estudo levado a cabo por Garcia e Nunes (2009:65) conclui que os aspectos negativos associados ao festival são "pouco relevantes e procedem, sobretudo, dos que menos conhecem o Boom". O mesmo se aplica a outros festivais.

O contacto com outras perspectivas sobre o festival efectiva-se por exemplo na visualização do documentário *The Alchemy of Spirit*, que se realizou pela recolha de imagens, momentos e opiniões de participantes, organizadores e artistas, na edição de 2012. O festival retratado nesse documentário é grosso modo, delineado pelo seu conceito central, 'We are one', mas também pela sua afirmação como "lugar de encontro internacional" onde se recria uma realidade (desejada) e adoptam "modos experimentais de vida", no qual predominam o amor, a liberdade e a sustentabilidade e se criam antes de mais, as tais comunidades efémeras no tempo e no espaço, que tanto preenchem e dinamizam os festivais. À semelhança do Boom, desde 2005 que se realiza o Freedom Festival: festival bienal de trance, que decorre na Herdade da Chaminé em Elvas cujo calendário já coincidiu com o festival courense, reafirmando a quase inevitabilidade de dois ou mais festivais se realizarem temporalmente em simultâneo. Destacam-se por último pela sua singularidade outros festivais de música de verão, como por exemplo, o Entremuralhas em Leiria, festival gótico que se realiza desde 2010, organizado por uma associação sem fins lucrativos, ou o NeoPop, evento de música electrónica que ocorre

¹⁶ Uso de 45 mil litros de óleo vegetal, que implicou a redução da emissão de CO2 em 117 mil quilos (Garcia e Nunes, 2009).

anualmente em Viana do Castelo. Em contrapartida, apesar de alguns dos festivais mencionados serem bons exemplos de alguma resistência comercial e publicitária, resultado do esforço de organizações que tentam não depender excessivamente de grandes *sponsorings*, tentando afirmar-se pelas suas singularidades, persistem algumas incertezas relativamente ao envolvimento das comunidades dos territórios onde se realizam e também relativamente à forma como se manifesta e materializa a relação com o território.

De um modo geral, apesar de se verificar que a maioria dos festivais de música de verão tem seguido uma orientação turística e portanto, mais comercial e ligada ao consumo ainda que não desde a sua origem, não pode afirmar-se que todos eles não dependam do esforço das comunidades locais ou de entidades com menor poder económico, social e cultural. É evidente, que ainda na última década se tem vindo constatar o aumento do surgimento de festivais de música em espaço rural, cuja ligação com o território é muito significativa, assinalados pelo contributo para o seu desenvolvimento e criação de sentidos de identidade e pertença. Poderão talvez, apesar do seu carisma predominantemente comercial e finalidades ligadas ao turismo, designar-se de festivais comunitários. São exemplos, o Festival Ilha dos Sons em Mértola, o Mêda + na Guarda, o recente Norfest em Mondim de Basto ou o Roxo Summer Fest em Aljustrel.

Em oposição a estes existem outros, cuja dimensão se tem afirmado nas últimas décadas, que se localizam em contextos geográficos marcadamente urbanos, nomeadamente Lisboa e Porto, onde se concentra maior parte da actividade cultural e respectivo investimento. Os festivais de música de âmbito comercial, não parecem constituir a principal motivação turística do destino, mas antes um elemento que complementa o quadro genérico da oferta turística desses destinos. São também esses que têm as organizações especializadas, centradas nas conhecidas promotoras e ainda os que aceitam e dependem dos apoios de grandes marcas (alguns deles foram mesmo criados por essas marcas). Salientam-se os já conhecidos Optimus Alive, Super Bock Super Rock e o Marés Vivas em Vila Nova de Gaia. Ainda, o Rock in Rio e o Optimus Primavera Sound, ambos festivais internacionais, que se têm vindo a realizar também em território nacional.

Resta por fim, referir que se por um lado se verifica a necessidade de compreender de que forma é que este tipo de eventos se materializa territorialmente, até na sua relação com o turismo, por outro é preciso repensar e reestruturar a noção de festivais de música de verão, integrando nessa a grande variedade de festivais de música. Ainda assim, apesar de se confirmar a escassez de dados e de estudos, que não se debrucem apenas na vertente

económica deste tipo de eventos ou na importância dos patrocínios e da organização e gestão, o surgimento do Talkfest - Fórum sobre o futuro dos festivais de música em Portugal em 2012, e também do evento Portugal Festival Awards, no ano seguinte, têm trazido para o debate público e cultural, a importância acrescida deste tipo de eventos, ao mesmo tempo que os expõem e promovem.

3. O Turismo em Espaço Rural

À medida que se tem reconhecido a importância do turismo para o desenvolvimento dos territórios, tem-se acentuado também a dicotomia entre aquele que se tem designado por turismo em espaço rural e outro tipo de turismo, que se desenvolve em territórios com características manifestamente urbanas. Este capítulo não pretende distingui-los, mas antes perceber que muitas das actividades que se desenvolvem em territórios rurais têm sido analisadas e caracterizadas em contraposição às identificadas no espaço urbano. A variedade de definições de turismo em espaço rural ou de turismo rural refere-se ao aumento do reconhecimento de que territórios rurais, ou urbanos têm características diferentes e por fim, impactes distintos. Assim, este capítulo tenta perceber qual a importância do turismo para o desenvolvimento de determinados territórios rurais e também analisar a relação existente entre os festivais de música e este tipo de turismo, reflectindo sobre a importância da realização deste tipo de eventos.

Juridicamente em Portugal, o turismo no espaço rural “consiste no conjunto de actividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais” (Ministério da Economia, 2002¹⁷). Porém, quando o conceito de turismo em espaço rural ou o de turismo rural se define apenas na sua relação com um tipo específico de alojamento, está ao mesmo tempo a negligenciar-se o papel e a importância de outro tipo de alojamento e de muitos outros aspectos (Kastenholz, 2002). Isso acontece ao nível nacional por exemplo, quando se considera o turismo em espaço rural um subproduto turístico e posteriormente se cria legislação específica, programas de financiamento e esse estatuto integra as estatísticas; isso verificar-se-á mais concretamente no capítulo seguinte, quando analisados alguns dados disponíveis sobre o turismo em Paredes de Coura.

De acordo com o quadro das novas orientações da política comunitária para o desenvolvimento rural, foram criados e implementados na década de 90 um conjunto de medidas, enquadramentos legislativos e instrumentos financeiros que visavam apoiar a

¹⁷ Consultar os Decretos-Lei n.º39/2008 e n.º228/2009 que estabelecem o regime jurídico relativo à instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, nos quais se incluem os do espaço rural.

diversificação de actividades nos territórios rurais e promover o desenvolvimento de actividades turísticas nesses territórios (DGADR, 2008). Mas em 1978, o TER (Turismo em Espaço Rural) já tinha sido lançado experimentalmente em Portugal sob a forma de turismo de habitação em quatro áreas piloto- Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa, sendo posteriormente alargado ao restante território nacional.

Antes de mais, importa perceber que caracterizar e analisar o turismo em espaço rural em Portugal e noutras partes do mundo deve considerar outros aspectos que complementem a importância atribuída ao alojamento e às suas condições, tais como a importância das imagens e das expectativas projectadas sobre estes lugares, como por exemplo, a proximidade à natureza; a ausência de multidões; a calma e um ambiente não mecanizado; o contacto mais próximo com as pessoas; e no caso de pequenas comunidades, a apreensão de parte da sua identidade (Kastenholz, 2002). Estas são apenas algumas das características que têm sido recorrentemente associadas ao turismo em espaço rural; e por isso, aos diversos lugares que integram o espaço rural, alvo crescente 'turistificação'.

3.1. O turismo e o desenvolvimento dos territórios

O espaço rural tem sido alvo de diversas transformações. Essas transformações referem-se não apenas à sua estrutura social e económica, com grandes repercussões sociais e paisagísticas mas também àquelas que dependem grosso modo, do aumento e do interesse progressivo pelos espaços rurais enquanto espaços de consumo.

O interesse pela recreação no campo surge no séc. XIX como forma de compensar uma determinada saturação das cidades industrializadas, caracterizada em grande medida pelo stress. Num primeiro momento, salienta-se o acesso generalizado do automóvel, aumentando progressivamente a possibilidade de deslocação e simultaneamente o número de visitantes e turistas do turismo em espaço rural. Mais tarde, o turismo em espaço rural dos anos 70, 80 e 90 passa a estar intimamente ligado ao aumento do tempo para o lazer e às transformações no rendimento disponível (OCDE, 1994; Mesquita, 2009). Actualmente, este tipo de turismo tem

também favorecido do aumento impressionante e da diversificação da oferta dos voos denominados *low cost*.

Com efeito, as fragilidades identificadas no espaço rural têm sido muitas vezes associadas ao turismo já que as estratégias de desenvolvimento destes territórios o identificam como um dos sectores fundamentais para o seu desenvolvimento. Apesar disso, importa perceber que não se devem considerar única e exclusivamente os impactes positivos que advêm do turismo. Essa dimensão favorável tem sido recorrentemente ilustrada por aspectos como o crescimento das economias locais através da criação de novos empregos; o aumento da produção; a criação de outras fontes de rendimento; ou a preocupação com a preservação e valorização de elementos relacionados com a memória e a herança cultural (Simões, 1993; Reis, 2012).

A OCDE (1994) refere-se a esses impactes, na sua associação a 17 aspectos e áreas distintas: manutenção de emprego; criação de emprego; diversidade de emprego; pluriactividade; manutenção dos serviços; apoios de desenvolvimento rural; silvicultura; conservação da paisagem; manutenção de pequenos estabelecimentos; ofícios rurais e artísticos; oferta cultural; conservação da natureza; ambiente histórico construído; precauções e consciencialização ambientais; pequenas comunidades de pesca; papel da mulher; e por fim, novas ideias e iniciativas.

Vários autores têm-se dedicado ao estudo das transformações dos territórios rurais e de facto, tem-se assistido à transição dos espaços rurais de lugares de produção a lugares de consumo. De espaço produtor de alimentos e de reserva de mão-de-obra, para espaço gradualmente multifuncional onde se combinam as produções agrícolas e florestais com as produções agrícola e florestal com outro tipo de actividades e funções, nas quais se inclui o desenvolvimento de actividades associadas ao turismo, ao recreio e ao lazer (Figueiredo, 2012). O reconhecimento de que a principal função do espaço rural não tem que passar necessariamente pela produção de alimentos e de que a agricultura seja a actividade predominante já se consolidou (OCDE, 1994).

Ainda assim, o turismo não pode nem deve ser interpretado como a única ou a mais importante ferramenta de desenvolvimento das áreas rurais. Nessa perspectiva, deverá antes ser considerada uma actividade complementar, com capacidade de melhorar a diversidade e a sustentabilidade da base de muitas economias locais, sobretudo num período de claro declínio

da agricultura, como o que temos vindo a acompanhar nas últimas décadas (Page e Getz, 1997; Kastenholz, 2002).

Isso significa que o turismo enquanto actividade económica com potencial para proporcionar maior valor acrescentado a territórios com património natural e sociocultural, pode simultaneamente colocá-los em perigo acentuando as suas fragilidades e portanto não se deve considerar apenas a perspectiva económica (Luís, 2001/02). Como se analisou no primeiro capítulo através da clarificação dos conceitos de ‘turistificação’ e de capacidade de carga, podem emergir diversos problemas com o desenvolvimento de actividades turísticas.

Não obstante, o desenvolvimento das diversas actividades turísticas nestes territórios depende de diversos factores de ordem social e psicológica, que por sua vez caracterizam as motivações dos turistas. A essa ideia está subjacente a necessidade real ou imaginada de se quebrar a rotina, escapando da vida quotidiana procurando contactar e experienciar com algo que não existe no local de residência ou de trabalho e o distanciamento de pressões quotidianas do ambiente citadino em busca de descanso, relaxamento, tranquilidade e contacto com a natureza num ambiente rural (Silva, 2007). Apesar destes serem apenas alguns exemplos, são suficientes para que se consiga perceber a ideia de que muitas vezes a caracterização do espaço rural e das actividades que nele se desenvolvem, nas quais se incluem as turísticas, se consolida em contraposição ao espaço urbano. O espaço rural é portanto, um espaço de consumo e de contemplação (Mesquita, 2009). Alvo do olhar dos urbanos, a ruralidade tem sido constantemente reinventada, instituindo-se o facto de que estes territórios são objecto de apreciação estética (Ploeg, 1997; Figueiredo, 2009) e a perspectiva de que o campo e as aldeias se constituem de amenidades¹⁸. É certo que a valorização e a preservação dessas amenidades rurais, se referem a uma “fonte de atracção da população urbana para o campo, podendo da mesma forma ser encarado como um caminho, dentre as várias possibilidades, de permanência da população rural (Azevedo, 2010:1).

Nesse sentido, a reinvenção do espaço rural percepção-se na análise do olhar dos urbanos: existe uma determinada “hegemonia em termos de representações sociais do campo como lugar de recreio e lazer” (Figueiredo, 2009:2). Esta ideia remete-nos para a importância do imaginário urbano que define estes territórios e proporciona a formação de determinadas

¹⁸ Também Page e Getz (1997) salientam a importância das amenidades identificadas no espaço rural, já que muitas vezes, as pessoas se deslocam para os territórios por causa disso. Para aqueles que se mudam permanentemente para o espaço rural essas amenidades não devem ser alvo de grandes transformações por via do turismo.

imagens. Acontece que a oferta turística tem reafirmado a construção dessas imagens e satisfeito simultaneamente os desejos de quem procura esses lugares (Figueiredo, 2009). É aqui que se coloca em causa a autenticidade e a genuinidade de tais lugares e daquilo que os constitui. Assim, os turistas detêm aquilo que alguns autores designam de ideias-tipo sobre a ruralidade; ao mesmo tempo eles esperam contactar e experienciar paisagens grandiosas e abertas; com paisagens bucólicas, nas quais se mistura elementos agrícolas com outros naturais; sensação de paz e tranquilidade; contacto com gastronomia típica, feiras e festivais tradicionais, por exemplo (Silva, 2007; Figueiredo, 2009).

Em síntese, a reinvenção do espaço rural tem-se estabelecido em contraposição a características mais negativas, com as quais o turista contacta no espaço urbano todos os dias. A obsessão com a necessidade de dar resposta às expectativas do visitante e do turista tem acentuado o confronto entre as perspectivas dos primeiros e a população residente dos lugares em causa. Por conseguinte, não deixa de ser contraditório que as expectativas de romper com a rotina urbana sejam depositadas em toda uma experiência vivida no espaço rural; tal experiência construída através de uma série de reinvenções, tem na realidade conferido ao espaço rural características semelhantes às dos lugares dos quais se pretendem distanciar.

Apesar disso, enquanto que por um lado se verifica a 'desruralização' destes espaços (Figueiredo, 2009), autores como Ploeg (1997) defendem que futuramente iremos assistir à sua 'reruralização', onde o rural vai reemergir enquanto elemento imprescindível da civilização, sendo que essa transformação não se refere apenas ao turismo. O turismo em espaço rural associa-se por fim, a grandes expectativas: de um lado, expectativas exteriores sustentadas pelo visitante e pelo turista, e de outro lado, sustentadas pelo poder local e pela população residente em geral, que vê no turismo uma oportunidade de se superarem os mais diversos problemas locais.

3.2. Os festivais de música e o turismo

“Numa das muitas recentes transformações do turismo, a música - nos seus diversos géneros e manifestações - tornou-se rapidamente numa nova lógica ou motivação para viajar, e portanto, também um mercado para turistas numa rápida indústria em expansão” (Gibson e Connell, 2005:1).

O turismo tem-se transformado num fenómeno bastante regular e portanto a variedade de motivações para viajar também se tem diversificado. Na verdade, à medida que o olhar do urbano vai adquirindo maior importância, é também nele que se centram as atenções quando emergem crescentemente diferentes nichos na indústria turística.

Se durante as últimas décadas tem surgido um número impressionante de eventos e de festivais nos quais se incluem os de música, inicialmente fruto da noção de que seria uma boa oportunidade para comunidade local partilhar parte da sua cultura (Rivero, 2009), actualmente esse número é reflexo do reconhecimento da sua importância para o desenvolvimento de territórios, já que para além de atraírem pessoas aos lugares onde se realizam, fazem-nas permanecer durante mais tempo. Isso significa que quanto maior a duração do festival mais tempo permanecerá quem nele participa.

Assim, à medida que o estudo e a compreensão do turismo se complexificam, percebe-se que o turismo de nichos adopta uma estratégia mais focada e complexa. Nesse sentido, surge um tipo de turismo designado por alguns autores de *music tourism*¹⁹, que se integra no tão abrangente turismo cultural. Este conceito tem sido sustentado pela relevância que a música e os festivais de música têm no turismo, salientando que a escolha de determinados destinos para viajar têm na música a principal motivação ou uma das mais preponderantes (Gibson e Connell, 2003). Acontece que a emergência do turismo relacionado com a música deve-se também à importância que a cultura tem vindo a adquirir na construção e recriação do turismo (Gibson e Connell, 2003). A caracterização deste tipo de turismo como nicho é claramente compreendida na comparação com outro tipo de nichos, como é por exemplo o caso do turismo literário ou ainda o cinematográfico. Em cada um deles, a sua especificidade ou particularidade seja a música, a literatura ou o cinema pode constituir a principal motivação da viagem.

¹⁹ Esta designação é frequentemente utilizada nos estudos levados a cabo por Chris Gibson e John Connell. Estes autores têm-se dedicado à análise do papel da música e dos festivais de música no turismo, especialmente na Austrália, associando-os muitas vezes à ruralidade e ao sentido de identidade.

Em *Music and Tourism: On the road again*, de Gibson e Connell (2003), o surgimento deste tipo de turismo na Europa é claramente identificado desde o século XIX. Enquanto a indústria turística se ia transformando (sobretudo a partir do Grand Tour), fazendo paralelamente face ao crescente número de turistas nas maiores cidades europeias, iam surgindo os espectáculos como os teatros, ballets e vários géneros de concertos. Assim, a música sempre fez parte, ainda que em escalas diversificadas, das experiências relacionadas com as viagens. Desde pequenos espectáculos musicais à integração da música em algumas actividades de lazer, actualmente a proliferação de festivais de música tem-se alargado mundialmente e tem contribuído em grande medida para a valorização e desenvolvimento de alguns territórios. Esses festivais de música desempenham um papel muito importante na formação e na criação das imagens dos lugares onde os mesmos se realizam (Cary, 2012), como será discutido adiante no último capítulo.

Salienta-se ainda neste contexto que apesar de se identificar na música a principal ou uma das principais motivações para as pessoas viajarem para determinados lugares ou participarem nos festivais de música, a diversidade de actividades que hoje constituem estes eventos, bem como o seu propósito cada vez mais comercial, alargam essa perspectiva. Por outro lado, a forte ligação dos festivais de música e os lugares e territórios onde decorrem, com especial destaque para a sua realização ao ar livre, juntamente com a noção de que a música tem a capacidade de transmitir sensações de refúgio e relaxamento, adquirem grande relevância na abordagem aqui adoptada.

Concomitantemente, ressalta-se a importância do olhar²⁰ (*gaze*) e do turismo enquanto experiência sensorial ampla. Focando os festivais de música em espaço rural, objecto de estudo, a sua realização tem como principal objectivo atrair turistas, na expectativa de que os diversos tipos de consumo e comportamentos contribuam significativamente para a economia local²¹ (Martin, *et al.*, 2005). A importância do olhar do participante do festival remete-nos para o facto de os festivais serem capazes de reproduzir os lugares e privilegiar o seu consumo, com a constatação de que o espaço é transformado para que os turistas se identifiquem, enquanto a comunidade local se sente grosso modo deslocada (Quinn, 2009).

²⁰ Foi referida a importância do olhar anteriormente, sobretudo na referência à abordagem de Figueiredo (2009).

²¹ Apesar de esta ideia ser recorrentemente referida, iremos perceber que o principal objectivo da realização de festivais de música nem sempre tem que ver com o desenvolvimento dos territórios, o que se justifica pelo carácter privado e comercial destes eventos.

Por outro lado, destaca-se a importância dos outros sentidos que vão para além do olhar. Partindo do geral para o particular, a afirmação de que a relação do sujeito com o espaço é uma experiência sensorial ampla permite que aferir que o turismo (o turismo em espaço rural em particular) depende de outras sensações consideradas mais imateriais, como os cheiros²², os sons²³ ou o tacto. No caso dos festivais de música num contexto rural, não deixa de ser curioso que apesar da musicalidade os visitantes procurem o silêncio (escutar o silêncio) numa naturalidade associada à paisagem; acresce ainda a importância de outro tipo de sons: o som dos pássaros, o som do vento, o som dos cursos de água, entre outros exemplos, recorrentemente associados à imagem do espaço rural. Para Rodaway (1994) os sons preenchem os espaços e os lugares e quando estes se propagam ou produzem, atribui-se carácter e significado a lugares particulares, como é o caso das '*soundscape*'.

De um modo geral, apesar das apreciações sensoriais acerca do espaço e da paisagem serem subjectivas, pois variam de acordo com o observador e de quem experiencia o que o rodeia, algumas delas estão associadas a determinados espaços e imagens. A título de exemplo, a ausência do ruído provocado pelo trânsito caótico do espaço urbano tem constituído uma espécie de requisito na escolha de destinos rurais, reafirmando mais uma vez a ideia de que as imagens associadas à ruralidade contrastam ainda que muitas vezes imaginariamente, com as do urbano.

A propósito da ligação dos festivais de música com o território, é certo que em alguns contextos os festivais têm sido usados deliberadamente não apenas na promoção de determinados lugares, mas também têm contribuído para a alteração das suas imagens (Gibson e Connell, 2009). Essa ligação é várias vezes muito próxima como acontece por exemplo em Bayreuth com a ópera de Wagner, contrariamente ao que ocorre em Guimarães, com o Guimarães Jazz e no contexto dos festivais de música de verão, com Rock in Rio ou com o Optimus Primavera Sound. Apesar do primeiro ter demarcado a sociedade, os últimos têm propósitos meramente recreativos e de entretenimento colocando-se em causa mais uma vez, questões ligadas à identidade e à autenticidade.

²² Associa-se ao conceito de *smellscape* (Simões, 2013). Rodaway (1994:61) refere-se a este tipo de geografia sensorial como "Geography of the nose", reflectindo por exemplo sobre a importância do olfacto na evocação de memórias de lugares específicos.

²³ Tem que ver com o conceito de *soundscape* (Simões, 2013). Já em 1977, Schafer (*apud* Rodaway, 1994) mencionava a importância da "paysage sonore" e a definia como "qualquer parte do ambiente sonoro considerada área de estudo. O termo pode referir-se aos ambientes naturais, ou a construções abstractas como uma composição musical ou uma cassette montada" (Schafer, 1977, *apud* Rodaway, 1994:86).

Identifica-se uma grande diversidade de motivos pelos quais se tem vindo a dar uma atenção mais pormenorizada à organização de festivais. Alguns deles podem incluir a promoção ou a preservação da cultura e da história locais, a oportunidade de desenvolvimento de actividades ligadas ao lazer e ao recreio, entre outros (Martin, *et al.*, 2005). Eventos como festivais de música têm igualmente potencial para criar impactes diversificados nas comunidades pertencentes aos lugares onde os mesmos se realizam. Disso são exemplo, a criação de emprego (ainda que sazonal na maior parte das vezes), o turismo subsequente e o aumento das receitas da economia local, entre outros (Etiosa, 2012).

Também Anderton (2006) reforça esta noção, referindo que os festivais de música têm sido conceptualizados como uma parte essencial da indústria do turismo e do lazer. O autor considera que os festivais têm adquirido uma importância acrescida atendendo ao papel que os mesmos representam nas economias locais, regionais e até nacionais e são por isso, apoiados por entidades governamentais, como as autarquias locais por exemplo. Crescentemente, as entidades governamentais nacionais e locais têm lucrado com os festivais para celebrar eventos ou aniversários históricos; para apoiar projectos de regeneração comunitária e aumentar o orgulho cívico; para inspirar e revitalizar o cenário das artes locais; para aumentar o número de turistas em lugares específicos; e para estimular o crescimento económico local e regional (Bowdin, 2001, *apud* Anderton, 2006).

Importa ainda referir que vários autores apontam comumente uma lacuna aos estudos que têm sido realizados sobre os verdadeiros impactes dos festivais, incluindo os de música. Confirma-se então o consenso de que o escrutínio sobre o tema é excessivamente de cariz económico, descurando-se de outro tipo de impactes, como por exemplo, os ambientais e aqueles que afectam directamente as comunidades locais. A recorrência tipo de estudos, de carácter predominantemente económico, deve-se em parte à necessidade das entidades governamentais justificarem e sustentarem o apoio dado à realização deste tipo de eventos (Anderton, 2006; Quinn, 2009). A realização de estudos que avaliem a rentabilidade dos festivais de música é ainda insuficiente. Essa lacuna deve-se em parte à não divulgação e partilha de dados relativos a este tipo de eventos, levando a que os primeiros se foquem consistentemente nos impactes económicos, com base nos gastos e consumos dos visitantes (Gibson e Connell, 2012). Este tipo de problema ocorre também em Portugal, já que uma parte significativa dos festivais de música é organizada por empresas privadas. Apesar da tendência crescente do reconhecimento da importância deste tipo de eventos, sobretudo dos seus impactes nas

economias locais, no território e nas pessoas dos lugares onde eles se realizam, quantificar uma série de dados e características tem sido complexo.

Contrariamente, no Reino Unido e particularmente em países como a Irlanda do Norte, a temática dos festivais de música tem sido bastante mais explorada que em Portugal. Tal atenção deve-se em grande medida ao número de festivais existentes e à sua grande tradição musical, mas também ao reconhecimento efectivo do contributo destes eventos para a indústria turística. Acresce o caso australiano em particular, onde a temática dos festivais de música e o turismo tem sido consistentemente abordada por Gibson e Connell, com especial incidência no espaço urbano.

Um estudo que avalia o contributo dos festivais dos grandes eventos de música para o turismo do Reino Unido (2009), demonstra que o tão reconhecido Glastonbury tem contribuído nos últimos anos com mais de 118 milhões de euros por ano, para a economia. Uma parte substancial dessa receita, nomeadamente 61 milhões, é gasta em Somerset e South West (UK Music, 2011). Dados relativos a 2009, sobrevalorizam a importância deste tipo de eventos para o sector turístico. Exemplificando com o recurso a alguns dos dados apresentados, os grandes concertos e os festivais de música atraíram mais de 7,7 milhões de visitantes ao Reino Unido e durante a sua viagem, foram no total gastos 1,7 biliões de euros (UK Music, 2011). Esta 'migração musical'²⁴ contribuiu no ano em análise para a economia do Reino Unido, com pelo menos 1 bilião de euros e permitiu a criação de 19,700 postos de trabalho a tempo inteiro (UK Music, 2011).

Outro exemplo pode ilustrar-se na análise de dois estudos sobre o mercado turístico dos festivais de música na Irlanda do Norte (2010 e 2012), que demonstram que existem cerca de 300 eventos ou festivais de música (NITB, 2012). O rápido crescimento de festivais como o Coors Open House Festival, o Glasgowbury, o Apalachian e Bluegrass Festival e também o já conhecido Belsonic, têm atraído de 40 000 a 60 000 visitantes por ano (NITB, 2012). Essa participação permitiu concluir que foram geradas receitas combinadas em cerca de 32 milhões de euros contribuindo com aproximadamente 15 milhões para as economias locais envolvidas, no ano de 2009 (NITB, 2010).

²⁴ Termo recorrentemente utilizado na publicação, associado ao *music tourism*.

Quanto a Portugal, não foram encontrados publicamente²⁵ estudos ou análises tão específicos ou completos, quando comparados com os referidos anteriormente. Na verdade, a análise de alguns dados estatísticos relativos à cultura e ao lazer²⁶ permite perceber de forma mais clara qual a importância que o turismo cultural (sobretudo as actividades relacionadas com os festivais de música) tem vindo a adquirir ao longo da última década território nacional. Dados referentes ao domínio cultural *Actividades artísticas e de espectáculo* de 2012, demonstram que foram os concertos de música rock/pop que tiveram simultaneamente o maior número de espectadores, com cerca de 1,7 milhões e também o tipo de concerto que mais receitas gerou, com mais de 38 milhões de euros (INE, 2013). No que respeita aos espectáculos ao vivo, nomeadamente os de música, essa tendência também se confirma. Comparando os espectáculos de música, com os de teatro, dança, folclore ou outras modalidades, salienta-se que o contributo para a economia e para o turismo dos primeiros sobrepõe-se, sendo que em 2012 o número de bilhetes vendidos, o número de espectadores e as receitas de bilheteira corresponderam a quase 2 milhões de bilhetes, 4,5 milhões de pessoas (cerca de metade do total de espectadores no âmbito nacional), com a capacidade de gerar receitas na ordem dos 50 milhões de euros (aproximadamente 77% do total de receitas com espectáculos ao vivo em Portugal) (INE, 2013). A análise do Eurobarómetro de Novembro de 2013, relatório que discute diversos dados referentes à participação e acesso a actividades culturais em diferentes países europeus, permite reforçar a questão anteriormente explorada. Na verdade, Portugal regista os valores mais baixos de participação cultural no contexto da EU 27, nas seguintes actividades: leitura de livros, com apenas 40%²⁷ a afirmar que o realizou no ano anterior; 19% admite ter assistido a um concerto; 13% foi ao teatro e apenas 8% assistiu a performances de dança, ballet ou ópera (Special Eurobarometer 339, 2013). Geralmente os níveis mais baixos de participação e envolvimento com actividades culturais concentram-se em países do sul da Europa, destacando-se a Grécia, Portugal e o Chipre. A par destes, ressaltam-se recorrentemente países de leste, como a Roménia, a Hungria e a Bulgária. Contrariamente são os países nórdicos que detêm os níveis mais elevados de participação e envolvimento cultural: Finlândia, Suécia, Dinamarca e Holanda, com destaque em quase todas as categorias culturais do inquérito realizado.

²⁵ No período de realização deste trabalho de investigação - 2012 e 2013.

²⁶ INE (2013).

²⁷ Comparado com os 72% registados na UE27 (Special Eurobarometer 339, 2013).

A título de exemplo, 61% dos suecos e 60% dos dinamarqueses admitem ir a concertos, enquanto que apenas 19% dos portugueses o fez no último ano (Special Eurobarometer 339, 2013). Salienta-se outro tipo de actividades com níveis de participação muito baixos, como por exemplo ir ao cinema (29%); visita a lugares ou monumentos históricos (27%); visita a bibliotecas públicas (15%); ou a visita a museus ou galerias (17%). A fraca participação nas actividades culturais ao nível nacional é justificada grosso modo, pela disponibilidade financeira agravada desde 2008 pela crise. No entanto, quando questionados sobre os motivos pelos quais participam pouco, grande parte admite ser por falta de interesse, o que demonstra que esta é também uma questão cultural que não depende exclusivamente de questões de disponibilidade financeira. A falta de tempo é outra justificação bastante mencionada, agravada pelos custos de participação, sobretudo no que se refere ao preço dos concertos (Special Eurobarometer 339, 2013). Num contexto geral, pode associar-se o decréscimo do nível de participação e envolvimento cultural ao custo de algumas das actividades culturais. Isso significa que as actividades que não envolvem qualquer custo são as que têm maiores índices de participação. Apesar disso, Portugal é exemplo evidente da relevância dos hábitos culturais, já que a leitura de um livro não tem qualquer custo e mesmo assim é sublinhada a falta de interesse em fazê-lo.

Em suma, este capítulo e o que o precede analisam e discutem a diversidade e o aumento significativo dos festivais de música; qual a relação com o turismo e com o imaginário do turista. Esse aumento deve-se grosso modo, à necessidade de alguns territórios, nomeadamente os confinados ao espaço rural modificarem as suas estratégias de atrair turistas. Em oposição a esse sucesso temporal, os benefícios não são ilimitados e incontestáveis. Como referem Gibson e Connell (2009), a forma como tudo isso é por fim distribuído pela comunidade pode gerar uma discussão incontornável. Se apenas alguns grupos beneficiarem da realização de festivais de música em detrimento da desvantagem de outros, o debate da redefinição das prioridades e necessidades locais torna-se necessário e inevitável. Esta dimensão ganha poder quanto maior for o evento e o investimento, como tem acontecido por exemplo em torno da realização de mega eventos, como o Mundial ou os Jogos Olímpicos no Brasil. Ainda assim, a redução no apoio financeiro da autarquia de Paredes de Coura ilustra também essa situação, sendo que na Agenda 21 Local o festival não consta das prioridades de desenvolvimento local. Destaca-se no caso português outro tipo de questões, nomeadamente as relacionadas com os hábitos culturais e no caso da assistência de concertos, o custo elevado desses eventos. Essas questões condicionam simultaneamente, a contribuição dos festivais de música para o turismo e

por conseguinte, para o desenvolvimento dos territórios; por outro lado, permitem compreender de forma mais clara a importância que o público internacional representa no sucesso desses eventos, especialmente quando considerado o aumento gradual do preço dos bilhetes nas duas últimas décadas.

4. Paredes de Coura

“O concelho de Coura, d’antes conhecido, como fica dicto, por- Coira ou Coyra e agora por-Paredes de Coura-, deve estar incorporado na monarchia portugueza desde a sua fundação (...) A sua população rural é dócil, sobria, respeitadora e hospitaleira, com certa paixão pela música. Religiosa por tradição e convicções, não é fanática, nem carola. Acata as auctoridades e pastores espirituais, sem subserviencia: cumpre obrigações, mas sabe que tem direitos.” (Cunha, 1909: 13 e 21 [1ª edição de 1979])

Este capítulo e os subcapítulos que o compõem dizem respeito à análise e caracterização geográfica do concelho de Paredes de Coura²⁸.

Os domínios da análise geográfica que se segue centram-se sobretudo nas características físicas, demográficas, mas também naquelas referentes à economia e à sociedade e ainda às questões relacionadas com os transportes e com a mobilidade. Numa outra parte (o último subcapítulo) aspectos como o património natural e material de Paredes de Coura e a sua relação com o turismo, são de extrema relevância para que se compreenda de forma integrada qual a importância do festival e do turismo para o desenvolvimento do território em questão.

Importa também referir que sempre que se considere necessário será realizado um enquadramento à escala regional, do qual resultará uma análise que integra intencionalmente Paredes de Coura, na região Norte de Portugal e no território e características do Minho (sobretudo o Alto Minho) ou numa dimensão mais estatística, na NUT III Minho-Lima. Essa análise assenta na compreensão de que os limites administrativos não são, grosso modo, suficientes para isolar as várias características de um território e por isso existem traços e elementos comuns a uma só região, que são intransigíveis e marcas da sua identidade.

²⁸ Tal como na monografia de Paredes de Coura de Narcizo C. Alves da Cunha (1909), Fonseca (2006) refere que há quem defenda que a designação de Coura provém de Cauca. Cauca era o nome de uma cidade que existiu durante o período de domínio romano, na via militar de Bracara a Tui. Por sua vez, outra teoria indica que o nome deriva da palavra celta Cora, que significa lugar recatado e seguro. Terras de Coyra corresponde à área da actual vila, e somente Coura em 1515. O nome Paredes de Coura deve-se ao facto da sede do concelho de Coura se ter instalado no lugar de Paredes.

4.1. Enquadramento geográfico

O concelho de Paredes de Coura está localizado no Norte de Portugal e na região do Alto Minho. Pertence à NUT III Minho-Lima e ao distrito de Viana do Castelo.

A sua localização central, quando analisada à escala regional, proporciona-lhe o confronto com cinco concelhos: Arcos de Valdevez (através dos montes de Cotão, Chã de Lamas e Corno de Bico) a nascente; Vila Nova de Cerveira (pelos montes de Cossourado e Antas) a poente, Ponte de Lima (pelos montes da Travanca, Carvalhal, Labruja e Formigoso) a sul, Monção (através da Serra da Boalhosa e Chã das Pipas) a nordeste e por fim, Valença (pelos montes de S. Silvestre e do Carvalho) a noroeste, afastando-o assim, de certa forma, do litoral (Júnior *et al.*, 2009). Este conjunto de fronteiras, maioritariamente favorecidas por uma sucessão de serras, constitui uma das mais importantes características do Minho. Na verdade, os elementos e as características montanhosas que desenham o território minhoto, e que o separam da província galega de Orense e da portuguesa de Trás-os-Montes, atribuem-lhe a tão conhecida designação de ‘anfiteatro minhoto’²⁹ (Mattoso, Daveau e Belo, 2010).

Também quando Orlando Ribeiro (1991) se refere à Montanha (serra), “ao conjunto de relevos situados, ao norte do Tejo, acima dos 600m ou 700m, que abrange o Minho Alto (...)” (Ribeiro, 1991: 107), denominando algumas das características dominantes do território, inclui nessa descrição Paredes de Coura. De facto, o concelho constitui um território predominantemente montanhoso, cujo ponto culminante se localiza nos 884m, coincidindo com o Corno de Bico (INE, 2012). É também neste contexto territorial, de altitudes elevadas, que se integram as cabeceiras do rio Coura. O concelho é atravessado pelo rio Coura, no sentido Este-Noroeste. As zonas mais férteis do concelho são as contíguas a essa linha de água, bem como a outras, que correspondem aos afluentes do rio Coura. Os cursos de água são um elemento geográfico imprescindível à compreensão de diversos aspectos do território e a abundância de água, é também uma das características mais marcantes e identitárias do espaço minhoto (Mattoso, Daveau e Belo, 2010). Se por um lado influenciam o nome atribuído à NUT III Minho-Lima, cujo território abrangido é em grande medida delimitado por dois rios, o Minho e o Lima, por outro, o Minho é uma das áreas onde podem ser encontradas as melhores condições naturais para o cultivo, favorecida pelos cursos de água (Mattoso, Daveau e Belo, 1997).

²⁹ “O Minho é um anfiteatro voltado para o mar” (Ribeiro, 1991:145).

Relativamente a aspectos de âmbito geomorfológico, Paredes de Coura situa-se no Sector Galaico-Português, apresentado uma litologia predominantemente granítica. Essa predominância refere-se na designação que Orlando Ribeiro há cerca de 50 anos chamou de *civilização do granito no Norte de Portugal*⁶⁰. O contacto com diversos traços da *civilização do granito* é proporcionado na visita a alguns lugares montanhosos do norte de Portugal, uma vez que esses mantêm uma relação com as raízes castrejas cuja continuidade se inscreve por exemplo, em pormenores da construção, em aspectos da economia ou na organização social e comunitária (Ribeiro, 1992). Naturalmente nos dias de hoje esta associação é mais lassa, existindo até uma relação de autenticidade com os edifícios que mantêm as suas estruturas e revestimentos em granito.

Uma breve caracterização climática destaca o efeito amenizador do Oceano Atlântico, cuja amplitude térmica se revela pouco acentuada, cujos invernos são amenos e os verões suaves. Por sua vez, são as características climáticas que reforçam a fertilidade dos solos proporcionada pela abundância de água. As temperaturas médias anuais são bastante elevadas (rondando os 17°C), sobretudo nas zonas baixas adjacentes ao rio Coura (Associação de Municípios do Vale do Minho, 2011). Assim, em Paredes de Coura reúnem-se diversas condições de fertilidade dos solos, proporcionadas em grande medida pela harmonia entre os cursos de água, as características climáticas e litológicas, já que acresce a importância do papel da decomposição das rochas graníticas “cujos detritos atapetam as largas rechãs que entrecortam as vertentes dos vales abertos pelos rios” (Mattoso, Daveau e Belo, 2010:104).

Por último, essa fertilidade e todas as condições acima mencionadas, que caracterizam grosso modo, o Minho e o território de Paredes de Coura, acentuam outra característica biogeográfica de extrema importância, que por sua vez, os distingue de outros territórios: a “vegetação luxuriante”, muitas vezes referida por Mattoso, Daveau e Belo (2010): “só aí é que as árvores podem crescer à vontade e as suas raízes penetram profundamente na terra. Só aí é que os jardins se cultivam sem esforço e se vêem frondosas “bouças” por toda a parte” (Mattoso, Daveau e Belo, 2010:104). É certo que a ocupação da floresta molda a paisagem caracteristicamente minhota, na qual predominam as unidades de carvalho-alvarinho (*Quercus*

⁶⁰ No norte de Portugal, a pedra constitui sempre o principal material de construção: nas casas, nos muros, nos suportes ou nos monumentos (Ribeiro, 1992).

robur)³¹, de vidoeiro (*Betula celtiberica*), de padreiro ou falso-plátano (*Acer pseudoplatanus*) (Associação de Municípios do Vale do Minho, 2011; Ribeiro, 1991). Acrescente-se ainda a diversas espécies e associações de tojo e urzes³².

No contexto espacial da realização do festival de Paredes de Coura, destaca-se nas margens do rio Coura, a presença do endemismo ibérico *Narcissus cyclamineus* e o domínio do estrato arbóreo composto por amieiro (*Alnus Glutinosa*) e freixo (*Fraxinus excelsior*). De todos os municípios que constituem o Vale do Minho³³, é em Paredes de Coura que se concentram as maiores comunidades de Carvalhais Galaico-Portugueses, Carvalhais de Carvalho-Alvarinho e Lameiros (Associação de Municípios do Vale do Minho, 2011).

Efectivamente, o concelho de Paredes de Coura, apesar de corresponder a uma área relativamente pequena, caracteriza-se e diferencia-se por uma grande diversidade geomorfológica e geográfica, identificada por diversos aspectos físicos e naturais cujos reflexos manifestados territorialmente e paisagisticamente, se identificam na evolução e distribuição do povoamento, bem como nas suas práticas sociais ao longo dos tempos, como se perceberá adiante. Além destas especificidades, em grande medida naturais, o território é dividido e limitado administrativamente, o que se traduz por conseguinte nos mais diversos traços identitários.

No que diz respeito à área e à divisão administrativa, Paredes de Coura tem cerca de 138 km² (INE, 2012) e divide-se em 21 freguesias³⁴. As freguesias de Ferreira e de Insalde são as de maior dimensão, com 13,30 km² e 11,28 km², respectivamente e a de Paredes de Coura a mais pequena, com apenas 2,76 km², seguida das freguesias de Cristelo e Resende, com 3km² e 3,08 km² (INE, 2012).

O estudo da dinâmica e das características populacionais é de extrema importância para o estudo de espaços rurais. Essa relevância é imprescindível na presente análise, sobretudo quando se considera que o turismo pode fazer parte de uma estratégia para fixar população nesses territórios. Atendendo aos dados populacionais referentes ao ano de 2012, Paredes de Coura tinha 9086 habitantes (menos 1315 que em 2001). Desses, 4758 eram mulheres e

³¹ “O carvalho alvarinho está quase confinado ao Noroeste” (Ribeiro, 1991: 103).

³² “Os reagentes mais seguros das condições atlânticas são o carvalho alvarinho, algumas espécies de tojos e o pinheiro bravo” (Ribeiro, 1991:103):

³³ Geograficamente compreende os seguintes municípios: Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Valença e Vila Nova de Cerveira.

³⁴ Aigualonga, Bico e Cristelo, Castanheira, Cossourado e Linhares, Coura, Cunha, Formariz e Ferreira, Infesta, Insalde e Porreiras, Mozelos, Padornelo, Parada, Paredes de Coura e Resende, Romarigães, Rubiães e Vascões (Associação Nacional de Municípios Portugueses, 2013).

4328, homens (INE, 2012). No período decenal compreendido entre 2001 e 2011, apenas se constatou um ligeiro aumento de população nas freguesias de Agualonga, Infesta, Mozelos e Paredes de Coura. A última é também sede de concelho, e apesar de ser a freguesia de menor dimensão, em oposição é a que concentra o maior número de pessoas, cuja densidade populacional corresponde a 572,9 hab/km² (INE, 2011). A par dos problemas de fixação da população, o concelho é caracterizado pelo envelhecimento da população, indicador referência quando se analisa evolução demográfica recente. Na análise do índice de envelhecimento da população, referente ao ano de 2011, Paredes de Coura apresenta um índice de envelhecimento superior ao da região Norte e da NUT III Minho-Lima (220³⁵, 114 e 175, respectivamente). De facto, o grupo etário que tem vindo a diminuir significativamente é o dos 15 aos 24 anos³⁶, acompanhando a tendência verificada na NUT III Minho-Lima. O grupo dos 0-14 anos também tem vindo a perder relevância, em contrapartida os dos 25-64 e 65 ou mais têm aumentado consideravelmente (INE, 2011). A análise realizada com base nos demais indicadores demonstra que a tendência de envelhecimento da população é preocupante, sobretudo quando se aferem tais perdas populacionais nos escalões de população mais jovem, percebendo-se por conseguinte que o modelo de renovação populacional adoptado não tem vindo a repor a população jovem com a intensidade necessária.

Por último, existe outro aspecto que deve ser discutido, cuja relação com os indicadores e características demográficas analisadas acima é muito ténue: os movimentos migratórios, com destaque para a emigração. A decisão de se migrar de um território para outro pode depender de vários factores, porém quando nos referimos a territórios com as características de Paredes de Coura, esses adquirem dimensões com consequências muito amplas, que condicionam o desenvolvimento do concelho. Consideram-se assim, as vantagens e as desvantagens do território em termos económicos, laborais, sociais e outros. Se Paredes de Coura não tem a capacidade de competir com outros territórios, moldando-se a título de exemplo, pelo desemprego, pelos baixos salários ou por fracas oportunidades de ascensão profissional ou académica, a sua população optará por deslocar-se para outros territórios. O reforço desta ideia pode ser feito pela análise dos dados referentes aos movimentos pendulares³⁷, já que essa é exemplificativa da importância das deslocações para fora do concelho, pois a sua percentagem é

³⁵ Este indicador aumentou de 202, 9 idosos por cada 100 jovens, em 2001 (INE, 2007).

³⁶ Em 2011, registava 1266 jovens e em 2001 apenas 886 indivíduos entre os 15 e os 24 anos (INE, 2011).

³⁷ Dados relativos ao ano de 2011 (Censos 2011, INE).

bastante superior àquela dos que entram no concelho. Estes movimentos, realizados sobretudo por quem estuda e quem trabalha fora de Paredes de Coura, têm como principais destinos os seguintes concelhos: Vila Nova de Cerveira, Valença, Viana do Castelo, Ponte de Lima e Porto (Comunidade Intermunicipal do Minho, 2012).

Note-se que esta realidade não é de todo exclusiva aos territórios rurais e interiorizados, já que ao nível nacional tem-se assistido ao aumento avassalador da emigração, com especial incidência nos grupos etários mais jovens, altamente qualificados, em idade activa e mais fértil.

Este panorama tem contribuído em grande medida, para o enfraquecimento do tecido social e económico do concelho. Apesar da agricultura até há cerca de três décadas atrás ter sido a actividade económica preponderante, mais recentemente o concelho tem vindo sofrer um ligeiro processo de industrialização e a uma expansão bastante significativa do sector dos serviços. Em 2001, já apenas cerca de 19% da população empregada no concelho se referia ao sector da agricultura, produção animal, caça e silvicultura, e pescas (INE, 2007). Em detrimento do sector secundário e do terciário, com aproximadamente 38% e 43% da população empregada, respectivamente (INE, 2007).

Reportando-me à agricultura em particular, existem diversos elementos da paisagem, da cultura e das práticas sociais que devem ser salientados, ainda que em grande medida condicionados pela mudança e/ou evolução das políticas económicas. A divisão da terra em pequenas parcelas constitui um dos mais importantes aspectos da paisagem e da vida rural minhota, com especial visibilidade nas vivências no noroeste. De facto, essa divisão refere-se também ao tipo de agricultura praticado, neste caso, uma agricultura de cariz familiar, contrastando assim com as modalidades de agricultura praticadas mais a sul (Carmo, 2002) e deve-se sobretudo, aos constrangimentos geológicos do terreno acidentado e à forte densidade demográfica (Pina-Cabral, 1989).

De acordo com Pina-Cabral (1989), no Alto Minho a forma como a terra é dividida, tem-se revelado ao longo dos tempos, antieconómica. Por um lado, “por causa da terra ocupada por caminhos e sebes e pelo dispêndio de tempo necessário para as deslocações às diferentes parcelas da mesma exploração”; por outro lado, “porque impede a utilização da maquinaria complexa e a conseqüente adopção de métodos agrícolas modernos” (Pina-Cabral, 1989:48). O clima, associado a essa divisão, permitiu por sua vez, a predominância de uma policultura

intensiva³⁸ (Pina-Cabral, 1989; Saraiva, 1994), igualmente ‘cravada’ na paisagem do concelho. A associação entre a prática desta agricultura tão característica (assente na fertilidade dos solos e numa agricultura de regadio que exige a presença constante de quem a trabalha) e o povoamento disperso (constatado através da ocupação do solo minhoto) é também um aspecto importante. Como referem Mattoso, Daveau e Belo (2010), até nas vilas o centro urbano é muitas vezes marcado apenas pela volumetria da igreja paroquial. Efectivamente, estejamos onde estivermos no concelho de Paredes de Coura, por entre uma paisagem marcadamente rural, sobressaem as igrejas.

Importa também referir que o milho foi também um agente imprescindível na modelação da paisagem, em parte pela nova configuração que deu à organização dos campos e também pela influência sobre a arquitectura da região: o espigueiro e a eira de pedra (Saraiva, 1994), mas disso falaremos melhor adiante. Como vimos a prática da agricultura e as suas consequências na estrutura familiar e no território têm sofrido recentemente algumas transições. A recessão rural que tem vindo a ser descrita, como lhe chamou Pina-Cabral (1989), reflecte-se ainda hoje nos dados relativos à emigração e também à perda de população activa do sector, em detrimento de outros. Não deixa de ser curioso que o mundo rural tenha vindo a sofrer estas transformações desde há décadas, das quais resulta um cenário bastante recorrente, inalterável às mudanças dos tempos, no qual “os homens jovens partem e só ficam os velhos”³⁹.

Assim, a par destas transformações, é certo que o desenvolvimento técnico da agricultura não se mostrou capaz de acompanhar o ritmo de crescimento das necessidades do consumidor. Consequentemente, as famílias camponesas ficaram na dependência de fontes alternativas de rendimento (Pina-Cabral, 1989). Acresce por isso a relevância da pluriactividade destas famílias, à medida que se assiste ao processo de urbanização dos territórios, e ao desenvolvimento das modalidades de industrialização e de terciarização, que têm vindo por fim a afectar as economias locais.

Nesse contexto, em 2011 cerca de 40% da população ao serviço das empresas do concelho integrava o sector secundário, com destaque para as indústrias transformadoras e para a construção (INE, 2012). Apesar da maioria das empresas se encontrarem instaladas na freguesia de Paredes de Coura, merece destaque o Parque Industrial de Formariz, onde se

³⁸ “ (...)como me dizia um homem de Paço, quando Deus não dá milho, dá vinho.” (Pina-Cabral, 1989:37); a policultura minhota diz respeito à complexa articulação entre a criação de gado em estábulos e a agricultura em pequenas parcelas dispersas e irrigadas (Pina-Cabral, 1989).

³⁹ José Fernando da Silva, *apud* Pina-Cabral (1989: 37).

concentra um número significativo de empresas industriais e para o qual se deslocam diariamente centenas de pessoas. É precisamente em Formariz que se fixaram algumas empresas do conhecido grupo Kyaia, a única unidade industrial nacional que emprega mais de 50 pessoas cujo investimento se concentra no concelho (Figueiredo *et al.*, 1999); a instalação e permanência da Kyaia (fabrico de gáspeas), da Alfos (fabrico de solas e acessórios), da Kello (fabrico de calçado) e mais recentemente (2010) de outra (Lusa, 2010), têm proporcionado ao longo das últimas duas décadas, a criação dum número bastante significativo de postos de trabalho, fomentando simultaneamente uma ligeira desconcentração da população activa empregada, confinada maioritariamente na vila. De acordo com a mesma fonte, o grupo previa a abertura de um *outlet* no concelho em 2013.

Na verdade, a instalação destas empresas resulta de um dinâmica de acolhimento industrial existente no concelho, da qual se destaca um esquema de incentivo à instalação de estabelecimentos nas duas zonas industriais (Zona Industrial de Castanheira e Zona Industrial de Formariz), que consiste de acordo com o Estudo de Oportunidades de Desenvolvimento, Investimento e Emprego para o Concelho de Paredes de Coura (1999), na cedência a preços simbólicos de lotes, de acordo com o número de postos de trabalho criados e na isenção de taxas de licenciamento de obras para a construção de estabelecimentos industriais nessas zonas. No que se refere à terciarização do concelho, essa transformação tem representado um peso acrescido no concelho, com especial incidência na freguesia de Paredes de Coura. Como já foi referido, é na vila que se concentra o maior número de empresas e por conseguinte, o maior número de postos de trabalho. Desses, destacam-se os sectores de actividade do comércio por grosso e a retalho, com o maior número de pessoas empregadas; a importância da terciarização do concelho traduz-se em aproximadamente 54,2% da população empregada, em empresas ligadas ao sector (INE, 2013). Os que integram o alojamento, a restauração e similares representam actualmente um peso bastante significativo, no que se refere à oferta de emprego, mas também à capacidade de absorção de grupos mais qualificados (INE, 2013). Em suma, a análise dos grandes sectores de actividade, permite perceber que o concelho tem sofrido um processo de mudança na estrutura das actividades económicas, com um decréscimo muito acentuado da população activa do sector primário, para o secundário e terciário.

Por sua vez, este processo de mudança não se refere exclusivamente à estrutura das actividades económicas ou da demografia. O desenvolvimento do concelho tem incidido grosso modo, na construção e valorização de inúmeros equipamentos públicos e de infra-estruturas nos

últimos anos. Esses equipamentos podem e devem ser encarados como elementos imprescindíveis da identidade e da cultura do concelho, cuja criação se centra em primeira instância, na população local, servindo-a e melhorando a oferta cultural, percebendo que ao nível estratégico proporcionam uma complementaridade com o turismo⁴⁰.

A título de exemplo, no que diz respeito à educação, em 1993 foi criada a EPRAMI- Escola Profissional do Alto Minho Interior, projecto impulsionado pelos municípios de Paredes de Coura, Monção e Melgaço e do Parque Nacional da Peneda Gerês, cujo pólo em Paredes de Coura se localiza na sede de concelho. Nesse sentido, a entidade proprietária deste projecto educativo é a ADEMINHO - Associação para o Desenvolvimento do Ensino Profissional do Alto Minho Interior, constituída pelas entidades citadas anteriormente (www.eprami.pt⁴¹). Também localizado na sede de conselho, encontramos o Museu Regional de Paredes de Coura inaugurado em 1997, cujas instalações se desenvolveram a partir da revitalização de uma eira e de um espigueiro, pertencentes ao conjunto habitacional da Quinta da Veiga. Para além do papel fulcral na valorização do património, da cultura e da identidade do concelho e, em grande medida, da região, o espólio que nele se encontra, juntamente com as várias exposições permanentes e outras de carácter mais interactivo evocam desde logo ao visitante a importância das vivências agrícolas do espaço rural, permitindo ao mesmo alienar-se por alguns momentos, do espaço urbanizado envolvente que contrasta com a experiência implicada na visita. São também bons exemplos o Centro Cultural de Paredes de Coura, constituído por dois auditórios e por uma exposição permanente; o Arquivo Municipal de Paredes de Coura, onde recentemente tem vindo a ser construído um espólio bastante diversificado sobre o Festival de Música de Paredes de Coura; a transferência do posto de turismo para as instalações da Loja Rural, inaugurada em 2012; a Biblioteca Municipal Aquilino Ribeiro, cuja abertura se realizou também recentemente; acrescentando ainda o Centro de Estudos Mário Cláudio, localizado no Lugar de Venade, na freguesia de Ferreira, resultante da doação do espólio do escritor à autarquia courense, inaugurado em 2013. As instalações dos dois últimos equipamentos resultaram da reabilitação de dois edifícios ligados à educação⁴², devolvendo-lhes assim um carácter cultural e social.

⁴⁰ Podem ser utilizados pela população em geral e integram elementos de atractividade turística do concelho, partilhando a cultura e a identidade do concelho com os que visitam.

⁴¹ Consultado em Outubro de 2013.

⁴² O primeiro instalou-se na antiga escola primária da vila, e o segundo na denominada Escola do Calvário, também de ensino primário.

A totalidade de equipamentos enunciados é um claro exemplo da oferta cultural que caracteriza o concelho de Paredes de Coura. De facto, as despesas do município com a cultura quase que duplicaram no período compreendido entre 2002 e 2012⁴³.

Se por um lado, o concelho tem vindo a sofrer grandes transformações ao nível demográfico, aliado ao enfraquecimento do tecido social e económico e ao contínuo esvaziamento dos campos, muito à custa da situação de interioridade que o caracteriza, por outro, tais fragilidades têm sido agravadas pelo encerramento de inúmeros serviços, em detrimento da concentração dos mesmos em alguns municípios vizinhos, aumentando a dependência a Ponte de Lima e a Viana do Castelo, por exemplo.

Disso são exemplo múltiplos encerramentos: do serviço de urgências nocturnas, de algumas escolas, sendo previsto que o mesmo possa acontecer com o tribunal e com a repartição das finanças. Não deixa de ser complexa e ambígua esta questão, que a tantas inaugurações recentes se contraponha um número avassalador de encerramentos.

Apesar disso, coloca-se aqui outra questão associada à identidade do território, evidenciada em parte, pela paisagem contemplada pelo visitante. Essa é constituída por todas as paisagens bucólicas das serras e os vestígios da forte ligação à terra, mas também por todos os equipamentos e infra-estruturas urbanas e modernas que têm vindo a ser construídos ao longo dos últimos anos; e quando não se verifica a harmonia entre todos eles sobressai o contraste marcado entre o rural e o urbano, transmitindo a sensação de que algures no meio desses dois mundos, o território tem vindo a perder a sua identidade. Servem de exemplo, os parques de estacionamento subterrâneos⁴⁴ no centro da vila e também muito do mobiliário urbano presente nalgumas das praças e ruas centrais.

De forma a finalizar a caracterização geográfica do concelho de Paredes de Coura, reforçando a consciência de que o seu desenvolvimento tem sido grosso modo, travado ou desacelerado pelo surgimento de vários problemas relacionados com a sua interiorização, importa por último reflectir sobre as questões relacionadas com a acessibilidade e com a mobilidade.

O melhor acesso rodoviário a Paredes de Coura continua a ser pela A3⁴⁵ (Porto-Valença), seguindo posteriormente pela EN 306, na direcção de Paredes de Coura. Outro itinerário diz

⁴³ Dados referentes às despesas com a cultura (INE, 2013).

⁴⁴ Parque Largo 5 de Outubro e Parque Largo Hintze Ribeiro.

⁴⁵ A A3 continua a ser o eixo fundamental de ligação ao norte de Espanha e à Galiza.

respeito à A27, vindo de Viana do Castelo, percorrendo de seguida a EN 306. Ainda assim, a análise à escala do Minho-Lima e de acordo com o Plano de Desenvolvimento do Alto Minho (2012), Paredes de Coura caracteriza-se por ser o concelho que se localiza a maior tempo de distância relativamente aos principais pólos urbanos da região na qual se insere, bem como dos grandes corredores de grande distribuição rodoviária, como é o caso da A28.

Se ao nível das ligações com o exterior, as acessibilidades no Alto Minho sofreram melhorias significativas, à escala intermunicipal as acessibilidades dentro da região são ainda deficitárias, tendo como principal consequência a fraca mobilidade intra-regional. Nesse sentido, sabe-se que a mobilidade rodoviária é efectuada maioritariamente através do transporte individual ao invés do transporte público. A diminuição da frequência dos transportes públicos, em territórios como é o caso do concelho de Paredes de Coura, pode ainda despoletar o aumento do isolamento da população, nomeadamente daquela mais fragilizada, como é o caso dos idosos, das crianças e das pessoas com mobilidade reduzida.

Acresce também a importância e a dependência da proximidade com Viana do Castelo, distanciando-se em cerca de 50km; ou a proximidade Braga e a Espanha (esta pode favorecer por exemplo, a instalação de empresas no concelho). Considerando a importância destas relações de proximidade, ao mesmo tempo que se implementam estratégias de desenvolvimento do turismo, o concelho tem como principais problemas: o mau estado de conservação da rede viária concelhia; uma sinalização rodoviária insuficiente e desajustada às necessidades do visitante; uma segurança viária deficiente; transportes públicos insuficientes e desajustados das necessidades dos turistas, afectando em primeira instância a população residente.

Por sua vez, emerge a necessidade de que surja um novo quadro de acessibilidades viárias é bastante importante no que concerne ao reforço das relações de Paredes de Coura a Galiza, com os territórios do Cávado e do Ave e com o Grande Porto.

A melhoria dos acessos na mobilidade rodoviária tem por conseguinte, influenciado o fraco desenvolvimento das linhas ferroviárias. Paredes de Coura fica ainda muito à margem da rede ferroviária da região Norte e da linha do Minho, rede complementar que liga Nine a Viana do Castelo e secundária quando se fala da ligação entre Viana do Castelo e Valença. A estagnação na melhoria destas redes, as mais próximas ao concelho, deve-se em grande parte, à abertura do IP1 entre Braga e Valença/Tui.

4.2. O património natural e material de Paredes de Coura: relação com o turismo

O Minho é uma região cuja identidade própria e singular se manifesta das mais variadas formas. No entanto, é importante perceber que se por um lado foram essas características naturais e territoriais, em consonância com as vivências humanas, as que permitiram que se construísse uma noção de património; por outro, esse reconhecimento e a sobrevalorização de determinados elementos da paisagem, devem-se em grande parte, à importância que o turismo tem adquirido para o desenvolvimento dos territórios.

Assim, a noção de património natural e material neste contexto, surge partindo do pressuposto de que ambos os tipos de património aqui diferenciados incluem o património modelado sobretudo por influência dos elementos naturais, ou pelas actividades humanas, resultado das vivências diárias e da ligação com a terra, e outro tipo de património, cuja construção ou recriação têm à partida objectivos e finalidades ligadas ao turismo. No entanto, na medida em que o turismo se apropria do património esta distinção parece adquirir pouca relevância, sendo que o objectivo principal se centra na projecção turística dos lugares e no consumo inerente a essa actividade, ainda que as estratégias ligadas ao património sejam fundamentadas através da salvaguarda exclusiva dos recursos materiais e culturais, cujo risco de desaparecerem é cada vez maior.

De facto, partindo da ideia explorada por Fortuna (2012) na qual se defende que as acções relacionadas com a conservação e com a protecção do património não têm nenhuma relação directa com aquilo que os seres humanos decidem preservar e conservar no que diz respeito às suas tradições e modos de vida, destaca-se a importância das instituições políticas na definição daquilo que é ou não património. Ainda assim, “ (...) o significado do património é objecto de interpretações díspares de técnicos especialistas e de consumidores turistas. Os primeiros tendem a avaliar as situações de acordo com critérios elitistas de validação patrimonial que reclamam um dado sentido universalista; não raro, os segundos tendem a valorizar espontaneamente manifestações materiais ou imateriais de cultura popular do que julgam dever ser historicamente relevante para determinada comunidade.” (Fortuna, 2012:26).

A finalidade desta discussão não coincide portanto com a distinção de objectos, lugares ou as práticas socioculturais, diferenciando aqueles que se enquadram na noção institucional de

património, de outros que não se enquadrem nessas características, mas antes aferir num contexto geral, que património existe em Paredes de Coura, quais as suas raízes e de que forma esse tem sido vinculado ou não, com o turismo e o desenvolvimento do concelho.

Em consonância com diversos aspectos analisados na caracterização geográfica do concelho, nomeadamente aqueles relacionados com a natureza e a biodiversidade, a Paisagem Protegida do Corno de Bico refere-se a uma vastíssima área de 2175 hectares, compreendendo as freguesias de Bico, Castanheiro, Cristelo, Parada e Vascões (Beja, 2008) e constitui, ao nível do concelho e também nacional, um bom exemplo do reconhecimento e valorização das paisagens. O estatuto de *Paisagem Protegida*, a par da inclusão desta região quase na sua totalidade, na Lista Nacional de Sítios de Importância Comunitária da Rede Natura 2000, ao abrigo da Directiva Habitats, acentua grosso modo, a necessidade da adopção de medidas mais concisas relativamente ao desenvolvimento e preservação dessa área. Para além destas características, cuja ligação com a natureza e com a preservação da fauna e da flora se destaca, a Paisagem Protegida do Corno de Bico inclui alguns dos melhores exemplares do património arquitectónico religioso, como igrejas e capelas, sobretudo do período barroco, sublinhando a forte ligação entre a população e o mundo religioso, que se verifica ainda nos dias de hoje. Acrescentam-se também algumas casas senhoriais, e outras estruturas testemunhas da predominância da agricultura e das demais actividades a ela ligadas, como por exemplo, moinhos ou outros engenhos hidráulicos (Beja, 2008), questões a aprofundar mais à frente.

O CEIA - Centro de Educação e Interpretação Ambiental da Paisagem Protegida do Corno de Bico foi inaugurado em 2007, localiza-se em Chã de Lamas, originando-se na colónia agrícola localizada em Vascões, e no conseqüente aproveitamento, ampliação e restauro de alguns dos seus componentes (<http://www.cornodebico.pt/>). Compõem a estrutura do CEIA, a antiga casa do professor e a antiga escola primária e o Centro de Recursos de Educação Ambiental (<http://www.cornodebico.pt/>). O surgimento e a criação legal do CEIA têm subjacente a importância desta área para o desenvolvimento do concelho, sobretudo em questões relacionadas com a educação e com o turismo. Exemplos disso são as propostas de sensibilização ambiental existentes durante a experiência da visita à paisagem protegida; o acolhimento da visita de estabelecimentos de ensino e grupos de estudiosos - visitas temáticas; a divulgação científica, da educação para a sustentabilidade e da promoção da participação pública, proporcionada por exemplo, pelos diversos ateliês de trabalho e pelas actividades no

laboratório da natureza; o fornecimento de refeições, a existência de alojamento⁴⁶ e a possibilidade de se realizarem vários percursos pedestres da rede municipal⁴⁷, abrangidos pela paisagem protegida (DUA-Ambiente e Floresta, 2012).

Esta noção de património natural, que abrange a Paisagem Protegida de Corno de Bico, pode ser alargada a outras áreas do concelho de Paredes de Coura, nomeadamente à praia fluvial do Taboão, uma vez que é também através das suas características naturais que se lhe têm atribuído diversos significados e imagens, ainda que na última se identifiquem manifestações humanas bem mais recentes que vão desde as práticas agrícolas, à apropriação do espaço por via do turismo durante a realização do festival, à afluência de pessoas às margens do rio nos meses mais quentes, e sobretudo pelas infra-estruturas que surgiram em prol da realização do festival.

De acordo com esta perspectiva, importa referir a importância das paisagens agrícolas que dominam Paredes de Coura, que se foram moldando pelas acções humanas reflexo das suas actividades, nas quais muito recorrentemente se destacam alguns elementos, como por exemplo, a eira⁴⁸, o espigueiro⁴⁹.

O espigueiro pode aparecer sob a forma de canastros de varas ou espigueiros propriamente ditos. Em Paredes de Coura, podem ainda hoje ser encontrados canastros de vergas ou canastros armados (Dias, Oliveira e Galhano, 1994). Estas estruturas de suporte às práticas agrícolas são marcas visíveis da importância do milho (a *revolução do milho*, designada por Orlando Ribeiro), naquela economia predominantemente agrícola, como foi descrito no subcapítulo anterior. Desde o seu abandono ou uso menos recorrente, muitos deles têm sido utilizados enquanto extensões de modernas casas por exemplo, e apesar de se tentar grosso modo, manter a estrutura original, o seu uso é hoje bastante diversificado centrando-se no entanto, numa vertente mais simbólica e turística. A Eira Comunitária de Porreiras é um bom

⁴⁶ A Casa do Professor é constituída por um quarto de casal e dois duplos, com a capacidade para seis pessoas (DUA-Ambiente e Floresta, 2012).

⁴⁷ O Trilho do Alto dos Morrões, o Trilho Travessia do Alto Coura, o Trilho dos Moinhos, o Trilho dos Miradouros e o Trilho da Varanda do Coura (DUA-Ambiente e Floresta, 2012).

⁴⁸ Nesta região, vemos “a eira associada normalmente - e até em certos casos necessariamente - a um ou mais edifícios que, com dimensões, formas e nomes diferentes, desempenham fundamentalmente as funções de alpendre de recolha, sequeiras de secagem e armazenagem prévia ou definitiva, e espigueiros apenas de armazenagem definitiva das espigas, acentuando a relação que apontamos da eira dessa região com as condições peculiares do seu clima e cereal específico.” (Dias, Oliveira e Galhano, 1994:31)

⁴⁹ “Vieram com a revolução do milho, no séc. XVIII, e são uma presença constante, em muitas povoações da região. A sua forma resulta da necessidade de secar o cereal longe dos roedores e dos pássaros. Os espigueiros, quando aglomerados, quase sempre estão dispostos fora do perímetro das aldeias.” (Mattoso, Daveau e Belo, 2010:105);

exemplo da complementaridade entre estas estruturas, a paisagem natural circundante e a delimitação do espaço por muros baixos de pedra, que ainda hoje bem conservada, constitui simultaneamente um dos pontos de interesse turístico mais importantes do concelho.

Outros vestígios da presença humana no território do concelho referem-se a diferentes períodos da ocupação humana, à sua relação com o território, cuja análise pode ser realizada através da identificação e interpretação dos mais variados monumentos e espólio arqueológico de valor inestimável, espalhados pelo território. Os primeiros a ser abordados, remontam ao Neolítico, período no qual a sociedade transita de nómada para sedentária, acentuando-se conseqüentemente a sua ligação dependente da terra baseada na agricultura e na pastorícia. Neste período, verificou-se uma intensa construção de importantes necrópoles constituídas por mamoa⁵⁰. Investigações levadas a cabo por N. Alves da Cunha, Martins Sarmento e Leite de Vasconcelos, de acordo com Jorge (1991), identificaram e localizaram em Paredes de Coura inúmeras mamoa⁵¹, algumas mais conservadas do que outras. O património do concelho caracteriza-se em parte, pela presença de diversos núcleos megalíticos, representados por estes elementos arqueológicos. Ressalta-se então a importância da antiguidade do património, na qual se verifica que a apreciação e valorização de vestígios do passado transmitem uma sensação de excepcionalidade e de raridade, que por um lado impressionam o turista e por outro, tendem a valorizar e a estabilizar a sensação de identidade das comunidades locais desses lugares.

Reportando-me novamente à abordagem de Orlando Ribeiro (1992) sobre a *civilização do granito*, a época castreja constitui-se por habitats fortificados de construções graníticas-uma das primordiais afirmações do atlantismo regional, na qual os cimos dos montes e as colinas foram densamente povoadas e nelas predominava a caça e o pastoreio (Ribeiro, 1992; Silva, 1999; Mattoso, Daveau e Belo, 2010). A esses habitats fortificados dá-se o nome de castros, citânias ou cidades e a sua localização tinha em consideração “pontos estratégicos situados segundo uma diversidade topográfica, com realce para posições em remates de esporões, de altitude média, visando primordialmente o controlo das bacias fluviais, em relação com as zonas de aptidão agrícola e exploração de recursos naturais, nomeadamente mineiros, como o estanho e o ouro, e o acesso a vias de penetração e comercialização, revelando integração num sistema

⁵⁰ “Locais de enterramento fúnebres, túmulos de terra que cobrem câmaras funerárias constituídas por lajes” (<http://www.cornodebico.pt/portal/>); “O material usado nestes túmulos foi o granito.” (Jorge, 1991:604).

⁵¹ Oito em Corno de Bico; outras oito em Chã de Lamas (freguesia de Vascões); três em Monte do Carvalho; também três em Rubiães, nomeadamente em Pinhais de Antas; apenas uma mamoa na chã de Portela Pequena Labruja; e cinco na Chã de Cossourado; são alguns dos mais importantes exemplos (Jorge, 1991). Importância da Serra da Boulhosa, sob o ponto de vista da etno-arqueologia (Leite e Ferraz, 2007).

económico de largo espectro” (Silva, 1999:5). Acrescente-se que a posse da terra era também um factor preponderante, no que diz respeito à monumentalização dos povoados, sinal de “ostentação do poder e do controlo de demarcação territorial de visibilidade que se terá desenvolvido” (Silva, 2008:57). Não obstante, as características que determinaram essa localização inscrevem-se nalguns dos elementos patrimoniais preeminentes do território de Paredes de Coura: os povoados fortificados de Cossourado, Romarigães e Cristelo.

Foram diversas as intervenções arqueológicas que trouxeram à superfície estes habitats e por isso, tornaram possível a recriação histórica e patrimonial que tanto impressiona quem os visita. No caso do povoado fortificado de Cossourado, apenas em 1993 se realizou a primeira campanha de escavação arqueológica (Silva e Silva, 2004), da qual resultou a conservação, o restauro e a reconstituição das diferentes unidades arquitectónicas e também a colocação de dois tipos de placas, nomeadamente, placas indicativas de sinalização rodoviária e placas didáctico-explicativas. Um último aspecto que merece destaque, diz respeito ao surgimento da associação cultural A Cidade, responsável pela organização e recriação do Solstício Celta neste povoado. O Solstício de Verão tem-se realizado desde 2008 no mês de Junho, e concretiza um evento recreativo constituído por diversas actividades, que vão desde um jantar animado, à queimada da meia-noite; danças e músicas celtas, do *show* equestre, aos rituais ao pôr-do-sol (<http://www.acividade.org/>).

Mais tarde, com a chegada dos romanos ao noroeste peninsular, uma nova cultura começa a impor-se lentamente: passou-se a viver da cultura dos cereais e atingiram a aclimatização da vinha a uma região húmida (Silva, 2006; Mattoso, Daveau e Belo, 2010). Foram fundados novos municípios e para que os minerais e os cereais chegassem a Roma, regularizou-se e reestruturou-se o complexo sistema viário existente. Com esses propósitos foi criada a Quarta Via Militar ou a XIX do Itinerário Antonino⁵², que ligava *Bracara Augusta* a *Tude* e a *Astorga* (Silva, 2006). Para além da importância do comércio, exploraram as minas; simultaneamente introduziram os seus hábitos, a moeda, e outras particularidades da sua cultura (Mattoso, Daveau e Belo, 2010).

A preservação de diversos elementos desta época refere-se a um património arquitectónico, religioso, arqueológico e cultural, que tem vindo a permitir a distinção do concelho, e que se deve sobretudo à importância da Quarta Via Romana, cujo traçado passaria

⁵² Elaborado em 280, na época do imperador Caracala (Silva, 2006)

pelo concelho na sua metade oeste, acompanhando um trajecto variável entre 160 e 300m de altitude (Silva, 2006). Apesar de quase já não existirem vestígios efectivos dessa via e do seu percurso (que muito se deve à construção da E.N. 201 que liga Ponte de Lima a Valença e com a qual coincide), a persistência de dezoito miliários⁵³ tem contribuído para o reconhecimento de Paredes de Coura como um dos concelhos com maior concentração deste tipo de vestígios arqueológicos. Os miliários foram mais tarde reutilizados para vários fins, como por exemplo, para pia para os porcos, postes de sustentação de ramadas ou ainda como alpendre de capelas (Silva, 2006).

Rubiães é a freguesia que detém o maior número de marcos miliários e é através da visita à Igreja Românica de Rubiães e ao miliário de Caracala, localizado no seu adro, que se percebe que o último foi posteriormente utilizado como sepultura antropomórfica medieval. Os diversos usos ajudam a perceber que ao longo dos tempos o valor atribuído aos mesmos objectos ou monumentos foi-se alterando.

A importância da existência desta via é também reforçada pela preservação da Ponte Velha, de arco de volta perfeita, sobre o rio Coura (ponte romano-medieval de Rubiães) (Mattoso, Daveau e Belo, 2010).

Durante este período, no Minho e no Douro Litoral e por isso em Paredes de Coura, verificou-se a proliferação da construção de igrejas rurais: “de uma só nave e de tecto de madeira, ou de templos maiores, com três naves e absides redondas e abobadas.” (Mattoso, Daveau e Belo, 2010: 122), sendo que a de Rubiães coincide caracteristicamente com a primeira descrição.

Por sua vez, o valor desta via bem como dos mais variados vestígios que temos vindo a enunciar, têm sido amplamente reconhecidos enquanto património a preservar. De acordo com essa perspectiva, o município de Paredes de Coura aderiu ao projecto Vias Atlânticas que visa precisamente, preservar e conservar recursos patrimoniais, naturais e locais de interesse arqueológico através da promoção turística e cultural da Via Romana XIX (<http://viasatlanticas.depo.es/>).

O barroco foi outro período do qual arte minhota conserva alguns testemunhos, ao mesmo tempo que se exprime de forma mais típica. No Minho, esse desenvolveu-se naturalmente e com muita frequência, representado um papel bastante relevante na expressão

⁵³ Para além da localização exacta e de uma cronologia precisa, indicam igualmente a homenagem ao imperador vigente que ordenou as obras e/ou reparações (Silva, 2006).

da identidade regional. De facto, com as novas congregações monásticas fundadas no século XVI criou-se um modo de vida conventual, que se expressava na “pregação popular, na devoção religiosa e na estética barroca” (Mattoso, Daveau e Belo, 2010:116). A partir daí, verificou-se um predomínio da construção de edifícios do barroco joanino e do rococó, estilos que marcam profundamente grande parte do património arquitectónico, civil e religioso do concelho. Destacam-se ao nível do património religioso, a Capela do *Hecce Homo*⁵⁴ localizada em Padornelo; a Capela do Espírito Santo, na vila; a Capela da Nossa Senhora da Conceição em Venade; e as Igrejas de Ferreira, Infesta e Cunha. Ainda assim, existe um património religioso vastíssimo que merece ser explorado que passa também pela visita a pequenas capelas desta época, cujo domínio privado condiciona em grande medida, essa visita⁵⁵; a prevalência deste tipo de património verifica-se também pelo facto de em grande parte das freguesias de Paredes de Coura, em consonância com a presença da figura da igreja, persistirem simultaneamente inúmeras capelas e antigas residências paroquiais.

Alguns destes lugares e monumentos religiosos foram em 2012 cenários idílicos de 5 concertos resultantes duma iniciativa nova no Festival de Música de Paredes de Coura, denominada Vodafone Music Sessions. Os concertos de Ducktails no Monte de S. Silvestre, de Bombino na Eira Comunitária de Porreiras, dos Citizens na Capela do *Hecce Homo*, de The Glockenwise na Capela de S. Sebastião e de Tape Junk na Capela da Nossa Senhora da Pena, resultaram em experiências únicas para apenas algumas dezenas de festivaleiros. Características como o limite de pessoas por concerto (50 pessoas escolhidas aleatoriamente) e a oportunidade de assistirem a concertos nunca antes realizados, demonstram a importância do turista ser surpreendido e convidado a viver experiências únicas e autênticas.

É certo que o domínio privado sempre teve uma relação muito específica com o património e as estratégias ligadas ao turismo. Actualmente, parte do património arquitectónico de Paredes de Coura, nomeadamente aquele referente às grandes casas, palacetes, solares e quintas, é de domínio e gestão privadas, reforçando por conseguinte uma das características sociais mais vincadas da região minhota. Com efeito, desde a implantação do regime feudal no Minho fomentado pela densidade populacional e pela riqueza dos recursos agrícolas, que se constatou a crescente apropriação do poder e do património público, em detrimento da sua

⁵⁴ Igreja do rococó.

⁵⁵ A Capela da Nossa Senhora do Amparo, na Quinta do Amparo (Casa Grande de Romarigães), é um bom exemplo disso, já que a visita não é possível.

gestão privada, com o objectivo de transmitir tais poderes às gerações seguintes. Esta apropriação adquire tamanha dimensão, que no século XVIII e no que se seguiu, o Minho ainda representava “a província portuguesa com maior número de solares e casas nobres” (Mattoso, Daveau e Belo, 2010: 131).

Acontece que o papel deste individualismo assente no poder contrasta com a necessidade da cooperação humana, nos trabalhos ligados à terra e à lavoura, imprescindíveis também ao equilíbrio da vida social. Essa realidade ligada ao individualismo da casa reflecte-se imediatamente no nome de muitas das *casas grandes*, termo que designa muitos dos solares tradicionais minhotos. Em Paredes de Coura, esta hierarquização do poder e a ostentação está patente em muitos desses edifícios, enriquecidos essencialmente a partir do século XVIII.

Este património dispersa-se por praticamente todas as freguesias de Paredes de Coura, nomeadamente nos seguintes edifícios: a Casa Grande de Romarigães, na freguesia de Romarigães; a Casa do Outeiro em Agualonga, a Casa de Sant’Ana de Seara, a Casa do Paço de Ferreira e a Casa dos Anjos em Ferreira; a Casa de Mantelães, a Casa do Conselheiro Miguel Dantas e a Quinta do Paço, em Formariz; a Casa do Brandão e a Casa da Quinta da Cruz, na freguesia de Linhares; a Casa do Paço D’Afe em Mozelos; e por fim a Casa Grande de Paredes de Coura, situada na vila (ACER, 2006). A investigação levada a cabo pela ACER- Associação Cultural e de Estudos Regionais com início de actividade em 1998, demonstra efectivamente que uma parte significativa destas casas se encontram em situações de degradação acentuadas, outras entregues ao abandono, ainda que detentoras do título de IIP (Imóvel de Interesse Público), como é o caso da Casa dos Antas. Assim, enquanto umas são caracterizadas pela função habitacional, ocupadas por funções ligadas ao turismo rural; outras continuam à espera da concretização das mais variadas promessas políticas e estratégicas de recuperação, para funções ligadas à valorização do património e do turismo. Vejamos por exemplo o caso paradigmático da Casa Grande de Romarigães, que apesar de se constituir IPP e apresentar um grande potencial turístico, inspirado grosso modo, pelo romance de Aquilino Ribeiro, não pode ser visitada no seu interior e tem vindo a degradar-se gradualmente.

Entre discordâncias públicas e privadas, na ausência de estratégias e projectos de valorização e protecção deste património vasto em Paredes de Coura, não basta sinalizar e incluir estes edifícios nas diversas rotas turísticas de que predispõe e atribuir-lhes um qualquer sentido de identidade. Na realidade, apesar do ‘boom’ na criação de infra-estruturas ligadas à cultura, e também à revitalização de diversos edifícios escolares dos últimos anos, tem-se

acentuado o contraste com a incipiente preservação doutro tipo de património, cuja capacidade de desenvolvimento do território ainda não foi devidamente explorada, levando por fim, à possibilidade do território adoptar outro tipo de identidade, mais igual a tantos outros lugares. Serão precisas mais figuras individuais como as de Aquilino Ribeiro, Miguel Dantas ou Bernardo Chouzal, cujo nome e reputação influenciaram parte da toponímia do concelho? Ou será suficiente e adequado o esforço realizado por parte da autarquia e de associações como a ADRIMINHO, no contexto de uma política de desenvolvimento do concelho sob a alçada do turismo? Como foi referido, a análise efectuada não pretende responder a estas questões, mas antes discutir e salientar a sua importância.

Noutra perspectiva e apesar de todas as fragilidades apontadas, o património natural e material de Paredes de Coura do qual temos vindo a falar até agora, integra a Rede Municipal de Percursos Pedestres de Paredes de Coura. São 16 os trilhos que podem ser realizados e estão, num contexto geral bem conservados, marcados e devidamente sinalizados de acordo com as directrizes internacionais. O concelho integra também outro tipo de caminhos e percursos, como por exemplo, a Grande Rota da Travessia do Alto Coura ou o Caminho de Santiago.

No que diz respeito à oferta de alojamento em Paredes de Coura, apesar de se terem registado valores crescentes⁵⁶, no período compreendido entre os anos de 2009 e 2011, com uma capacidade de alojamento de 42 e 61 lugares (INE, 2012) respectivamente, o concelho fica ainda aquém do que se verificou durante o mesmo período nos restantes municípios da NUT III Minho-Lima⁵⁷. Esse cenário é agravado e em parte sustentado pelo número de estabelecimentos hoteleiros existentes, já que desde 2002, a análise dos dados referentes ao ano de 2009 demonstra que esta oferta não vai para além de um estabelecimento hoteleiro. Em detrimento do que acontece em Viana do Castelo e Caminha, concelhos detentores do maior número de estabelecimentos hoteleiros, que compõem o Minho-Lima (INE, 2010).

Relativamente à existência de estabelecimentos referentes às modalidades de turismo de habitação e de espaço rural, de acordo com a Comunidade Intermunicipal do Minho (CIM, 2012), Paredes de Coura detém o maior número de casas rústicas, ao nível do Turismo em Espaço Rural (TER), de toda a região em questão. Além dessas, apenas se regista a existência

⁵⁶ A esta evolução corresponde uma taxa de variação positiva, na ordem dos 2% (INE, 2010).

⁵⁷ Paredes de Coura, em 2009 era o município do Minho-Lima, que registava a menor capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros, classificados pela Direcção Geral do Turismo (DGT).

de um estabelecimento pertencente à modalidade Agro-Turismo, referindo-se à Quinta da Casa do Paço (CIM, 2012).

Por último, importa ainda referir que o Festival de Música de Paredes de Coura representa, contrariando as adversidades ligadas ao turismo e ao desenvolvimento do concelho, um recurso importantíssimo para o seu destaque, não só a uma escala regional, atingindo portanto dimensões de atractividade ao nível nacional. É através do campismo temporário, localizado na Praia Fluvial do Taboão que o concelho consegue fazer face à afluência de visitantes.

Com tudo isto, retomando a perspectiva de Fortuna (2012) da qual partiu esta análise, a discrepância de valorização patrimonial identificada no concelho de Paredes, com reflexos imediatos no desenvolvimento do turismo em Paredes de Coura deve-se em grande medida, à atribuição de determinado valor ao património. Essa atribuição de sentido e valor como foi discutido logo de início, envolve e depende de diversos actores sociais. Em Paredes de Coura, exemplos da importância das opiniões de especialistas e público, são aqueles inerentes à participação e objectivos da Agenda Local 21, da qual resulta uma noção de valor patrimonial ao nível concelhio. Já no que se refere àquelas situações em que o valor atribuído a um lugar, ou a um monumento não resulta necessariamente em património institucionalizado e é atribuído pelos turistas que lhes dão sentido fruto da alienação da realidade contextual, o antigo sanatório é um bom exemplo. O edifício do antigo hospital psiquiátrico em Mozelos que se encontra desactivado desde 2002, tem sido espaço de visitas de *geocachers*, apesar do mau estado de conservação que se tem vindo a agravar ao longo dos anos. Este exemplo permite perceber em última instância, que são as imagens e a atribuição de valor aos objectos, edifícios, ou lugares ‘turistificados’ que delimitam a sua transformação. No caso específico do antigo sanatório, a experiência emocional ambicionada, subjacente aos mais diversos relatos partilhados ora pela comunicação social, *blogs*, ou em sítios online de partilha de experiências relacionadas com o *geocaching*, têm elevado a importância turística do edifício. Verifica-se ainda que quanto maior o valor atribuído a determinados objectos, lugares ou práticas socioculturais patrimoniais, melhores as condições para o turista, em detrimento muitas vezes do sentido de património e preservação das comunidades locais desses territórios.

Com efeito, a melhoria das condições de segurança, nomeadamente através da implementação de plataformas metálicas nalguns dos miradouros, como aconteceu em 2013 com os do Penedo das Vistas e do Penedo do Milho, é um bom exemplo disso.

5. O Festival de Música de Paredes de Coura

“Partilha com a natureza. A subida que nos tira o fôlego e nos deixa com a língua de fora.

A música que se espalha pelas árvores, nos percorre o corpo e nos deixa um maravilhoso sentimento de pertença com aquele universo!

Os freak's e os dread's, as rastas e as covinhas na mão com um isqueiro na outra e um papelito branco entre os dedos! A cerveja que sabe bem em doses alternadas, um concerto, uma cerveja, um concerto, uma cerveja, um concerto, uma cerveja (isto dito rápido faz música ...acreditem). A relva que nos acolhe quando nos rendemos ao cansaço! A chuva que nos limpa a alma e suja a roupa (mas não faz mal). O pão com chouriço que nos forra o estômago para aquela música de que falei (um concerto, uma cerveja...)!

A resistência em ir ao WC!! (recordo a crónica em que amo ser bem descreveu o "drama no feminino" que é ir aos WC descartáveis). A pulseira! O ar que se respira! A emoção dos primeiros acordes do dia! A noite a cair e o universo de cores, cheiros, vozes, sons...que nos envolvem! As histórias que ficam...As frases que ditam momentos memoráveis...

Este ano, mais uma vez não consigo deixar estas pequenas coisas de lado...

Que saudades de Paredes de Coura!”

Carla Almeida, Julho de 2008, blog No Fim da Calçada

5.1. Surgimento e crescimento do festival

Se considerarmos o ano de 1992 como aquele em que surge a ideia de se realizar o festival de música, ainda que sem qualquer certeza de que esse viria a consolidar num dos maiores e mais importantes festivais de música de verão (ao nível nacional e com impactes mais evidentes, no âmbito regional), o Festival de Música de Paredes de Coura é seguramente um dos mais antigos e consolidados, já que se realiza desde então sem qualquer interregno.

Nesse sentido, a comemoração dos vinte anos de festival de Paredes de Coura realizou-se na edição de 2012. Essa edição contou com a passagem de cerca de 85 mil pessoas ao longo dos cinco dias de realização de festival (Lusa, *in Blitz*, 2012). Relativamente ao orçamento do mesmo ano, verificou-se uma redução provocada pelo corte de 70 mil euros no apoio da autarquia, rondando por fim os 800 mil euros e o milhão de euros (valor semelhante ao da edição de 2011). Reafirmando essa ideia, com base numa fonte noticiosa local⁵⁸, também a edição de 2013 contou com menor apoio por parte da autarquia, considerando que o valor mais baixo do orçamento autárquico foi justamente atribuído ao evento. Não obstante, os dados relativos ao número de participantes no festival nessa edição demonstram o acréscimo de cerca de 15 mil participantes, quando comparados com os da edição anterior (<http://sicnoticias.sapo.pt>).

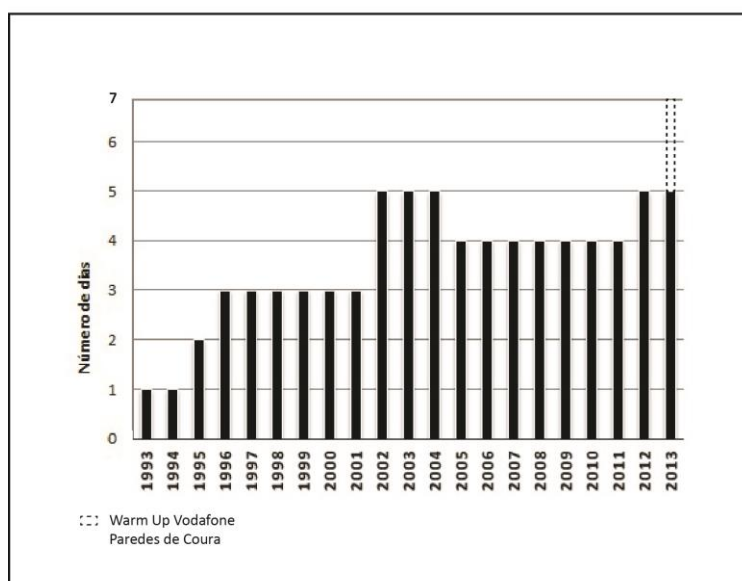
A realização dum análise mais pormenorizada, relativamente ao Festival de Paredes de Coura ou a outro festival de música, sobretudo no que concerne aos valores que definem o orçamento, ou o número de participantes é grosso modo defectível. De facto, esses valores são na sua maioria divulgados pelos diversos órgãos de comunicação social e fontes noticiosas, provenientes em primeira instância, das entidades organizadoras dos eventos que estão conscientes do poder dos primeiros relativamente à formação de imagens sobre o festival. Isso significa que não constitui objectivo das empresas organizadoras de um festival cujo número de participantes tenha vindo a decrescer substancialmente, transmitir tais informações (encaradas como fragilidades), que colidem sobretudo com a estabilidade financeira do evento comprometendo assim várias vezes a sua continuidade. Assim, note-se que esta análise

⁵⁸ Notícias de Coura.

considera alguns dados com estas especificidades, mas que ainda assim permitem analisar amplamente a evolução do festival ao longo das duas últimas décadas.

A abordagem em termos históricos ao festival remete-nos para 1993. Ano em que se realiza a primeira edição do festival que teve como principais impulsionadores um grupo de jovens que se intitulavam de Incentivo à Cultura Courense (I.C.C.), cuja admiração pelo rock dos anos 80 denominado independente, proporcionou o seu surgimento. Nesse sentido, a construção e o surgimento das diversas imagens do festival são desde o primeiro acontecimento influenciados pelo aparecimento de diversas bandas de garagem e de programas de rádio e televisão ligados à música. Noutra perspectiva, apesar da importância que o festival tem vindo a adquirir, a falta de apoio da autarquia em 1992 poderia ter travado a realização do evento que não passaria de uma noite de concertos de bandas rock na vila e por isso, apenas desde 1993 se consideraria o nascimento daquele que viria a tornar-se um dos mais marcantes e históricos festivais de música portugueses (Azevedo, 2005). Nos dois primeiros anos, em 93 e 94 o festival contou com apenas um dia e o cartaz deu sempre destaque a bandas nacionais. Bandas como Ecos da Cave, Gangrena, Ena Pá 2000, Tédio Boys actuaram nessas edições. Posteriormente, a duração da sua realização foi aumentando, para dois dias, para três e quatro dias e finalmente, atingindo no máximo cinco dias de duração.

Figura 2- Duração do festival, 1993-2013



Fonte: Cartazes do Festival (1993-2013)

A importância que o festival foi adquirindo logo nas primeiras edições pode ser apontada como uma forma de motivar o surgimento posterior de outros festivais de música de verão. Sobretudo aqueles realizados em territórios periféricos, longe dos dois centros urbanos que concentram grande parte dos eventos culturais e também os grandes investimentos ligados à cultura.

De acordo com Tavares (2010) este grupo de jovens conseguiu demonstrar através da realização e sucesso do festival que a localização interior da vila não seria sinónimo de insucesso. Avança com exemplos do seu resultado e projecção positiva, referindo que desde a 2ª edição do festival que lhe eram atribuídas páginas inteiras em jornais nacionais, como por exemplo, no Público. Por sua vez, a proximidade a Espanha pode também ter influenciado uma aposta na internacionalização, que veio a consolidar-se apenas na edição de 1996 (4ª edição), e que mais tarde se resultou na instalação do Palco Ibero Sounds que misturava actuações de bandas portuguesas e espanholas em ascensão. Outros exemplos das transformações no *line up* do festival dizem respeito às actuações de bandas como Sex Museum, Raincoats e Killer Barbies⁵⁹. Nesse momento foram os organizadores do festival a contratar as bandas e apenas no ano seguinte, fizeram um acordo com a promotora Música no Coração⁶⁰. De facto, se durante os primeiros anos a organização do festival era levada a cabo quase exclusivamente pelo I.C.C., mais tarde reconheceram-se as contrapartidas de parcerias com outras entidades e promotoras de eventos, até ao surgimento da Ritmos em 2003 que tem organizado o festival desde então.

A evolução que acompanhou o festival revelava uma profissionalização cada vez maior, no que diz respeito à sua estrutura e organização, o que influenciou certamente, o reconhecimento em 1999, como o melhor festival do país, quer pelo cartaz e pela sua coerência (Tavares, 2010). Quando se comemorou uma década de existência do festival, muitos consideraram-no como um festival único e então começa a ser-lhe atribuída esta característica de autenticidade, agora muito associada ao espaço natural envolvente mas também à sua programação. É também sensivelmente a partir deste momento, embora construída quase desde a sua primeira edição, que se consolida a imagem de que o festival courense corresponde

⁵⁹ Bandas espanholas e britânica.

⁶⁰ Esta associação permitiu um crescimento e projecção maiores, sobretudo junto dos media.

a um espaço de experimentação de artistas e novos conceitos, sendo o festival que mais estreias apresentou em Portugal⁶¹.

Ressalta-se ainda uma interpretação à imagem de uma “aldeia gaulesa, materializada numa comunidade *indie* (...) haja o cartaz que houver, nenhum outro festival da área do pop e do rock poderá nunca dizer que é mais independente do que este: há anos em que Paredes de Coura não tem sequer unhas para chegar ao alto patrocínio de nenhuma das grandes marcas de telemóveis e de cerveja. Pode ser uma tragédia para a organização; para os espectadores, é um suplemento de superioridade moral (a juntar à superioridade moral de terem sido os primeiros a ver os Arcade Fire). Como se Paredes de Coura fosse a irredutível aldeia gaulesa resistindo heroicamente às diabólicas concessões da verdadeira música ao capitalismo global.” (Nadais, 2010)

De acordo com essa perspectiva, 2005 foi talvez o ano mais ‘marcante’ para o festival. Foi para muitos (Tavares, 2010), o festival de verão com o melhor cartaz de sempre (actuação estreante dos Arcade Fire). Foi também essa a edição que chegou a ter grande reconhecimento internacional, nomeadamente pela edição espanhola da conceituada Rolling Stone, que o considerou o 5º melhor Festival de Verão da Europa⁶². Salienta-se por último, a premiação do festival em duas categorias votadas pelo público em geral, na primeira edição dos Portugal Festival Awards de 2013: ‘Melhor campismo’ e ‘Melhor festival não urbano’; prémios que vieram reforçar algumas das imagens associadas ao festival, e simultaneamente se relacionam com a construção da ideia de autenticidade.

Já no que diz respeito à evolução do cartaz e ao nível da organização, Tavares (2010), destaca o ano de 2007 como aquele em que surgem diversos palcos: o principal, geralmente associado ao patrocinador preponderante; o palco *ibero sounds*, destinado a bandas portuguesas e espanholas pouco conhecidas; o jazz na relva, que anima nalguns dias uma das margens do rio Taboão e o *after-hours*, com destaque para a música electrónica. Normalmente são as bandas consideradas ‘cabeça de cartaz’ que actuam no palco principal, e por norma essas são as internacionais e a principal motivação ao nível musical. No entanto, em Paredes de Coura já tiveram lugar de destaque bandas nacionais como Mão Morta, Blasted Mechanism, X-

⁶¹ Imagem de ‘rampa de lançamento’ de muitas bandas: Mr.Bungle, Flaming Lips, Lamb, Woven Hand, Arcade Fire, Kaiser Chiefs, Bravery, Queens of the Stone Age, são alguns exemplos.

⁶² Acresce ainda, nesse ano, a importância da cobertura de jornais e revistas de referência, tais como, o New Musical Express, a Uncut, a Vibe e o El Mundo (Tavares, 2010).

Wife, e mais recentemente, Ornatos Violeta⁶³ em 2012, os The Glockenwise e Black Bombaim, em 2013.

Nas edições de 2012 e 2013, destacaram-se três palcos distintos, respectivamente: o já habitual jazz na relva, simultaneamente denominado Palco JN⁶⁴, que pela localização, numa das margens da praia fluvial, alarga a musicalidade do evento para além do recinto oficial; aquele que comumente se reconhece como palco principal e adopta o nome do mais importante patrocinador do festival, em 2012, Palco EDP e Palco Vodafone, na edição de 2013; e por último, o Palco Vodafone FM correspondeu ao palco secundário em ambas as edições.

É certo que, este tipo de festivais tem vindo a suscitar o interesse de algumas marcas e identidades a elas respeitantes, que por sua vez, patrocinam tais eventos. Algumas marcas identificam nesses, um determinado potencial publicitário. Porém, o interesse é mútuo e parece ter vindo a favorecer ambas as partes. Assim, os festivais de música de verão em Portugal e a sua realização têm vindo a depender grosso modo, dos patrocínios, o que se traduz por exemplo na relação semântica. A mais evidente é talvez o nome do festival, que conseqüentemente se altera, mediante o patrocinador oficial de cada edição (em 2012, EDP Paredes de Coura e em 2013, Vodafone Paredes de Coura). A esse propósito, apenas nos dois primeiros anos se identificaram empresas e entidades locais⁶⁵ no papel de principais patrocinadores, sendo que a partir da 3^a edição esse papel ficou a cargo de grandes empresas nacionais e internacionais e desde então destacam-se sobretudo aquelas ligadas à comercialização de bebidas alcoólicas e mais recentemente, às telecomunicações.

Por fim, é importante referir que naquilo que diz respeito ao festival de Paredes de Coura, o seu sucesso está em grande medida, muito dependente da sua promoção. Ou seja, são as conseqüências dessa promoção, nomeadamente a participação e o sentimento de que o investimento (tempo e dinheiro) do consumidor é em contrapartida compensado pelos benefícios e experiência proporcionada. O subcapítulo que se segue foca-se portanto na análise do evento promocional da edição de 2013 do festival, que se realizou no Porto.

Resta por último esperar que com o regresso do Festival de Vilar de Mouros em 2014, o de Paredes de Coura continue a destacar-se; que a sua importância para o turismo e para o

⁶³ Encerraram o palco principal e deram o último concerto da carreira num Festival de Música de Verão, na edição de 2012.

⁶⁴ Bandas apuradas num concurso promovido pelo Jornal de Notícias, com o objectivo de dar a conhecer bandas portuguesas em início de carreira.

⁶⁵ As Águas de Grichões (actualmente Salutis) são um exemplo.

desenvolvimento do concelho e da região, seja valorizado de forma mais sustentada e equilibrada.

5.1.1. Warm Up Vodafone Paredes de Coura 2013

O anúncio de que o Festival de Paredes de Coura ‘chegava mais cedo’, parece ter sido suficientemente promovido através de alguns meios de comunicação, nomeadamente aqueles ligados à música e à cultura⁶⁶. Nesse sentido, alguns dias antes a organização do festival e o *main sponsor*⁶⁷ confirmaram que os 3500 bilhetes colocados à venda tinham esgotado (Dinheiro Vivo, 2013), cujo valor correspondeu a 25€ pelo passe de dois dias e 15€ por apenas um dos dias. Dividido entre dois dias, 12 e 13 de Abril, o evento contou com a actuação de algumas bandas nacionais e outras internacionais. A sua realização integrou-se num cenário bastante distinto daquele em que se realiza anualmente o festival, tendo lugar numa das praças centrais da cidade do Porto, a Praça D. João I.

Ao nível musical, o alinhamento cujo objectivo foi antecipar o festival, correspondeu àquele que a organização tem vindo a adoptar ao longo dos últimos anos, constituído assim por nomes emergentes e alguns artistas consolidados da música independente. No dia 12 de Abril, os Capitão Fausto foram a única presença nacional, seguidos das actuações dos Veronica Falls⁶⁸, The Weeding Present⁶⁹, Everything Everything⁷⁰ e em último lugar dos norte-americanos No Age⁷¹. A noite de sábado, 13 de Abril, foi marcada por um número mais alargado de actuações, iniciando-se com Sensible Soccers⁷², seguidos das Stealing Sheep⁷³. Também a banda lisboeta

⁶⁶ Como por exemplo, através de *sítes* e páginas web cujo objectivo passa pela divulgação e promoção de eventos de música, teatro e artes performativas, em geral- ruadebaixo.com, palcoprincipal.sapo.pt, strobe.pt ou ainda Blitz.sapo.pt. Outros mais genéricos dizem respeito, aos jornais nacionais ou regionais, como é o caso do Jornal de Notícias e do Público. Por último, destacam-se as páginas na internet, do Festival de Paredes de Coura e também dos patrocinadores oficiais do evento realizado em Agosto, a Vodafone.

⁶⁷ Principal patrocinador do evento.

⁶⁸ Banda britânica de Londres.

⁶⁹ Banda britânica de Leeds.

⁷⁰ Banda confirmada no cartaz do Festival de Paredes de Coura de 2013, no dia 15 de Agosto.

⁷¹ Duo norte-americano de Los Angeles, que já actuou no festival em 2011.

⁷² Banda portuguesa.

⁷³ Banda britânica de Liverpool, que irá actuar também no Glastonbury em 2013.

Linda Martini esteve presente, seguidos das actuações de Omar Souleyman⁷⁴, Lee Ranaldo⁷⁵, encerrando por fim, com a de Matias Aguayo⁷⁶.

A paisagem envolvente, notoriamente urbana, contrasta com as características rurais e associadas à natureza, frequentemente atribuídas ao território onde se realiza o festival de Paredes de Coura. A análise a qualquer tipo de ligações entre o evento realizado no Porto, a cerca de 118km do lugar onde se realiza o festival minhoto, levanta talvez mais contrastes do que associações.

Em primeiro lugar, a paisagem é desde logo distinta. Ao acercar as imediações do recinto do *Warm-Up* - uma tenda que ocupou quase a totalidade da praça - nomeadamente as bilheteiras, a confusão urbana da hora de ponta, em grande medida visível nas filas e aglomerados de pessoas nas paragens dos transportes públicos existentes, e também no trânsito caótico e barulhento, acentuaram as diferenças presentes nos dois lugares. Por outro lado no contexto do festival, ressalta-se a importância da contemplação de uma paisagem, vista e imaginada como natural por grande parte dos participantes, afirmando-se assim como um dos elementos que marca a identidade do evento, transmitindo a sensação de afastamento do caos urbano e daquilo que já foi transformado em grande medida, pelas pessoas e pelas suas actividades. Assim, a paisagem que pôde ser absorvida pelos participantes do *Warm-Up*, contraria a imagens vinculadas à 'natureza', à 'tranquilidade' ou ao 'silêncio', através dos edifícios imponentes⁷⁷ e à dinâmica urbana que envolveram o recinto.

Destacam-se ainda outros elementos, como a presença de apenas uma tenda de campismo, numa das escadas de acesso à praça. Foi também no exterior, nomeadamente na parte da frente da entrada do recinto, que durante os intervalos dos concertos e também enquanto decorriam alguns deles, os participantes do evento e alguns curiosos foram convivendo, emergindo assim, um ambiente, apontado por algumas das pessoas presentes, semelhante ao de Paredes de Coura, reforçando a importância das comunidades de identificação. Consequentemente, a localização do evento teve repercussões nas questões centrais relacionadas com os apoios, a publicidade e a promoção do mesmo. No exterior, a

⁷⁴ Artista sírio. Já tinha actuado na edição de 2011 do Festival de Paredes de Coura.

⁷⁵ Artista norte-americano, co-fundador da conhecida banda Sonic Youth.

⁷⁶ DJ chileno.

⁷⁷ O tecto transparente da tenda revelou-se uma tentativa de proporcionar um ambiente mais natural ao evento, que rapidamente se corrompeu, através de edifícios imponentes e 'escuros', ocupados por instituições financeiras e outros, cuja publicidade e imagem reforçaram a predominância de uma paisagem e contexto marcadamente urbanos.

propósito da familiaridade com o nome do evento, promovia-se o turismo da cidade do Porto, a partir de uma banca- pertencente à sua recente marca *Oportunity City*⁷⁸- na qual podia ler-se a seguinte frase: '*Oportunity city to be warm*'.

No interior, durante os intervalos dos concertos, ao nível promocional as atenções focaram-se no apoio da Vodafone FM e na transmissão de vídeos promocionais⁷⁹ do evento, imagens promocionais da cidade do Porto. O conteúdo dos vídeos consistia na transmissão da ideia de que os elementos natureza, muito associados à ruralidade presente em Paredes de Coura e experienciada durante a realização do festival, 'invadiam' e 'fundiam-se' com alguns lugares e símbolos da cidade do Porto. Alguns dos símbolos identitários do Porto, presentes nos vídeos eram por exemplo, a Ribeira (perspectiva da Ponte de D.Luís); a Casa da Música; a Avenida dos Aliados; a Praça D.João I, entre outros.

De facto, a ligação com Paredes de Coura, pode na minha interpretação ser identificada pela presença de grafismos e animações muito semelhantes a folhas, de cor verde – elementos que nos remetem à identificação do território onde se realiza o festival. No entanto, as imagens fotográficas serviram para promover a cidade do Porto.

As ligações que podem ser estabelecidas, não dizem respeito às territoriais, mas sim àquelas que caracterizam a estrutura do festival em si, sobretudo aquelas referentes ao carácter organizativo. Como já foi referido, algumas actuações permitem essa relação já que quatro delas actuaram em edições passadas do festival. Os portugueses Capitão Fausto, em 2012 e Linda Martini, No Age e Omar Souleyman na edição de 2011. Por sua vez, os Everything Everything estrearam-se no *Warm-Up* e também actuaram em Agosto de 2013 na vila minhota.

Já os três bares pertenciam à Ritmos, empresa organizadora do evento e a segurança do recinto ficou a cargo da empresa lisboeta que desempenhou essas funções no festival em 2012 e em 2013, a Mama Sume. Estes são alguns dos elementos, através dos quais se pode estabelecer uma relação entre o evento que ocorreu no Porto e o Festival de Paredes de Coura, ainda que pouco ou nada relacionadas com o território.

Assim, a estratégia adoptada no que diz respeito à promoção do evento parece ter gerado dois efeitos distintos. Por um lado, o evento foi utilizado como um acontecimento musical

⁷⁸ "Oportunity City é a nova marca da cidade do Porto desenvolvida pela b+, um sinal com potencial empático junto de quem ainda não conhece a cidade e um desafio a redescobri-la para quem já a conhece (...) é uma mensagem para fora, alavancadora de características únicas da cidade, desenhada para promover o turismo e atrair o investimento (...)" (<http://www.bmais.com/articles/opportunity-city>).

⁷⁹ Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VkvSNZvFnc>

desvinculado de Paredes de Coura e em parte do festival, proporcionando assim duas noites de concertos a acrescentar à programação cultural do Porto, atraindo conseqüentemente pessoas que apreciam música e assistem a concertos nos momentos de lazer; outras que foram atraídas pelo cartaz; e famílias e ainda turistas - grande parte delas sem qualquer ligação ao festival (nunca foram ou foram poucas vezes e há muitos anos). A esse propósito, importa também referir que a pesquisa e análise de diversas notícias publicadas (online) referentes ao evento e à sua realização, permitiram perceber que os jornais courenses e ainda outros meios de comunicação locais ou regionais deram pouco ou não deram de todo, ênfase ao evento e à sua promoção/divulgação. Em contrapartida, as notícias e divulgação do evento centraram-se em organismos de comunicação do Porto. Por outro lado, este evento atraiu alguns participantes assíduos do festival de Paredes de Coura (que admitem ser consumidores da marca Paredes de Coura), provenientes do Porto e de cidades próximas, levando mesmo a deslocamentos de courenses ao evento que justificaram a sua participação pelo agrado das bandas confirmadas e pela ligação do evento ao festival.

A realização do 'aquecimento' do festival, na cidade de maior dimensão que se localiza mais perto geograficamente, pode ser encarado como um sinal da vontade e necessidade de que o evento cresça ainda mais. Essa evolução passa pela capacidade de atracção de um público jovem concentrado na cidade do Porto, e por isso salienta-se a necessidade de se estabelecer uma ligação entre o rural e o urbano. Pode dizer-se então, que este evento pode servir de exemplo daquilo que recorrentemente se verifica em tantas outras estratégias de promoção turística (de territórios, produtos, etc.) realizadas⁸⁰, cujo objectivo é várias vezes lançar uma imagem de diferenciação e autenticidade. Pequenas 'amostras' daquilo que se realiza em territórios com características rurais, têm-se revelado um bom instrumento para suscitar o interesse do potencial visitante, aquele que 'consume'.

⁸⁰ Essas dizem respeito, à organização de eventos e não só.

5.2. Experiências e imagens no festival de Paredes de Coura

O festival de música de Paredes de Coura é o maior evento que se realiza em Paredes de Coura, assumindo por isso uma importância local bastante significativa. Apesar disso, reconhece-se que os seus impactos reflectem-se também ao nível regional e o reconhecimento disso tem atingido por sua vez, proporções nacionais, de maneira que o festival se tem instituído como um dos mais importantes festivais de música de verão em Portugal. Ao mesmo tempo, a sua promoção turística, nomeadamente em Portugal e Espanha, bem como a sua consolidação, que vem sendo construída sensivelmente desde há duas décadas, tem atraído a participação de um público diversificado.

Esse público refere-se aos milhares de visitantes que anualmente chegam a Paredes de Coura e a sua permanência, cada vez mais prolongada, reflecte-se na construção de uma comunidade temporal e espacialmente efémera. Partindo dessa consciência, são exploradas questões sobre os comportamentos e as experiências dos participantes do festival das edições em análise. Nesse sentido, tenta-se perceber como é que essas comunidades de identificação se formam no contexto da realização do festival, mas também sob a influência da dinâmica do lugar, em parte exterior ao festival.

Por sua vez, com base na minha experiência nas duas edições do festival, que resultou em inúmeras conversas informais e em dois diários de campo, tenta-se identificar quais as principais motivações envolvidas no processo de decisão de participar no festival de Paredes de Coura, partindo do princípio que para a maioria o festival é a principal motivação na escolha de Paredes de Coura como destino. Essa escolha baseia-se nas imagens construídas sobre o festival e conseqüentemente sobre o lugar e o espaço. Essas imagens são influenciadas por diversos agentes, apesar de se destacar a importância da experiência no festival, e dos elementos de diferenciação, ideias essas sustentadas pela experiência noutros festivais de música de verão.

Assim, a discussão dos resultados divide-se em duas partes essenciais: a formação de comunidades de identificação e as motivações e as imagens sobre o festival de Paredes de Coura, que interferem na escolha de Paredes de Coura como destino da viagem. Note-se por fim, que as perspectivas discutidas resultaram da observação de alguns comportamentos e de muitas conversas e contacto com participantes nas edições de 2012 e 2013. Essas análises

referem-se grosso modo, aos períodos de experiência e reflexão apontados na metodologia. O seu reforço é realizado ainda através da utilização de algumas partes dos discursos dos participantes que constituíram a amostra, cujo contacto se realizou sobretudo no período de reflexão e são portanto, apenas discursos exemplificativos. Apesar disso, algumas dessas conversas posteriores à participação no festival, permitiram que se estabelecesse um contacto com os períodos de experiência e antecipação, ainda que retrospectivamente.

Assim, é necessário perceber que existem outros relatos, discursos e imagens que não foram explorados, centrados noutros grupos ou participantes, como por exemplo de estrangeiros, com os quais não se estabeleceu o contacto esperado. Essa percepção é acentuada pelo carácter mutável/temporário e grosso modo, subjectivo, da experiência e das imagens.

5.2.1. Comunidades de identificação

O envolvimento da comunidade local na organização e gestão dos festivais de música tem perdido alguma importância. Por outro lado, a realização dos festivais de música de verão, envolve a participação de visitantes que vêm de outros lugares, bem como de artistas, e esses também contribuem para a construção de comunidades de identificação, por sua vez, associadas a espaços de pertença e intensificação de relações (Duffy, 2000; Tavares, 2010). Essas deslocções e a crescente participação neste tipo de festivais relacionam-se com a necessidade de “tempos de lazer fazerem a ruptura com outros tempos” (Tavares, 2010:1264). Nesse contexto, o festival de Paredes de Coura pode ser interpretado como uma “pausa na rotina urbana” (Hawkins e Ryan, 2013).

É importante reflectir sobre outras questões, como a complexidade de caracterizar os festivais de música apenas sob a perspectiva de ser uma forma de articular conexões locais, entre identidade e lugar. Também não é fácil ligar ou relacionar um grupo de pessoas a um lugar em particular, porque identidade e lugar não são elementos fixos ou imutáveis/inalteráveis, mas antes múltiplos e variáveis (Duffy, 2000), sobretudo quando se considera a efemeridade do festival. Assim, o festival de Paredes de Coura é espaço de formação de determinadas comunidades. A discussão e análise da formação de tais comunidades partem desde logo da

consciência da sua amplitude e complexidade: diversos intervenientes com sentidos e noções de comunidade, pertença e identidade distintos; grau de importância da interacção social e musical.

Foi já referido que os festivais de música de verão podem constituir-se por “comunidades efémeras no tempo e no espaço” (Gibson e Connell, 2011:5). Esta interpretação pressupõe desde logo o período temporal em que se realiza o festival de Paredes de Coura e a ideia de que as interacções e actividades subjacentes ao festival e espaço ao qual essas estão confinadas têm apresentam uma dinâmica complexa. Isso verifica-se num primeiro momento pelo nome do festival, que apesar de se modificar de acordo com o *sponsoring* preponderante: EDP Paredes de Coura, em 2012 e Vodafone Paredes de Coura em 2013, localiza o evento num lugar geográfico em particular, ainda que posteriormente as suas consequências e interacções digam respeito a múltiplos e distintos espaços⁸¹.

Por sua vez, note-se que estas comunidades “geográfica e temporalmente limitadas” distinguem-se de outras que se formam por exemplo, na participação de concertos onde “o foco recai sobre a música”, ou da “frequência de raves, em que a cultura do consumo assume contornos diferentes daqueles que a configuram num contexto de festival” (Tavares, 2010: 1204). De acordo com essa perspectiva, Tavares (2010) refere-se à importância de se considerarem por um lado, as interacções estabelecidas entre os sujeitos, e por outro, o papel e relevância da música e das performances musicais, que reside na capacidade de conexão entre os participantes do festival e o lugar onde o mesmo decorre; os participantes não se consideram apenas receptores passivos da música, mas antes indivíduos com um papel activo na experiência musical. Verifica-se assim, a relevância de dois elementos essenciais a esta análise: a interacção social e a música. Com efeito, os festivais de música de verão distinguem-se de outras formas de interacção musical, levando a que grosso modo, a experiência social e musical seja memorável ou positiva (Hawkins e Ryan, 2013). Para além disso, os (espaços dos) festivais e os participantes não podem, nem devem ser interpretados separadamente, já que se confirma uma complementaridade (Waite e Duffy, 2010). É esse tipo de ligações que se estabelece que promove a criação de um sentido de identidade e de pertença (Duffy, 2000). O festival de Paredes de Coura pode por conseguinte, ser interpretado como espaço de intensificação de relações e atribuição de significados.

⁸¹ As conexões estabelecidas podem extravasar a definição local de comunidade: a ideia de pertença é móvel- varia de lugar para lugar e no tempo- ao mesmo tempo que é imóvel, porque está ligado a corpos, sentimentos, acções e experiências particulares (Duffy e Waite, 2011).

Por sua vez, tem-se consolidado, com base em diversos estudos que se dedicaram ao tema, a ideia de que grande parte das pessoas que participam em festivais de música vai com pelo menos outra pessoa; geralmente, não se trata de uma experiência solitária, já que as comunidades dos festivais são constituídas por diversos grupos (Gibson e Connell, 2012). Esta foi uma característica preponderante em ambas as edições.

“No Paredes 2012 fui com um grupo pequeno (...) Já em 2013 fui só eu e mais um amigo.” **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

“ (...) Este ano (...) consegui trazer 3 amigas do meu curso para acampar.” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

“Na altura tinha uns amigos que já iam a festivais e lembro-me de estarem sempre a falar do PDC de 1999 (o primeiro grande PDC). Na altura alguns iam nesse ano a PDC e outros só iam um dia. Aproveitei e fui com eles.” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

“Costumo ir com o meu grupo de amigos, que é conhecido pelo grupo do homem do chapéu (chegou a sair uma reportagem sobre o grupo no correio da manhã este ano). Este ano fomos cerca de 20 pessoas no meu acampamento e vamos sempre quase uma semana antes para lá para aproveitar bem o ambiente e as festas da vila.” **(Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)**

É de acordo com essa dimensão que o festival de Paredes de Coura se trata de uma experiência social, enquanto espaço de partilha com o outro (Oldenberg, 1999):

“Juntamente com a música, a vontade de interagir com o outro (conhecido ou não) constitui uma das principais motivações subjacentes à assistência aos festivais, vistos como uma oportunidade de socializar e estabelecer novas relações. Na realidade, os festivais assumem-se como oportunidades únicas e especiais para que pessoas muito diferentes, e que noutras circunstâncias dificilmente se encontrariam, se cruzem” (Tavares, 2010: 1204). Essa natureza identificada no festival courense permite que se criem os significados sócio-espaciais para as noções de comunidade e pertença (Duffy e Waitt, 2011).

Reportando-me aqui às ideias de Oldenburg (1991), o festival parece assumir-se como um ‘terceiro lugar’. De acordo com essa concepção, a nossa casa e o local de trabalho

correspondem ao primeiro e ao segundo, respectivamente, e é no festival, ou seja, no 'terceiro lugar', que podemos encontrar uma neutralidade e a oportunidade de socializar (Hawkins e Ryan, 2013)⁸². A sensação de bem-estar e o aumento do sentido de pertença, ou seja, de comunidade, percebida ao longo das duas edições do festival, reforçam esta associação. Características como a sua informalidade, a boa atmosfera e a participação de todas as pessoas, independentemente do seu *status* ou origem são igualmente particularidades importantes para esta noção. Assim, para além desta partilha constante, verifica-se a inclusão e aceitação da diferença, na medida em que coexiste a socialização de pessoas diferentes; o festival é o espaço onde pessoas diferentes podem conviver (Packer e Ballantyne, 2011), ainda que num curto espaço de tempo e parecem existir determinadas regras e normas de tolerância, sensibilização, confiança e reciprocidade.

Cria-se portanto, um ambiente afectivo através do qual se encoraja à abertura, intensificando-se uma espécie de identificação social através do sentimento de pertença (Waitt e Duffy, 2010). Mais se adianta, já que no festival se identificam sentimentos individuais de aceitação e pertença dentro de um sentido colectivo (nós), de fazer parte de uma comunidade, ainda que em parte imaginada (Anderson, 1991; Duffy, 2008; Duffy e Waitt, 2011); percebe-se também que quanto maior a participação e o número de experiências, maior é possibilidade do festival constituir um 'terceiro lugar' para a maioria dos participantes.

Figura 3 - Sentido de identidade e pertença: pulseiras das edições de participação



Fonte: Catarina Ribeiro, 2013

⁸² Recorrendo ao exemplo do teletrabalho, a noção de 'segundo lugar' e a importância desse lugar e momentos de socialização na vida das pessoas, quase que se desvanecem. Nesses casos, o festival de Paredes de Coura poderá assumir o papel de 'segundo lugar'.

Por sua vez, também se constata que à medida que as pessoas se vão apropriando do espaço do festival, e vão interagindo dentro de um processo de socialização constante (como se fosse 'seu'), colectivamente não se irá permitir que 'outros', aqueles que não são incluídos, corroborem essa noção de comunidade, bem como a sensação de pertença. Aliás, Hawkins e Ryan (2013) referem que quem mais participa, mais se integra de uma espécie de "código comunitário" e sabe melhor que comportamentos adoptar:

" (...) quem mais gosta do festival normalmente também é o mais crítico em relação ao mesmo." (Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)

Apesar do campismo poder ser interpretado como um todo, no qual colectivamente interage uma comunidade específica, o prolongamento da área delimitada como o espaço oficial de campismo, limitado grosso modo pela organização, juntamente com a permanência dos participantes em áreas de campismo distintas, condicionam a apreensão desse código. Por outras palavras, o trabalho de campo permitiu perceber que a maioria se concentra no espaço onde se encontram os WC's, os acessos ao campismo, a iluminação; são espaços onde, de certa forma os níveis de interacção social são mais acentuados e onde quem chega julga que deve estar, para pertencer à comunidade. Esta ideia é quase logo percebida na primeira participação, mas também se relaciona com as motivações e com o grau de identificação e sentimento de pertença, como se verifica em alguns discursos:

" (...) Convém ir um bocado mais cedo, tipo 2 ou 3 dias antes para conseguires um sítio porreiro (...) mais sombra e perto dos chuveiros/wc." (Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)

"No Paredes 2012 fui com um grupo pequeno e ficamos num sítio um bocado isolado, em relação onde estavam a maior parte das tendas. Já em 2013 fui só eu e mais um amigo e ficamos num sítio relativamente central, o que nos permitiu socializar mais com pessoas que não conhecíamos." (Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)

"Em 2008 a minha namorada não queria ir acampar para o meio da multidão e do barulho (...) ela já se cansou de acampar. Estivemos à procura de sítios fixos e encontramos esse. Agora é sempre ali. (...) Nos últimos anos fico num campismo à parte. A idade não perdoa. A paciência acaba. Tenho o carro ao lado. Mais cómodo mais prático." (Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)

“Fui antes à praia fluvial para arranjar um bom sítio para as tendas (...) acampamos na margem do rio (...) descansava sempre bem mesmo com calor e com o barulho mas pensei que ia ser mesmo mau e não foi.” (Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)

É no campismo onde se verificam e observam maiores níveis de interacção social, elemento central para que os participantes se sintam totalmente integrados no contexto do festival (Packer e Ballantyne, 2011). Essa interactividade é maior e mais intensa do que no recinto, o que se explica de certa forma pela assistência aos concertos que ocupa grande parte do tempo. Ainda assim, as transformações realizadas ao nível do entretenimento e do consumo paralelas às performances musicais propiciaram diferentes situações de interacção social. Em 2013, a ocupação do recinto foi menos publicitária e não se identificaram tantas distrações aliadas ao consumo, como os passatempos e os espaços dedicados ao entretenimento, verificados na edição anterior. Dessa forma, o espaço ficou mais amplo, livre de ocupação, emergindo conseqüentemente diversas áreas dedicadas à interacção social (bancos, mesas, baloiços, fardos de palha e o próprio solo desocupado). Nesse sentido, a edição de 2013 aproveitou de forma mais positiva a paisagem e as especificidades do lugar, para criar algo único e distintivo, socialmente e fisicamente. Para Gibson e Connell (2012), é também por isso que alguns festivais de música de verão se destacam.

Figura 4 - Perspectiva do recinto: interacção social



Fonte: Autora, 2013

Existem outros aspectos que se referem à formação destas comunidades e à condição de que o festival de Paredes de Coura pode constituir um 'terceiro lugar', percebida pela observação no trabalho de campo e pelas conversas estabelecidas com os participantes. Apesar de se ter percebido que a música é uma motivação muito relevante, destacam-se a atmosfera (ambiente) e a experiência, que integram e compõem o festival de Paredes de Coura. No que concerne à atmosfera, é grosso modo, caracterizada como despreocupada e amigável, proporcionando a oportunidade de descanso, de realização de determinadas actividades e interações sociais que beneficiam os indivíduos.

Packer e Ballantyne (2011) salientam a importância da experiência na formação destas comunidades. Essa experiência é reportada por grande parte dos participantes, na medida em que se reafirma um sentido de conexão e envolvimento, com os outros, com a música e até com os artistas. É antes de mais, uma experiência social partilhada e de identificação, por exemplo através da partilha dos mesmos gostos musicais:

"Identifiquei-me bastante com o ambiente de falar com toda a gente." **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

"As pessoas são todas simpáticas, parece que estão sempre dispostas a ajudar. Até os seguranças são incríveis! (...) Parece que lá, não há tristezas, não há preocupações - apenas desfrutar do festival." **(Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)**

" (...) à partida são pessoas que estão ali com o mesmo objectivos que nós, quase da mesma idade, e então é fácil falar...e às vezes acabamos por perceber que conhecem alguém em comum, ou que estudam na mesma cidade/faculdade de pessoas amigas... é engraçado." **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

(...) Regressávamos para a tenda mas ainda ficávamos sempre a falar fora das tendas até às tantas e era principalmente aí que falávamos com pessoas que não conhecíamos." **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

Também se ressalta a relevância da experiência de separação (Packer e Ballantyne, 2011). O festival de Paredes de Coura representa uma oportunidade de integrar um ambiente diferente e novo. Essa novidade pressupõe um contexto social distinto, que se distancia e diferencia da rotina do dia-a-dia, vivida nos 'primeiros e segundos lugares': a nossa casa e lugar

de origem e os locais de trabalho. As noções de liberdade e sensação de férias e lazer intensificam-se no festival de Paredes de Coura.

De acordo com essa perspectiva, o festival proporciona uma oportunidade e oferece um ambiente seguro para explorar outros aspectos das identidades individuais e pessoais. São exemplos disso, a experiência de acampar, a adopção de outros comportamentos (considerados por muitos, excessivos) que normalmente são reprimidos noutros espaços. Os participantes mostram a capacidade de integrar naturalmente o espaço e ignorar ostensiva e sistematicamente as regras (Tavares, 2010). “As roupas são uma marca, um ícone de duplo sentido: comercial de distinção e marca que assinala uma pertença, uma identidade” (Tavares, 2010: 1199), ao mesmo tempo que se registaram alguns ‘rituais de integração’.

“Aprendi tanta coisa com aquele festival. A nível de música como pessoal.

Existe a escola de paredes, sou um dos alunos.(...) Tenho uma relação especial com o festival por isso sou sempre suspeito, as aventuras que tenho de lá. histórias...” (Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)

“Quanto aos interesses semelhantes, normalmente são os interesses musicais (não necessariamente das bandas que actuam no festival), que pode levar às mais variadas conversas desde coisas que já aconteceram em festivais passado/noutros festivais, bandas que se viram/que se querem ver. (...) Mantenho contacto com algumas pessoas.” (Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)

“ (...) foi o único festival a que fui e a única vez em que acampeei. (...) Em relação à liberdade acho que só não fazíamos o que não queríamos mesmo.” (Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)

Esse processo de socialização e o sentido de identidade são inerentes ao festival, pois podem desenvolver-se organicamente, ainda que não constitua a principal intenção do participante fazer novas amizades. Isso também se explica pelo facto de a participação no festival não ser de todo uma experiência solitária, já que se identificam muitos grupos já constituídos, desde os lugares de origem dos participantes.

“ (...) a parte de socializar é um acréscimo! (...) Por iniciativa própria, não é usual meter conversa com ninguém, mas por acaso tenho algum contacto com algumas pessoas que só conheci no festival, ou porque se perderam dos amigos, ou porque estavam sozinhas e queriam um bocado de companhia.” (Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)

“Não sou muito de me meter com pessoal. Mas sim, pessoal do fórum. Pessoal vizinho.

Mais com pessoal que vai no mesmo grupo mas não são do "grupo".

Na altura existe sempre quem tenha conhecidos que queira ir e vai juntamente. Em 2012 eramos 3 grupos, que tinham pessoal em comum. Resultamos num grupo de 15.” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

O festival de Paredes de Coura é também espaço de experimentação de outras características individuais, como é o caso daquelas associadas à autonomia:

“Por exemplo lavar a louça, esquecer-me de lavar os dentes, beber mais frequentemente, etc.” **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

“Até cozinhar que eu não fazia ideia de como íamos conseguir no meio das árvores que eu tinha medo de incendiar alguma coisa, mas na prática foi muito mais fácil.” **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

Acrescentam-se ainda, alguns exemplos negativos da experiência, ou com os quais algumas pessoas não se identificam, ainda que no contexto geral o sentimento positivo associado à participação no festival se sobreponha e seja manifestado o desejo e a vontade de regressar no ano seguinte:

“Já para não falar de ter que dormir desconfortavelmente, mas tudo acaba por compensar.” **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

“Menos conversas durante os concertos. É o mal de paredes. Muitos putos. Mesmo assim é melhor do que outros.” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

*“(…) a única coisa que custou mais foi o banho de água fria (…)*há muitas pessoas que simplesmente vão ao festival pelas mocas que apanham e isso já não foi muito a minha onda, mas mesmo assim foi interessante. (...) [sobre um concerto]: *Não foi bem desiludida, eu gostei só que não achei que fosse bem o género de espectáculo que estava à espera no festival.”* **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

Figura 5 - Perspectiva praia fluvial, 'Ritual de integração'



Fonte: Pedro Pinto, 2009

Figura 6- Perspectiva recinto, formas de representação individual através da roupa



Fonte: Autora, 2013

Em suma, pode dizer-se que se identificam quatro tipos de experiências. A experiência musical, que corresponde ao cenário comum no qual a experiência social e a experiência do festival são construídas. Essa experiência musical intensifica uma sensação de conexão entre os participantes, a audiência e os artistas; entre os que celebram e o 'objecto de celebração'. Tal como foi discutido, a experiência de separação distingue o festival da vida diária, proporcionando por fim, um determinado sentido de desconexão, que leva à adopção de determinados comportamentos, à reflexão sobre as suas vidas e ao seu conhecimento sobre elas mesmas (Hawkins e Ryan, 2013). É esta a experiência que por um lado, nos remete para as noções de distância e de viagem (Duffy, 2000), já que a maioria dos participantes que integram estas comunidades no espaço e no tempo desloca-se de outros lugares. E por outro, para a noção de lugares marginais (Shields, 1992), na medida em que esses se referem a cidades e regiões que não acompanharam o caminho do desenvolvimento contemporâneo. Apesar de não terem que ser geograficamente periféricos, foram antes colocados na periferia dos sistemas culturais espaciais, onde os lugares são comparados uns aos outros (Shields, 1992).

Por sua vez, é necessário reflectir sobre aqueles que apesar de se identificarem com o festival e as suas experiências os integrarem de certa forma, nesta construção de comunidade, não experienciam essa separação. Refiro-me àqueles que participam no festival de Paredes de Coura, mas que residem em Paredes de Coura, fazendo parte da comunidade local. De facto, a minha análise permite concluir que essas 'experiências híbridas', ainda não foram devidamente exploradas sendo que a maior parte dos estudos tende a separar a comunidade local da comunidade construída. A esse propósito, uma das participantes do festival refere-se à sua experiência:

" (...) nunca pensei muito nisso, mas sim... acho que me modero mais um bocadinho porque sei que a qualquer momento me pode aparecer pela frente alguém conhecido e que não faça parte do meu núcleo de amigos ou alguém mais velho, que possa, de uma maneira ou outra, julgar qualquer tipo de comportamento mais libertino que tu tenhas num festival, porque , o ambiente também convida a isso."

(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)

É também sobre essa concepção, que Duffy (2008) refere que o festival não pode ser simplesmente separado da vida diária, mas antes interpretado como uma oportunidade de se expandirem determinados comportamentos, conhecimentos e interações incluindo todas as suas contradições e aspectos negativos e onde o sentido de lugar e pertença são negociados e (re) constituídos. Esta ideia, limita a portanto a de interpretarmos o festival de Paredes de Coura como um 'terceiro lugar'.

Até aqui tem-se discutido a importância das conexões sociais fruto da participação no festival de Paredes de Coura. No entanto, assumir o papel e relevância da música e das performances musicais, relativamente à sua capacidade de conexão entre os participantes do festival e o lugar onde o mesmo decorre, é um processo muito complexo. Essa complexidade tem que ver com as questões da invisibilidade do som, e com um número de sensações e comportamentos difíceis de descrever e explicar. Salienta-se portanto, o seu papel em definir o nosso comportamento em determinados lugares, criando uma atmosfera e estado de espírito, provocando reacções e respostas, reforçando simultaneamente papéis representativos (Connell e Gibson, 2004).

Existem porém, algumas ideias sobre as quais interessa reflectir, porque o festival de Paredes de Coura é antes de mais um festival de música e é através desse elemento que todas as relações se intensificam, já que a música está presente em todos os espaços. Pode ser vista também como o único elemento constante e presente em todos os espaços de realização do festival, apesar da sua conexão com esses espaços e conseqüentemente com os participantes, ser bastante distinta. Esta questão pode ser compreendida de forma mais clara, quando a apreciação de determinada música ou género enriquece a ligação entre os participantes. Também se verifica que a forma como as pessoas ouvem os sons é muito importante na forma como se delineiam os significados e as experiências do espaço do festival (Waitt e Duffy, 2010).

“ (...) ouvi antes do festival e achei as músicas mesmo desinteressantes mas a actuação foi qualquer coisa, foi dos que mais me recordo de estarmos todos ao rubro.” (Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)

A música tem um significado muito forte e de certa forma intangível, na medida em que explicar que papel e influência a música tem na experiência, é complexo e emocional. Apesar disso, percebe-se que a música tem um papel muito representativo no que diz respeito às ideias sobre lugar e sobre quem os participantes são ou podem ser nesse lugar (Duffy, 2011). Assistir

a determinados concertos no festival de Paredes de Coura, desencadeia por sua vez um momento de reflexão em torno das ideias de rural ou de ruralidade, reforçando ou alterando conseqüentemente esses significados. A música é por tudo isso um recurso através do qual se constroem estas identidades individuais e colectivas. Percebe-se ainda que as emoções que despoleta criam e mantêm vários ambientes performativos nos quais as pessoas interagem (Duffy, 2011). Em geral, o festival, as bandas e as emoções partilhadas pelo amor pela música, constituem um ponto de interesse comum. Fazer parte da cena musical, ou achar que se faz parte, neste caso de um género de música que contrasta com o comercial, é acima de tudo fazer parte da comunidade do festival de Paredes de Coura. Esse sentimento de pertença e identificação clarifica-se por exemplo, quando apenas cerca de 50 pessoas tiveram a oportunidade de assistir aos concertos do Vodafone Music Sessions na edição de 2013, e numa dessas performances o vocalista da banda diz: “Acho que este é o lugar mais bonito onde já actuamos”; ou no momento em se percorre a vila e se percebe que alguns dos estabelecimentos têm o rádio sintonizado na Vodafone FM, responsável pela transmissão de alguns dos concertos do festival.

Isso articula-se, e de forma a completar esta análise, com o que Duffy (2000:51) designa de ‘*community music festival*’: “meio de promoção da identidade de uma comunidade, ou pelo menos, a forma pela qual a comunidade gostaria que os outros a vissem. Há um sentido organizado. No entanto, o ‘*community music festival*’ pode ser visto como uma articulação de conexões entre identidade local e lugar, mas isso é problemático.”

Primeiro, porque como já foi referido em diversos momentos, é evidente que os festivais de música de verão podem não incluir a participação local. Isso acentua-se à medida que o festival se comercializa gradualmente e também necessita de atrair determinados públicos. Essa necessidade leva à adopção de estratégias de *line ups* exteriores à comunidade em termos de proveniência geográfica e de géneros e subgéneros musicais (Tavares, 2010).

Em segundo lugar, poderá não existir uma ligação organizativa específica oriunda a pessoas da comunidade, pois as estruturas organizativas são múltiplas e mutáveis: só se poderá verificar a interacção na comunidade local no que diz respeito a serviços oferecidos localmente quando o grau de exigência o dita (Tavares, 2010). No que se refere ao festival alvo de estudo, a organização do evento inclui pessoas que nasceram e viveram em Paredes de Coura e apesar de actualmente se constatar um determinado afastamento geográfico, porque já não residem em Paredes de Coura e o nível de actuação da Rítmos não se refere exclusivamente a Paredes de

Coura, os participantes (provenientes da comunidade local ou não) identificam-se e sentem-se próximos da organização. Por sua vez, nas edições em análise, o espaço construído por via da realização do festival não incluiu determinadas áreas dedicadas ao consumo, como por exemplo, supermercados, e por isso, os participantes deslocam-se à vila, para realizar esses consumos. Nesse sentido, pode afirmar-se que não se materializa uma ruptura total com a vila e com a comunidade local.

“ (...) e temos a vila perto caso precisemos de alguma coisa.” (Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)

“Vou também tomar banho às piscinas da vila e almoço sempre na vila.

Uma refeição quente faz milagres e não são caras na vila.” (Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)

“A vila apesar de muito pequena torna-se acolhedora, e facilmente encontras aquilo que precisas (...), almoçava sempre na vila, num restaurante óptimo. Era no Barbaças e descobrimos através de uma habitante da vila. Queríamos um sítio para almoçar que não fosse muito caro e que servisse refeições diárias, então indicou-nos esse. é um daqueles restaurantes típicos, com comida tradicional portuguesa (...) ficamos rendidos, tanto que almoçamos lá todos os dias!” (Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)

Outro exemplo diz respeito à criação da “Feira de Paredes” na área de campismo, essencialmente espaço de consumo, no qual algumas entidades e estabelecimentos comerciais locais tiveram oportunidade de integrar: Centro Paroquial e Social de Padornelo e a Nova Coura, livraria, papelaria e tabacaria localizada no centro da vila.

Reforçando essa ideia, o festival de Paredes de Coura reflecte identidades colectivas particulares de um lugar, também através do seu programa, actividades e consumos. Pode falar-se da importância cada vez maior do consumo de marcas na definição dos grupos de pertença. Tais consumos são elementos que contribuem para a consolidação de uma identidade pessoal, social mas sobretudo, colectiva (Tavares, 2010). Por isso, as marcas patrocinadoras deste tipo de eventos têm uma grande importância enquanto elemento simbólico de ligação dos indivíduos pertencentes a comunidades musicais. No que se refere às edições em análise, pode dizer-se que grosso modo, os participantes criaram um grau de identificação maior com a marca de 2013, a Vodafone, o que se explica pela sua associação musical (rádio Vodafone FM;

publicidade, etc.) e a um estilo de música específico, em consonância com o género de música associado ao sucesso do festival. Em suma, as comunidades formadas pelos participantes dos festivais conectam-se e relacionam-se pelo consumo de uma determinada marca; desenvolvem a sua auto-identificação e ligação à comunidade, através das suas práticas associadas ao consumo (música, gostos ou estilo) (Cummings, 2007; Tavares, 2010). Contrariamente, Gibson e Connell (2011: 12) alertam para a possibilidade de existirem residentes que não partilham “o amor, a paixão, as actividades, as políticas e o entretenimento de quem organiza os festivais e dos participantes.” Alguns até se opõem à sua realização, reforçando o descontentamento com alguns dos seus impactes, como os provocados pelas multidões, pelo barulho, e um determinado desrespeito e desafio das noções de identidade local. É também por isso, que o festival de Paredes de Coura, enquanto espaço de formação de uma comunidade de identificação, é simultaneamente responsável por algum sentimento de exclusão: “os indivíduos podem sentir-se excluídos porque esses não são os sons, os cheiros, os gostos ou as visões de comunidade” (Duffy e Waitt, 2011). Por outro lado, existem aqueles residentes que esperam antecipadamente pelo festival, trabalhando para promovê-lo, reunindo-se e partilhando a experiência com o visitante e é daí que resulta um sentido de identidade colectivo muito forte (Gibson e Connell, 2011).

Importa por último, referir a heterogeneidade do público, que se situa essencialmente na juventude e que a comunidade formada durante a realização do festival de Paredes de Coura transmite um sentido de pertença e identidade muito forte e distinta.

Figura 7- Perspectiva campismo: ‘Feira de Paredes’



Fonte: Autora, 2013

5.2.2. Motivações e Imagens

No primeiro capítulo discutiu-se a importância das imagens na decisão de viajar para determinado destino. Essas imagens formam-se a partir de um processo dinâmico que integra diversas dimensões e intervenientes. O festival de Paredes de Coura é para muitos a principal motivação para viajarem para e permanecerem em Paredes de Coura. Por outro lado, o período em que se viaja para a vila minhota demonstra que a participação no festival não é a única motivação, já que nos últimos anos o evento tem atraído um número crescente de pessoas que se deslocam cada vez mais cedo, permanecendo na praia fluvial e no campismo e ainda noutro tipo de alojamento.

Este subcapítulo analisa as imagens que os participantes têm de Paredes de Coura e de que forma essas são influenciadas pela experiência e percepção do festival de música de verão.

Enquanto que se relacionam essas imagens com as principais motivações de participar no evento e portanto, na escolha do destino, verifica-se que apesar da música e outros aspectos da experiência serem imprescindíveis para a tomada dessa decisão, as especificidades do território, nomeadamente as associadas ao espaço rural e o seu consumo, são simultaneamente imagens e motivações muito importantes.

Salientam-se alguns motivos que justificam o esforço de investigar e clarificar as motivações dos participantes em festivais. Esses motivos podem residir no facto de se melhorar a programação e a oferta associada ao consumo dos públicos do festival; perceber a sua relação com a satisfação e por isso, com o retorno ao festival e visitas recorrentes, das quais depende o sucesso do festival; ou clarificar melhor o processo de decisão dos visitantes (Crompton e Mckay, 1997). Exemplificando, se a principal motivação é a qualidade do cartaz e por isso, a música, o cartaz e a contratação de determinadas bandas devem corresponder a expectativas específicas. No que diz respeito ao festival de Paredes de Coura, e à sua integração num contexto de grande competitividade nacional de festivais de música de verão, que têm apostado na diversificação e tentativa de diferenciação, perceber e identificar as motivações dos participantes pode ser uma ferramenta muito útil. Nesse sentido, conhecer e identificar as motivações de quem participa no festival é importante no que se refere ao carácter competitivo e de diferenciação, o que por sua vez, influencia a própria estrutura do evento.

Alguns dos estudos que se têm focado na interpretação e análise das motivações que levam as pessoas a participar em festivais de música de verão, têm identificado alguns domínios principais, que no entanto variam de evento para evento. Crompton e Mckay (1997), Pegg e Patterson (2010), destacam sete principais domínios motivacionais: a novidade, que se concentra essencialmente no desejo de experienciar um evento capaz de provocar emoções, aventuras e surpresas novas, suplantando assim o tédio e a rotina; a socialização, pelo desejo de interagir com um grupo e com os seus membros; o *status*/prestígio da participação no festival, na pretensão de ser o centro das atenções, admirado e notado por quem o rodeia; a procura pelo descanso e por uma experiência relaxante, contrastando com o stresse do dia-a-dia; o valor educacional e o enriquecimento e expansão intelectual; a união familiar, no desejo de se fortalecerem as relações familiares; ou a regressão, para se adoptarem comportamentos associados ao período da adolescência. Estes são apenas alguns exemplos de domínios motivacionais que afectam a decisão de participar em festivais de música.

Acrescentam-se outros, como o entusiasmo e a emoção; o entretenimento; a diversão; o consumo do programa e da música (Pegg e Patterson, 2010); a presença de uma banda emblemática; o ambiente; e a liberdade (Tavares, 2010).

As metodologias adoptadas nos estudos sobre as motivações dos turistas não têm variado muito, centram-se na identificação de alguns itens motivacionais, que posteriormente são diferenciados através da atribuição de determinados graus de importância. Essa não foi a metodologia adoptada na análise das motivações dos participantes do festival, destacando-se uma análise exploratória mais compreensiva, cuja pretensão foi destacar principais factores motivacionais das pessoas com quem contactei, ao mesmo tempo que se utilizaram alguns dos discursos recolhidos na amostra, de forma a reforçar determinadas conclusões.

Os participantes das duas edições justificaram a sua participação focando os factores mais importantes. A qualidade do cartaz e o *line up* apelativo foi a característica mais mencionada e por isso, é pelo tema de celebração do festival que grande parte das pessoas decide participar no festival de Paredes de Coura. Logo de seguida, surge novamente a importância da socialização e do grupo de amigos. Como refere Cummings (2007), a experiência partilhada de assistir a concertos ao vivo, adiciona uma dimensão extra que não pode ser obtida quando se ouve simplesmente ou assiste ao concerto.

Para além da música, a companhia do grupo de amigos constitui outra das principais motivações para ir ao festival, como demonstram alguns dos participantes:

“ (...) sou uma amante de música decidi ir até porque tinha um grupo de amigos fixe para ir e o cartaz também ajudou.” (Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)

“ (...) o cartaz é sempre algo que me atrai, pela diferença. Paredes opta sempre por bandas menos conhecidas, que é sempre bom.” (Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)

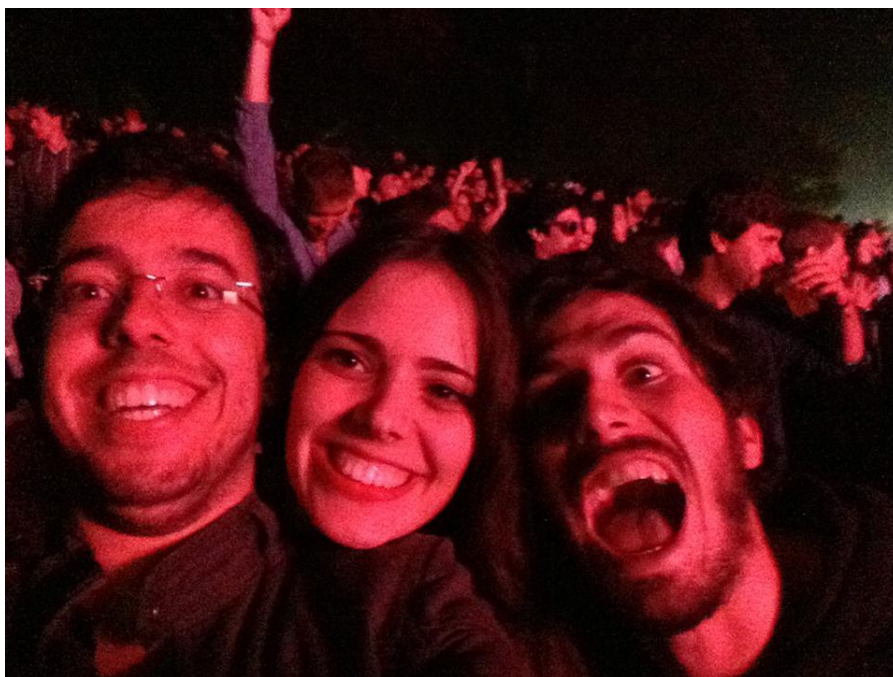
“ (...) o que mais me atrai no festival é a música (...) tem um ambiente mais descontraído e em que 90% das pessoas vão com o propósito de se divertir e de ouvir boa música.” (Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)

“Escolhi o Paredes de Coura porque conheço algumas pessoas de lá e outras que são assíduas no festival e sempre me disseram que era uma experiência interessante, pelo campismo, pelo ambiente que lá se vive. Quando saiu o cartaz, reconheci bandas que gosto bastante, então a curiosidade de ir a um festival e o facto de ser dos mais baratos também ajudou.” (Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)

“Na altura tinha uns amigos que já iam a festivais e lembro-me de estarem sempre a falar do PDC de 1999 (...) outros só iam um dia, aproveitei e fui com eles. Na altura era teen e gostava de Papa Rouch e eles fechavam nesse dia. Queria ver Zen e já conhecia Stone Temple Pilots. Conheci foi os grandes Queens of the Stone Age.” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

“A minha primeira edição foi em 2006, tinha 15 anos (...) Lembro-me de nesse ano assistir a Bloc Party e Yeah Yeah Yeahs, afinal eram das que o pessoal mais esperava. (...) Só me lembro de Morrissey, Fishersponner e We are scientists, que na altura acho que era muito catchy, muita gente queria ouvir. Mas foi a desilusão, Ah! E Shout Out Louds, claro.” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

Figura 8 - Importância do grupo de amigos



Fonte: Nelson Martins, 2013

Por outro lado, grande parte das pessoas refere-se ao ambiente do festival, como uma das principais motivações. Esta questão é talvez a mais complexa, porque ao contrário da importância atribuída à qualidade do cartaz, no que se refere ao *line up* ser apelativo e corresponder aos gostos musicais de cada um dos participantes, a repetitiva referência ao ambiente é de algum modo vaga e intangível. O ambiente pode portanto referir-se a duas questões principais. A primeira interpretação leva a crer que quando os participantes se referem

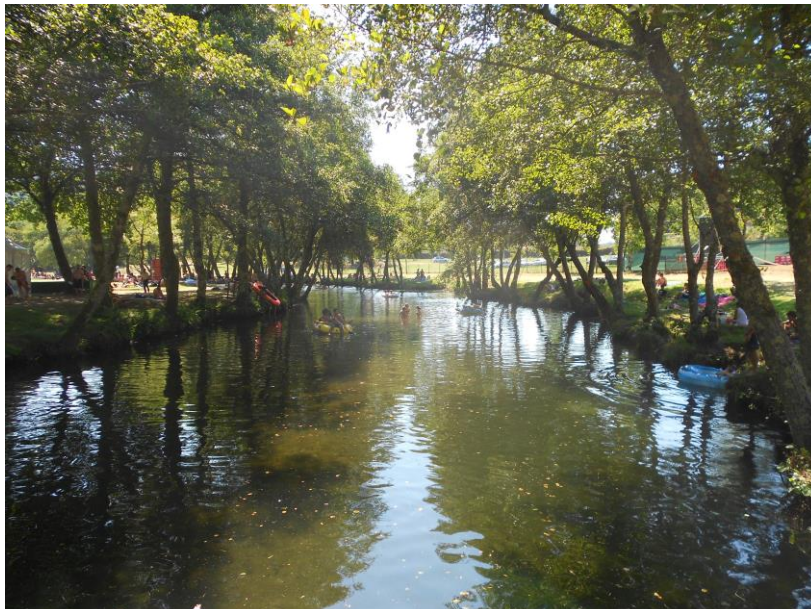
ao ambiente, atribuem uma importância acrescida às características geográficas do espaço e do lugar. Esta questão tem que ver portanto, com a idealização e imaginação do espaço rural e do Minho, e especificamente de Paredes de Coura. De facto, também tem sido através dessas imagens que o festival se tem diferenciado de outros, mas essa questão será discutida mais à frente.

“ (...) o ambiente, mas também pelo sítio, o campismo e o recinto que tem aquela natureza toda (...) quanto à natureza acho que define totalmente o ambiente” (Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)

“Acho que transmite mais tranquilidade, e provavelmente sendo muitas as pessoas que vêm de meios urbanos, pelo menos nesta semana tem um rio, muito verde, muitas paisagens para descontrair (...) eu acho ótimo o nosso espaço ser verde, é o que mais gosto no festival. A relva, as árvores atrás do palco criam um ambiente absolutamente fenomenal, que pouco ou mais nenhum festival tem.” (Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)

“ (...) e pelo ambiente do festival (...)” (Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)

Figura 9 - Perspectiva rio Coura e praia fluvial do Taboão



Fonte: Autora, 2013

Esta questão pode relacionar-se com o comportamento de consumo que decorre ao longo do festival, no sentido em que a natureza também se institui como objecto de desejo ou apreciação estética. De facto, grande parte dos participantes do festival com quem tive oportunidade de contactar e estabelecer conversas, enquadra o festival num espaço onde prevalecem os elementos: natural, puro, intocável ou genuíno. Os seus comportamentos são portanto mediados pelas “procuras sociais do ambiente e da natureza materializados no campo” (Figueiredo, 1999:265).

Uma segunda interpretação centra-se na dimensão da socialização e das pessoas que formam a comunidade do festival. A boa atmosfera sentida e percebida no festival acrescenta uma dimensão mais intangível à questão do ambiente geográfico, já que o sentimento de felicidade e de diversão intensifica a ligação afectiva com a paisagem e com o ambiente associado ao lugar e às características geográficas. Uma análise mais genérica poderá concluir que a motivação associada às imagens positivas do ambiente complementa e acentua a importância do cartaz e das performances musicais. Por conseguinte, acontece que se a primeira participação no festival de Paredes de Coura, é essencialmente pela qualidade do cartaz, após essa experiência, muitos dos participantes demonstram que as questões relacionadas com a socialização e com o ambiente, passam posteriormente a constituir a principal motivação para dar continuidade a essa participação.

A relevância atribuída a essa complementaridade está patente nas opiniões de alguns participantes e nas suas experiências:

“ (...) o verde, o ambiente, o convívio, os concertos, a descoberta (...)O festival é pelo todo.” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

“Iamos para o rio todos os dias, conhecemos muitas pessoas, andamos bastante o que não é de todo um hábito.” **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

“o campismo e o recinto que tem aquela natureza toda, é tudo muito pacato (...) o rio de que todos falam bem...” **(Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)**

Considerando ainda a partilha das experiências de alguns dos participantes ao longo das duas edições do festival, destaca-se a importância de outras dimensões que interferem no seu processo de decisão e na construção de imagens.

A associação do festival ao lazer, ao descanso e a uma experiência, relacionada em geral ao período de férias é também uma das motivações que mais se destaca. Pode por isso, assumir-se que o festival courense tem sido cada vez mais associado a tempos de lazer e afastamento da rotina e stresse do dia-a-dia. Nesse período, a diversão, o desejo de experienciar novas emoções e aventuras, de forma a ser suplantado algum tédio propiciado pela rotina nos 'primeiros' e 'segundos' lugares, constituem grandes motivações. A isso, acresce o preço do bilhete do festival que não é considerado excessivo, sobretudo quando comparado com outros festivais de música de verão nacionais. Este tipo de motivações, independentes à música, intensificadas pelo desejo de viver novas experiências, transmite a sensação de que a experiência no festival pode ter por base, "uma espécie de vida paralela assente num ritual de férias" (Tavares, 2010: 1252). Salienta-se simultaneamente a importância da data de realização do festival.

"Não tiro sempre férias, mas por acaso no ano em que fui a PDC, essa semana foram as minhas férias."

(Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)

" (...) uma semana low cost com boa música. Vendem o festival como férias.

Isso tem o lado positivo e o lado negativo." [relativamente ao preço do bilhete]: Não considero caro. 40 bandas. Poucos apoios e patrocínios. Já fazem muito por esse preço." **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

" Parece que lá, não há tristezas, não há preocupações - apenas desfrutar do festival." **(Sandra Freitas,**

21 anos, Vila Nova de Cerveira)

" (...) e o facto de ser dos mais baratos também ajudou. (...) Eu costumava ir de férias os últimos 15 dias de Agosto para a Póvoa de Varzim com os meus amigos, mas este ano não se proporcionou. Depois também trabalhava na altura em que se realiza o festival, até este ano [relativo a 2013]." **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

Quando o participante assume um tipo de comportamento associado a estas motivações, também se verifica que um número significativo de quem participa no festival de Paredes de Coura tem algum interesse em conhecer o lugar previamente; enquanto que para outros, a exploração cultural e a dimensão da novidade, de conhecer outros lugares também é significativa no que se refere à tomada de decisão de participar no festival. Pode dizer-se que a interacção externa ao festival também deve ser tida em consideração. Essa interacção pressupõe neste caso, o contacto com a comunidade local e com outros espaços. Apesar disso, também se percebe que existem muitos, que motivados por outros aspectos, têm um contacto externo quase inexistente; por outro lado, parece também evidenciar-se que quanto maior a importância das performances musicais, menor é a que se atribui a determinados aspectos relacionados com a socialização dentro da comunidade do festival, o que se traduz num maior conhecimento e interacção com outros espaços. Na última perspectiva podem incluir-se também alguns participantes que fazem parte da comunidade local. Assim, através desses casos, ilustra-se a importância turística que o festival representa para Paredes de Coura, da qual outros territórios nomeadamente da região, também beneficiam. Considerem-se alguns discursos exemplificativos dessas conclusões:

“gosto de meios rurais, conhecer as ditas terrinhas de Portugal e nunca lá tinha estado (...) chegamos a visitar Vila Nova de Cerveira porque estávamos ali ao lado e ainda aproveitamos Ponte de Lima no último dia (...) a pacatez da Paredes de Coura, a simpatia e simplicidade das pessoas da vila.” **(Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)**

“Já tinha ido lá uma vez visitar os meus amigos para conhecer o caminho e depois fui de carro cerca de 5 dias antes do festival começar. (...) o resto do pessoal, são muito acolhedores e prestáveis. (...) conheci melhor outros cafés e pastelarias, o supermercado, o centro cultural. Também fui a Valença num desses dias com eles e conheci mais ou menos os arredores da vila.” **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

[sobre a interacção exterior]: *“Só bens de primeira necessidade e almocei na vila uma ou duas vezes. (...) Tirando a praia fluvial e a vila acho que não conheço mais nada de relevante.”* **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

“Não, raramente acampo. Eu prefiro ir a casa dormir/descansar/tomar banho, sabendo que tenho a minha casa mesmo ali perto. Se isso não torna o espírito tão vivo? Possivelmente! Mas o meu gosto principal é ir ouvir concertos.” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

“ muito raramente frequento aquele espaço fora da época do festival, no inverno torna-se quase impossível e no verão, arranjam sempre forma de sair um bocadinho de Coura: praia, casa de alguém... Porque de facto é um espaço tão por conhecido por mim, que não me vejo na necessidade de ir lá tantas vezes.” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

[sobre a edição do festival em 2014]: *“ Vou tentar mas não é fácil. Nos últimos 2 anos a minha namorada já não foi a Paredes (...) Trabalho e disponibilidade é tramado.”*

(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)

(...) durante 3 anos fiquei na pousada da juventude de Vila Nova de Cerveira. Nos últimos anos fico num campismo à parte em frente ao rio. A idade não perdoa. Paciência acaba. (...) Este ano só por uma vez estivemos na praia fluvial. Estivemos sempre noutra lá perto. Pequena mas sossegada e com sombra. Estamos à vontade com a nossa música. Não somos os únicos lá mas tem pouca gente. Não é nada de especial mas é longe e perto. Levamos de beber comer e descansamos para a noite.” **(Pedro pinto, 31 anos, Guimarães)**

A par destas, e de forma a completar a experiência no festival, salienta-se outra característica do evento. Algumas actividades ligadas ao entretenimento e ao consumo têm integrado a maioria dos festivais de música de verão. Se por um lado surgem para diversificar a experiência do festival, por outro, representam formas de publicitar e promover as marcas patrocinadoras do evento. A sua importância reflecte-se na paisagem do festival e na identidade da comunidade. Por outro lado, oferece mais actividades de entretenimento e de ocupação do tempo, proporcionando outras formas de socialização. Apesar disso, as opiniões dos participantes não são coniventes. Há quem refira aspectos negativos como a perda de identidade do festival e o contraste com o seu ambiente natural e relaxante. Por outro lado, há quem considere positivo que o festival seja constituído por esse tipo de actividades e aspectos publicitários, diversificando os consumos.

“ (...) eu sempre gostei do nosso festival pelo facto de não estar muito cultivada essa ideia de brindes e etc, mas também penso que às vezes os passatempos ou jogos são uma forma engraçada de algum pessoal que não tem nada para fazer durante o dia se entreter e poder levar alguma coisa para casa que até possa dar utilidade. Mas não penso que seja nada de mais, não acho que faça perder o encanto a que o PDC sempre nos habituou, nada que se compare a festivais citadinos, pelo menos.” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

“Não acho que haja excesso de publicidade. Ela é necessária para que o festival se realize e há alguns brindes úteis como lanternas, panos. Sinceramente não me lembro bem das diferenças na publicidade entre 2012 e 2013, mas em 2012 tinha um gajo irritante a fazer publicidade com um megafone ao tarifário da Yorn, e se as pessoas cortassem o cabelo da forma X ou Y ganhavam um telemóvel. Era um bocado chato as pessoas estarem tranquilas no rio e ter que ouvir aquilo.” **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

De facto, persiste a ideia de que a participação no festival é a principal motivação para que os visitantes escolham Paredes de Coura como destino. É evidente que a regularidade do festival e os impactes associados à participação anual de milhares de visitantes afectam diversas dimensões: sociais, económicas e culturais. Não são apenas as características do festival que os participantes apreciam e valorizam, já que o contacto com a ‘cultura popular’ da comunidade local intensifica a experiência e o processo de decisão (Rivero, 2009). Nesse sentido, destaca-se uma parte bastante significativa de participantes que prolongam a sua estadia, aproveitando para realizar este tipo de contactos num período que antecede a realização do festival. Nesse período, o contacto com a vila é intensificado pela realização das Festas do Concelho, por exemplo. Ao mesmo tempo que se realiza outro tipo de actividades, como é o caso de concertos na vila⁸³. No momento em que as Festas do Concelho terminam e o festival se inicia, a paisagem e a dinâmica socio-espacial alteram-se completamente.

⁸³ Em 2013, para além das actividades paralelas ao festival, realizadas por iniciativa de alguns comerciantes e membros da comunidade local, a chamada ‘recepção ao campista’ concentrou-se no centro da vila, contrariamente ao que aconteceu na edição anterior. Em 2012, a ‘recepção ao campista’ realizou-se no recinto do festival.

Festival de Paredes de Coura, 13 de Agosto de 2012

16:05h (na vila): *“Tudo parece mais amplo, as praças, as ruas. A vila retomou a normalidade; depois do fim-de-semana as pessoas retornaram aos seus empregos e à sua rotina; sobressai a presença dos reformados e algumas crianças, sobretudo dos autóctones. As esplanadas estão mais vazias, e à excepção de alguns festivaleiros sentados nos bancos junto à Câmara, e os que subiram à vila para almoçar ou fazer compras, todo o espaço está despido de festival. Restam apenas alguns vestígios das Festas do Concelho: as decorações festivas já não se enquadram e as roulettes já estão prontas para partir. O céu coberto de nuvens cinzentas ameaça chuva. Parecem não existir grandes motivos para permanecer na vila.”*

Diário de Campo I- Festival de Paredes de Coura 2012

A realização do festival é por conseguinte, responsável por muita da exposição exterior do destino. Essa exposição realiza-se através da cobertura mediática deste tipo de eventos. Apesar disso, essa é uma questão variável e no que se refere ao festival de Paredes de Coura a envolvimento de alguns patrocinadores tem influenciado aspectos e estratégias relacionadas com a publicidade e a promoção do festival. Comparando os anos em análise, em 2013 a imagem associada ao festival foi mais influenciada por um número mais diversificado de meios de comunicação, quando comparado com o ano anterior. Apesar disso, é necessário discutir e analisar diversos aspectos considerando a complexidade da formação destas imagens.

Também já se referiu que a variável ‘distância’ é essencial no processo de formação da imagem (Rivero, 2009). Essa recai sobretudo nas pessoas que vivem noutros lugares e o seu contacto com Paredes de Coura é num primeiro momento influenciada pela exposição mediática, do evento e do lugar, em função da realização do evento. Por vezes esse pode ser constituir o único contacto e reflecte-se sobretudo quando a imagem é negativa, influenciando por fim, a decisão de não participar no festival. Outra consequência directa pode resultar numa perspectiva crítica da área ou ainda de outro tipo de discussões, centradas essencialmente nos impactes da realização do festival.

“A primeira vez que fui ao festival foi efectivamente em 2010. No entanto, em 2009 cheguei a comprar bilhete, mas por alguma insistência dos meus pais acabei por vendê-lo e não ir.” **(Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)**

Associado a essa questão, ressalta-se o facto do conteúdo da informação e das imagens expostas serem facilmente controladas e seleccionadas pelos organizadores. Pode dizer-se que quando os meios de comunicação estão fortemente vinculados ao festival e o seu envolvimento na organização é muito activa, os impactes na formação da imagem são mais positivos que negativos. Simultaneamente, os comportamentos dos participantes durante o festival são em grande medida, resultado dessas influências.

Por tudo isto, pode falar-se da construção de imagens, manipuladas por várias entidades (Eufurt e Johnsen, 2003; Rivero, 2009). São efectivamente as imagens das pessoas que nunca participaram no festival, as mais influenciadas por este tipo de exposição, já que após a experiência esse tipo de influência vai sendo cada vez menor. Assim, são os participantes ‘regulares’ que sustentam imagens muito consolidadas sobre o festival de Paredes de Coura, formadas geralmente pelas suas experiências; são também esses os que mais dificilmente se deixam coagir pelas imagens transmitidas pelos media (Eufurt e Johnsen, 2003; Rivero, 2009). As imagens que têm do festival são bastante positivas e resultam da identificação com o festival. Estas ideias referem-se também às expectativas e imagens formadas acerca de determinadas bandas e concertos.

[participante regular]: *“(…)falam muito mais aos meios de comunicação espanhóis do que portugueses. Aqui falam sempre o mesmo e dizer o que as pessoas gostam de ouvir. Sei lá. Aqui vende-se sempre mais do que o ano anterior e está a ser um sucesso. La fora os anos de 2004 e 2006 deram prejuízo e 2005 deu para pagar contas. Os patrocinadores aqui gostam de ser enganados e enganar com números.”* **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

[primeira experiência]: *“Não foi bem desiludida, eu gostei só que não achei que fosse bem o género de espectáculo que estava à espera no festival.”* **(Patrícia Barreira, 20 anos, Fafe)**

[primeira experiência]: *“Já ouvia falar bem sobre o cartaz em si e do ambiente”.* **(Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)**

[sobre outro festival de música de verão em Portugal]: “*O tipo de música desse festival, infelizmente, atrai esse gênero de pessoas (que, claro, são exceções à regra), mas também o maior relevo que este tem nos media e na publicidade e pela relativa proximidade com o maior centro urbano do País (Lisboa), o que também faz que nesse festival estejam acampadas bem mais pessoas do que em Coura.*” **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

“ (...) *cheguei a ler num jornal que alguns comerciantes provavelmente já teriam fechado portas se não fosse a semana do festival, que os vai ajudando a manter-se até ao ano seguinte.*” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

Outras imagens, que tentam descrever a experiência do festival têm sido amplamente expostas e relacionam-se com outros agentes de formação (Gartner, 1993). A consistência destas construções imaginadas evidenciou-se por um lado, em grande parte das imagens que os participantes têm sobre o festival, sejam esses regulares, da comunidade local ou estreatantes; e ainda nos vários suportes publicitários criados e planeados pelos responsáveis pela sua organização do festival. Podem ser interpretadas como formas de designar o festival e a comunidade criada, ou como uma espécie de resumo de toda uma experiência, em grande medida intangível.

A ‘presença’ de uma comunidade com intensas ligações ao festival de Paredes de Coura em redes sociais como o Facebook por exemplo, tem vindo a contribuir para a identificação das suas motivações, e sobretudo para a formação destas imagens. Não é por acaso, que a página oficial do festival seja ‘espaço’ de encontro entre a organização, participantes, não participantes, ao mesmo tempo que é fonte de vários órgãos de comunicação social e um importante agente de formação das imagens. Salienta-se portanto, a importância da comunidade virtual, cada vez mais valorizada pela organização e principais entidades de *sponsoring* do evento.

“*Coura é amor.*” **(Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)**

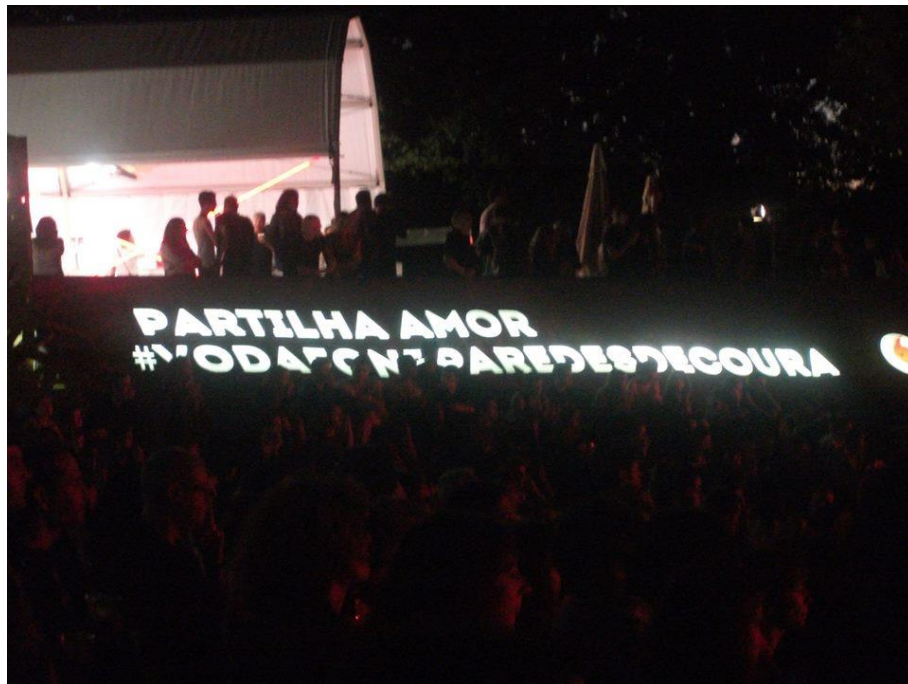
“*Paredes é amor.*” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

Figura 10 - Outdoor publicitário



Fonte: Catarina Ribeiro, 2013

Figura 11- Publicidade a incentivar a partilha de imagens em redes sociais



Fonte: Pedro Pinto, 2013

Constata-se ainda, que não são apenas as imagens e as experiências positivas desenvolvidas sobre o festival de Paredes de Coura, que têm de certa forma garantido a continuidade e o sucesso do festival. Verifica-se que se tende a valorizar alguns elementos de diferenciação, ainda que esta seja uma questão dúbia. Em primeiro lugar, importa referir que esses elementos de diferenciação não devem ser confundidos com autenticidade. A título de exemplo, a actuação de algumas bandas não é exclusiva ao festival, acontecendo que diversas vezes o *line up* é bastante semelhante ao de outros festivais de música, nomeadamente britânicos. Como se verificou no primeiro capítulo, de acordo com a concepção de Urry (2002), a questão do autêntico é bastante questionável, mas os participantes do festival tendem a sobrevalorizar outros aspectos, considerando a experiência no geral, centrando-se nos aspectos positivos.

Nesse sentido, tem-se construído a imagem de que o festival de Paredes de Coura é espaço de estreias e de convergência de actuação de bandas que contrariam o *mainstream*²⁴, especialmente no contexto nacional. O que acontece efectivamente é que as imagens construídas sobre o festival formam-se pela intensificação de outras experiências noutros festivais de música ou nas imagens que cada participante tem sobre esses festivais. Experiências ou imagens negativas sobre outros festivais de verão sobrevalorizam as características do festival, ainda que as últimas sejam bastante semelhantes. Isso significa que algumas das imagens sustentadas sobre o festival de Paredes de Coura, representam simultaneamente no imaginário dos participantes, elementos de diferenciação. Por sua vez, esses elementos de diferenciação vão de encontro a algumas das motivações.

“ (...) já fui ao Marés Vivas e Super Bock Super Rock. Eu achei o Marés ainda muito pequeno, mas que pode muito ver ter condições para evoluir. Achei no entanto muito do tipo familiar, ou com pessoal mais velho que por ter ali umas quantas bandas, resolveu ir experimentar. E o SBSR é claramente cidadão, muito pó, mas claro, envolvendo dinheiro é sempre mais fácil trazer aquelas bandas que todos um dia esperamos ver ou pelo menos temos a curiosidade de ver. Acho que é ser repetitiva, mas acho que o PdC tendo a parte da natureza, ganha mais pontos em relação a outros festivais.” (Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)

²⁴ Bandas pouco conhecidas, que se distinguem das bandas de música associadas à música comercial.

“ (...) o cartaz é sempre algo que me atrai, pela diferença. Paredes optar sempre por bandas menos conhecidas, o que é sempre bom (...) ” **(Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)**

(...) comparativamente ao outro grande festival não urbano (o Sudoeste) tem um ambiente mais descontraído (...) já para não falar dos vários assaltos e cenas de pancadaria (a que assisti no sudoeste em 2011). [relativamente ao preço de determinados bens]: Achei normais. Mesmo na restauração, eles até podiam ter aumentado muito mais os preços (como fazem na Zambujeira do Mar aquando do Sudoeste).” **(Nelson Martins, 22 anos, Penafiel)**

“Quando dizem que o PDC é diferente de todos os outros acho que é mais no sentido da música, que acaba por ser muito mais alternativa que a dos restantes festivais. Há bandas que quase ninguém conhece que vão a PDC e que acabam por ficar conhecidas um ou dois anos mais tarde acabando mesmo por ser cabeça de cartaz de um grande festival.” **(Andreia Santos, 22 anos, Penafiel)**

“ (...) sou muito a onda indie alternativo e Paredes está muito para aí virado. (...) no centro da europa fazem muitos de concertos na altura de paredes e por isso passam por cá mais tarde. [relativamente a outros festivais de música de verão]: O Alive decorre no mesmo sítio e mas não tem identidade nenhuma. É um festival muito cansativo.

Grande parte do tempo passo no alternativo mas chega uma altura que aquilo é muito pequeno. O Marés Vivas é um mini parque e nem consegues andar. O Alive tem dinheiro, o que faz dele o grande festival português e isso limita muito Paredes. Olhamos para o palco alternativo e vêes ali um Paredes perfeito.”

(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)

Outro tipo de características tem vindo a ser associado à identidade do festival. São sobretudo imagens do espaço geográfico: elementos da paisagem e do lugar onde decorre o festival. Essas imagens têm sido associadas a Paredes de Coura, apesar de representarem apenas espaços específicos e a dinâmica dos últimos ser temporalmente efémera. Por outras palavras, são as imagens e os espaços alvo de cobertura mediática e contemplação colectiva (Urry, 2002) que compõem e constroem a imagem global do destino. O festival de Paredes de Coura é talvez um dos melhores exemplos disso, porque apesar de não ser o único a realizar-se em espaço rural, são as características geográficas associadas à natureza, à ruralidade e à paisagem que amplificam a experiência musical.

Em consonância com a perspectiva de alguns participantes, tais especificidades e características destacam-se, e devem ser associadas às questões da diferenciação e identidade do festival. As características do recinto, das quais se destaca a importância do espaço onde se localiza o palco principal, justificada pelas suas condições topográficas, representam outra imagem preponderante: 'anfiteatro natural'. Mais uma vez, estabelece-se a relação entre a experiência musical e a experiência social e do festival, na medida em muitos dos participantes consideram relevante visualizar e interagir intensamente com as performances musicais, enquadrando-as na 'paisagem natural'. Estas questões são discutíveis, especialmente considerando a sua aceção natural, já que a paisagem se tem alterado. Mencione-se também a necessidade de se reflectir sobre questões relacionadas com a capacidade de carga.

Figura 12- Terraplanagem do recinto, 1993



Fonte: Arquivo Municipal de Paredes de Coura

“Pagar para ouvir? A minha namorada é pequena e é um filme. Até nisso o Paredes ganha pontos. Anfiteatro natural.” **(Pedro Pinto, 31 anos, Guimarães)**

“(…) e o facto do anfiteatro ser inclinado permite que se consiga ver melhor os concertos, principalmente pessoas baixinhas.” **(Catarina Ribeiro, 22 anos, Paredes de Coura)**

“Há muitas coisas que distinguem coura dos outros festivais. Uma das coisas é sem dúvida o palco e o facto de podermos estar em qualquer lugar e ver bem. Até sentados se vê bem.” **(Sandra Freitas, 21 anos, Vila Nova de Cerveira)**

Figura 13 - Perspectiva recinto: palco principal



Fonte: Autora, 2013

O destaque e a relevância dos elementos associados à natureza reflectiram-se numa determinada coerência discursiva, da qual se salientam as seguintes imagens do festival de Paredes de Coura: natureza/rio/verde. A importância dessas imagens valeu ao festival o prémio de Melhor Festival Não Urbano no Portugal Festival Awards, em 2013. Este tipo de 'reconhecimento' é também relevante para a construção das imagens do festival de Paredes de Coura, que afectam em última instância, a imagem do destino.

Retomando o modelo de formação da imagem de Gartner (1993) explorado no primeiro capítulo, salientam-se alguns agentes de formação das imagens do festival de Paredes de Coura e de Paredes de Coura, enquanto destino turístico. Parece evidente, que as imagens do festival, em 2012 e 2013, considerando a informação recolhida e a minha experiência, são em parte construídas organicamente, efectivando-se a participação no festival. Assim, a experiência dos participantes parece constituir o agente de formação mais relevante, através do qual se consolidam as diversas imagens até aqui analisadas. Refiro-me à sua relevância, no sentido em que após a experiência as imagens são cada vez menos afectadas por outro tipo de agentes de formação, e por isso resultam de uma menor manipulação e selecção propositada. Acrescenta-se ainda, a importância da partilha dessas experiências e imagens, com amigos e familiares. Nesse sentido, um número significativo de participantes referiu-se à importância atribuída à opinião de amigos que já tinham participado (constitui uma das motivações) e que normalmente partilham a experiência positiva com os amigos e familiares.

No entanto, também se constatou a influência de outro tipo de agentes de formação, nomeadamente os relacionados com a publicidade e a promoção do festival de Paredes de Coura. A 'proximidade' e a confiança na organização são dois dos motivos pelos quais os participantes são facilmente influenciados por imagens manipuladas e seleccionadas. Mas, a minha análise leva a querer que a sua influência é muito mais significativa nas pessoas que não nunca participaram no festival e nunca visitaram Paredes de Coura. É essa informação induzida que constrói grosso modo, as imagens do destino. Por tudo isto, pode referir-se que algumas das imagens sobre Paredes de Coura correspondem àquelas transmitidas sobre o festival, que se referem por conseguinte, aos espaços que têm maior cobertura mediática por concentrarem a maioria dos participantes do festival. Retomando a ideia de Urry (2002), se a imagem de Paredes de Coura, é em grande medida construída em função da realização do festival de música, essas imagens são o reflexo do 'olhar colectivo'. 'Olhar colectivo' indissociável à realização do festival de Paredes de Coura.

Por último, importa ainda perceber que existe outro tipo de factores que afectam o festival, as experiências e as imagens subjacentes ao primeiro. Esses factores não podem ser influenciados por nenhum dos agentes referidos, embora se possam minimizar as suas consequências⁸⁵. São disso exemplo, as condições meteorológicas ou algum tipo de acidente (Eufurt e Johnsen, 2003; Rivero, 2009). De acordo com essa perspectiva, a chuva é também outra imagem associada ao festival de Paredes de Coura, apesar de não constituir um aspecto muito relevante quando considerada a imagem positiva formada pela experiência, em geral. Tendo em conta essa relevância, importa referir por fim que as imagens formadas e a experiência variam e por isso, sempre que analisadas deve prevalecer a consciência de que se tratam de domínios efémeros e mutáveis.

⁸⁵ Em 2013, a organização do festival realizou algumas transformações na área de campismo e no recinto de forma a se prevenirem e minimizarem alguns constrangimentos causados pela chuva, como por exemplo, através da colocação de calçada nalguns dos percursos.

Considerações Finais

À semelhança do que tem vindo a acontecer um pouco por todo o mundo, actualmente os festivais de música em Portugal têm integrado as estratégias de desenvolvimento turístico e regional. Ainda assim, mesmo que o envolvimento da comunidade local seja incipiente, especialmente quando comparado com o que caracterizava alguns dos festivais de música aquando do seu surgimento, percebe-se que quando se realizam em espaço rural, salienta-se uma interacção bastante significativa, entre os visitantes, a população local e o território.

Se mais recentemente o festival de Paredes de Coura tem sido orientado e programado para o exterior, mais do que para a comunidade local, não deixa de ser importante perceber que durante a realização do festival se formam outro tipo de comunidades, comunidades efémeras portanto. Essas resultam e são sustentadas por um sentido de identidade e pertença, ao mesmo tempo que se desenvolvem diversas relações e experiências imprescindíveis à compreensão e análise deste tipo de eventos. É através da análise e discussão dessas relações, sociais, temporais e territoriais, que se percebe com mais clareza a importância do festival de Paredes de Coura e não apenas na discussão de outro tipo de impactes, nomeadamente aqueles mais tangíveis como por exemplo, os económicos.

É indiscutível a relevância da realização do festival para Paredes de Coura e tal como foi referido, o desenvolvimento do turismo ao nível regional parece também beneficiar. No entanto, a imagem de Paredes de Coura promovida sobretudo durante a realização do festival, tem resultado grosso modo, do olhar colectivo do visitante. A valorização do olhar colectivo tende a formar uma imagem bastante 'reduzida' do território, na medida em que essa imagem é construída principalmente através do contexto do festival e por isso, é orientada de acordo com as expectativas do público-alvo.

No entanto, em consonância com a perspectiva de que o festival de música é a principal motivação na escolha de Paredes de Coura como destino e essa participação seja justificada em grande medida, pela identificação com a música, salientam-se outras ideias importantes. As motivações e as imagens do festival de Paredes de Coura, especialmente na sua crescente associação a férias e ao lazer, justificada pela necessidade de ruptura com o quotidiano, no sentido de idealização e imaginação do rural por parte dos visitantes, têm motivado por exemplo, as deslocações que antecedem a realização do festival. São essas as expectativas que

influenciam também as experiências dos participantes do festival e em última instância as imagens acerca do evento em si, mas também do contexto geográfico, nomeadamente do território.

Assim, uma parte significativa dessas imagens que se constroem em diferentes momentos é orgânica, uma vez que são as experiências pessoais e subjectivas no festival as mais relevantes. Por conseguinte, são as opiniões e a partilha das experiências que vão influenciar a participação de outras pessoas e potenciais visitantes. Outro tipo de agentes tem uma grande influência na construção das imagens, e acentuam a imagem do rural idealizado, ressaltando a importância de elementos como a natureza, o verde, o rio. São exemplos, a organização do festival, através do tipo de publicidade adoptado. À medida que se constrói esta imagem, também se percebe que o festival tem sido caracterizado através de alguns elementos de diferenciação, ainda que em parte construção imaginada do participante/visitante. Tudo isto é acentuado pela comparação com outras experiências, nomeadamente noutros festivais de música de verão.

Apesar destas representarem as ideias principais das análises e discussões presentes nesta dissertação, deve referir-se que essas resultaram de apenas algumas perspectivas e da minha experiência nas duas edições do festival. Considerando que a formação de determinadas comunidades resulta num processo temporário, deve ser referido que essa temporalidade também delimita as diversas relações sociais e espaciais. Por sua vez, como o processo de formação de imagens é condicionado pela influência de diversos agentes e se vai alterando ao longo do tempo (períodos de antecipação, experiência e reflexão), as imagens são mutáveis. Simultaneamente, as experiências vão-se alterando e é nesse contexto, que a forma como o festival é programado assume especial importância. Por outras palavras, é antes de mais importante perceber que as análises aqui apresentadas não integram todas as imagens e experiências referentes ao festival de Paredes de Coura.

A diversidade e os impactes das diversas relações que compreendem este tipo de eventos, com maior ou menor interacção com o território e com a comunidade local, podem constituir o ponto de partida para concentrar a atenção de diversos estudos sobre os festivais de música de verão. Considerando a crescente proliferação dos festivais de música de verão em Portugal, nas mais variadas dimensões, algumas delas aqui exploradas, este domínio de análise tem um grande potencial por explorar, sobretudo no que se refere à compreensão e ao

planeamento de questões relacionadas com desenvolvimento de alguns lugares, especialmente em espaço rural.

Referências Bibliográficas

- Abdalla, M. G. (2007), Egypt's Image as a Tourist Destination: A Perspective of Foreign Tourists in *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol.3, nº1, 2008, pp. 36-42.
- Abreu, P. (2004), Músicas em movimento. Dos contextos, tempos e geografias da performance musical em Portugal in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 70, pp.159-181.
- Allen, J. et al. (2003), *Organização e Gestão de Eventos*, Elsevier, Editora Campus, 7ª Edição, p.4.
- Anderson, B. (1991), *Imagined Communities, Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso.
- Anderton, C. B. (2006), *(Re)Constructing Music Festival Places*, Swansea University, pp.1-359.
- Associação de Municípios do Vale do Minho (2011), *Atlas das Paisagens do Vale do Minho, Projecto-Promoção e Sustentabilidade das Paisagens do Vale do Minho*, pp. 3-27.
- Associação Nacional de Municípios Portugueses (2013) - <http://www.anmp.pt/anmp/pro/mun1/mun205w1.php?dis=16&cod=M4940>
- Azevedo, R.M.G. (2005), *Os Festivais de Música de Verão em Portugal como Veículos da Cultura e de Desenvolvimento Local – Os casos de Vilar de Mouros e de Paredes de Coura*, Seminário de Investigação, Geografia e Planeamento, 2004/2005.
- Azevedo, N. (2010), O aproveitamento das amenidades rurais na valorização do território. O caso de Trás-os-Montes e Alto Douro in *Actas do XII Colóquio Ibérico de Geografia*, Faculdade de Letras: Porto, p.1.
- B+ (2013), “Opportunity City” - <http://www.bmais.com/articles/opportunity-city>.
- Banyai, M. (2009), *The Image of Tourism Destinations: A Case of Dracula Tourism*, University of Waterloo, Ontario, Canada, pp. 12-31.
- Barretto, M. (2007), *Turismo Y Cultura: Relaciones, contradicciones y expectativas*, Colección PASOS edita, nº1, pp.57-85.
- Beja, P. (2008.), *Plano de Ordenamento e Gestão da Paisagem Protegida do Corno de Bico, 1ª fase: Caracterização, Ordenamento e Gestão de Recursos Naturais*, pp. 71-81.
- Boom Team (2013) – <http://www.boomfestival.org>.
- Buttler, R. W., Hall, C.M. e Jenkins, J. (1998), *Image and reimagining of rural areas, Tourism and Recreation in Rural Areas*, John Wiley & Sons: Chichester, pp.115-122.

- Calado, V.G. (2007), Trance psicadélico, drogas sintéticas e paraísos artificiais- Representações: uma análise a partir do ciberespaço in *Revista Toxicodependências*, Edição IDT, Vol. 13, nº 1, pp.24-26.
- Carmo, R. M. (2002), A agricultura familiar em Portugal: rupturas e continuidades in *Actas do Colóquio Internacional "Família, Género e Sexualidade nas Sociedades Contemporâneas"*, Associação Portuguesa de Sociologia: Lisboa, pp. 295-304.
- Carvalho, A M. D. (2010), *A Imagem de Cabo Verde como destino turístico no mercado do destino português*, Universidade de Aveiro, 2010.
- Cary, M. A. (2012), *Making Music Sustainable: The Case of Marketing Summer Jamband, Festivals in the U.S., 2010*, Masters Theses & Specialist Projects, pp. 6-17.
- Comunidade Intermunicipal do Minho (CIM) (2012), *Plano de Desenvolvimento do Alto Minho - Desafio 2020*, pp. 5-40.
- Connell, J. e Gibson, C. (2004), *Sound Tracks- Popular music, identity and place*, [1ª edição 2003] Routledge.
- Cooley, T.J. (2005), *Making Music in the Polish Tatras: Tourists, Ethnographers, and Mountain Musicians*, Bloomington: Indiana University Press.
- Costa, J. A. e Melo, A. S. (1995), *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto Editora, 7ª edição, p.214.
- Crompton, J.L. e McKay, S.L. (1997), Motives of visitors attending festival events in *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, nº 2, Elsevier Science Ltd, pp. 425-439.
- Couto, M. e Teixeira, A.A.C. (2011), Festivais de Música de Verão em Portugal: determinantes da participação e a identificação dos seus patrocinadores in *FEP Working Papers*, nº426, pp. 2-4.
- Cummings, J. (2007), We're All in This Together: The Meanings Festivalgoers Attribute to Their Music Festival Participation in *History of Stardom Reconsidered: The refereed proceedings of the inaugural conference of IIPC*, University of Turku, 9-11 November, pp. 153-157.
- Cunha, N.C. A. (1979), *Paredes de Coura: no Alto Minho*, Câmara Municipal de Paredes de Coura [1ª edição 1909], pp. 1-211.
- Dewailly, J.M. (1998), Images of heritage in rural regions in *Tourism and Recreation in Rural Areas*, John Wiley & Sons: Chichester pp.123-138.

- DGADR (2008), *Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal*, Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE), pp. 4-7.
- Dias, J., Oliveira, E. V. e Galhano, F. (1994), *Espigueiros Portugueses, Sistemas Primitivos de Secagem e Armazenagem de Produtos Agrícolas*, Publicações Dom Quixote, pp. 25-52.
- Dolmatova, G. e Zhilkina, D. (2012), *Testing the concept of Silent Tourism on Russian market. Harmony Trail™*, Haaga-Helia, University of Applied Sciences, pp.1-9.
- DUA-Ambiente e Floresta (2012), *Regulamento do Centro de Educação e Interpretação Ambiental*, Revisão n°4 [1ª edição 2006], pp.1-15.
- Duarte, A.P. e Lima, M.A. (2005), Análise dos conteúdos da identidade associada ao lugar in *Psicologia*, Vol.19, n°1-2, Lisboa, pp. 193-226.
- Duffy, M. (2000), Lines of drift: festival participation and performing a sense of place in *Popular Music*, Vol. 19, n°1, Cambridge University Press, pp.51-63.
- Duffy, M. (2005), Performing identity within a multicultural framework in *Social & Cultural Geography*, Vol. 6, n° 5, pp. 677-692.
- Duffy, M. (2008), Possibilities: The Role of Music and Emotion in the Social Dynamics of a Music Festival in *WSEAS International Conference on Cultural Heritage and Tourism (CUHT'08)*, Greece, July 22-24, pp. 101-106.
- Duffy, M., *et al.* (2011), Bodily rhythms: Corporeal capacities to engage with festival spaces in *Emotion, Space and Society*, p.19.
- Echtner, C. M. e Ritchie, T. R. B. (2003), The Meaning and Measurement of Destination Image in *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 14, n°1, pp. 37-46.
- Escola Profissional do Alto Minho Interior (2013) - <http://www.eprami.pt>.
- Etiosa, O. (2012), *The impacts of event tourism on host communities, Case: the City of Pietarsaari*, Central Ostrobothnia University of Applied Sciences, p.33.
- Eufurt, R.A. e Johnsen, J. (2003), Influence of an Event on a Destination's Image- The Case of The Annual Meeting of the World Economic Fórum (WEF) in Davos/ Switzerland in *Tourism Review*, Vol.58, n° 4, pp. 25-31.
- European Commission (2013), Cultural Access and Participation in *Special Eurobarometer 399*, pp.2-63.
- Falassi, A. (1987), *Time out of time: Essays on the festival*, Albuquerque: University of New Mexico Press, pp.1-7.

- Figueira, L. M. (2011), As praias fluviais e a turistificação dos territórios: contributo para o Roteiro Turístico do Médio Tejo in *Seminário Nacional da Bandeira Azul*, Instituto Politécnico de Tomar- Escola Superior de Gestão, pp. 1-13.
- Figueiredo, A. *et al.* (1999), *Paredes de Coura- Estudo de Oportunidades de Desenvolvimento, Investimento e Emprego para o concelho*, Quaternaire Portugal, Câmara Municipal de Paredes de Coura, Julho de 1999, pp. 11-68.
- Figueiredo, E. (2012), Rural Matters - Significados do rural em Portugal: entre as representações sociais, os consumos e as estratégias de desenvolvimento, *Actas do IX Colóquio Ibérico de Estudos Rurais- (I) Mobilidades e (Des) Envolvimentos: o rural desafiado*, Lisboa: CEG/IGOT, pp. 68-78.
- Fonseca, J. (2006), *Dicionário do Nome das Terras*, Círculo de Leitores, p. 158.
- Fortuna, C. (2012), Património, Turismo e Emoção in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº92, pp. 23-40.
- Frey, B. S. (2000), The Rise and the Fall of Festivals: Reflections on the Salzburg Festival in *Working Paper Series Institute of Empirical Research of Economics*, University of Zurich, nº48, pp. 1-13.
- Frey, Bruno S. (2003), Festivals in Towse, R. (Ed) *A Handbook of Cultural Economics*, Edward Elgar Publishing, pp. 232-235.
- Garcia, A. e Nunes, S. (2009), Boom festival: um estudo sobre a percepção dos habitantes locais in *Egitania Scientia*, nº 4, pp. 41-66.
- Getz, D. (2004), *Event Management and Event Tourism*, 2ª Edição, pp. 1- 33.
- Getz, D. (2010), The nature and the scope of festival studies in *International Journal of Event Management Research*, Vol. 5, nº 1, pp-1-22.
- Gibson, C. e Connell, J. (2003), *Music and Tourism: On The Road Again*. Aspects of Tourism, Channel View Publications, pp. 1-12.
- Gibson, C. e Connell, J. (2011), *Festival Places. Revitalising Rural Australia*, Tourism and Cultural Change.
- Gibson, C. e Connell, J. (2012), *Music Festivals and Regional Development in Australia*, Ashgate
- Gustafson, P. (2001) Meanings of place: Everyday experience and scientific conceptualizations in *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 21, nº1, pp. 5-16.
- Hauge, A.L. (2007), Identity and place: a critical comparison of three identity theories in *Architectural Science Review*, HighBeam Research, 1 de Março de 2007, pp.1-5.

- Hawkins, C.J. e Ryan, L. (2013), Festival Spaces as Third Spaces in *Journal of Place Management and Development*, Institute for Regional Development, University of Tasmania, pp.1-10.
- INE (2012), Censos 2011 Resultados Definitivos- Região Norte in *Instituto Nacional de Estatística*, Novembro de 2012.
- INE (2013), Estatísticas da Cultura 2012 in *Instituto Nacional de Estatística*, p.189.
- Jaeger, K. e Mykletun, R. (2009), The Festivalscape of Finnmark in *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol.9, nº2-3, pp. 327-348.
- Janiskee, R. (1980), South Carolina's harvest festivals: rural delights for day tripping urbanities in *Journal of Cultural Geography*, Vol.1, pp. 96-104.
- Jorge, V. O. (1997), Mamoas do Norte de Portugal: estado da questão em 1981. I. Minho e Trás-os-Montes in *Revista da Faculdade de Letras*, II Série, Vol. 14, pp. 603-612.
- Jorgensen, L.G. (2004), *Uniquely Singapore- An analysis of a destination's image and the language of tourism*, The Aarhus School of Business, pp. 9-19.
- Júnior et al. (2009), *Plano de Acção da Agenda 21 Local*, pp.1-63.
- Kastenholz, E. (2002), *The Role and Marketing Implications of Destination Images on Tourist Behaviour: The case of Northern Portugal*, Universidade de Aveiro.
- Kim, S.S., Mckercher, B. e Lee, H. (2009), Tracking tourism destination image perception in *Annals of Tourism Research*, Vol.36, nº.4, pp. 715-718.
- Kurniawati, W. (2012), Public Space of Marginal People in *Procedia – Social and Behavioural Sciences*, nº 36, pp.476-484.
- Leenders, M.A.A.M. (2010), The relative importance of the brand of music festivals: a customer equity perspective in *Journal of Strategic Marketing*, Vol.18, nº4, pp. 291-301.
- Leite, A. e Ferraz, S. (2007), Sítio Arqueológico da Serra da Boulhosa in *ACER- Associação Cultural e de Estudos Regionais*, Novembro de 2007.
- Leite, N.K. (2008), *Turismo e Território: Um estudo sobre a turistificação de Portimão (Algarve/Portugal) a partir da Geografia do Turismo*, Universidade de Lisboa, pp.42-63.
- Lopes, J. C. (1993), Ecologia Humana e Turismo no Alto Minho in *Revista da Faculdade de Letras- Geografia*, I Série, Vol. 9, Porto, pp. 17-44.
- Lopes, S. D. F. (2011), Destination image: Origins, Developments and Implications in *Pasos-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.9, nº2, pp.305-315.

- Luís, E. (2002), Turismo e desenvolvimento do espaço rural: o caso do concelho de Santa Marta de Penaguião in *Inforgeo*, nº16/17, Edições Colibri: Lisboa, 2001/02, pp.63-72.
- Mackley-Crump, J. (2012), The Festivalisation of Pacific Cultures in New Zealand: Diasporic Flow and Identity within 'a Sea of Islands', The University of Otago, Dunedin, New Zealand, pp. 1-43.
- Macnaghten, P. e Urry, J. (1998), *Contested Nature*, Sage Publications, pp. 104-125
- Mancebo, E. e Oliveira, M.A.S.A. (2011), Responsabilidade social e a construção do Parque Arqueológico Ambiental de São João Marcos/RJ, *XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais, Diversidades e (Des)Igualdades*, pp. 1-10.
- Marandola, E. J. (2010), Identidade e autenticidade dos lugares: o pensamento de Heidegger em Place and Placelessness, de Edward Relph in *Anais XVI Encontro Nacional de Geógrafos Crise, práxis e autonomia: espaços de resistência e esperanças - Espaço de Socialização de Colectivos*, Junho de 2010, Porto Alegre.
- Martin, B.S., Bridges, W.C. e Grunwell, S. (2006), A comparison of two music festivals: Implications for festival managers and planners in *Hospitality, Tourism, Leisure Science Journal*, pp.2-8.
- Massiano, J., Santoro, G. (2012), The relevance of the concept of capacity for the management of a tourist destination: theory and application to tourism management in Venice in *Revista Italiana de Economia e Demografia*, Vol. 66, nº2.
- Mathieson, A. e Wall, G. (2006), *Tourism Change, Impacts and Opportunities*, Pearson Education Limited, pp.33-35.
- Mattoso, J., Daveau, S. e Belo, D. (1997), *Portugal O Sabor da Terra*, Círculo de Leitores, Pavilhão de Portugal/Expo'98 e Autores, 1997.
- Mattoso., J., Daveau, S. e Belo, D. (2010), *Portugal O Sabor da Terra, Um retrato histórico e geográfico por regiões*, Círculo de Leitores, 2010, pp. 98-140.
- Mccool, S. F. e Lime, D. W. (2001), Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality? in *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.9, nº5, pp. 372-386.
- Mesquita, A.M.V. (2009), *Sistemas de Distribuição no Turismo em Espaço Rural: A Região de Trás-os-Montes*, Universidade de Aveiro, pp. 7-24.
- Ministério da Economia (2002), Decreto-Lei nº54/2002 in *Diário da República- I Série- A*, nº 59, 11 de Março de 2002, p.2068.

- Moniz, A.I.D.S.A. (2006), *A sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores*, Universidade dos Açores, Ponta Delgada, pp. 131-136.
- Morango, H. (2002), "...Crónica de festins perceptivos..." in *Antropológicas*, nº6, Edições Universidade Fernando Pessoa: Porto, pp.265-282.
- NITB (2010), Exploring the Music Festival Tourism Market: Northern Ireland in *Insight Series – January 2010*, pp.3-12.
- NITB (2012), Music Tourism in *Business Insight Series 2011/2012*, April 2012, NorthernIreland tourist board, pp.1-12.
- Noé, P. (1992), Casa Grande de Romarigães incluindo a casa, anexos de função rural e capela do Amparo in *SIPA – Sistema de Informação para o Património Arquitectónico*.
- OCDE (1994), *Tourism strategies and rural development*, Paris, pp. 5-16.
- Oldenburg, R. (1991), *The Great Good Place*, New York, Marlowe & Company, pp.20-42.
- Oldenburg, R.(1997), Our Vanishing "Third Places" in *Planning Commissioners Journal*, nº 25, pp.6-10.
- Packer, J. e Ballantyne, J. (2011), The impact of music festival attendance on young people's psychological and social well-being in *Psychology of Music*, Vol. 39, pp. 164-161.
- Page, S.J. e Getz, D. (1997), *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*, ITP-International Thomson Business Press, 1ª edição, pp.3-28.
- Pegg, S. e Patterson, I. (2010), Rethinking Music Festivals as a Staged Event: Gaining Insights from Understanding Visitor Motivations and the Experiences They Seek in *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 11, Routledge, Taylor & Francis Group, pp. 85-99.
- Pina-Cabral, J. (1989), *Filhos de Adão, Filhas de Eva, a visão do mundo camponesa no Alto Minho*, Publicações D.Quixote [1ª edição 1986], pp.27-56.
- Pinho, C.G. (2009), *Projeção da imagem do destino através dos websites das Organizações de Marketing do Destino*, Universidade de Aveiro, pp. 7-26.
- Ploeg, J.D. van der (1997), On Rurality, Rural Development and Rural Sociology, in Haan, H. *Images and realities of life*, Van Gorcum & Company: Netherlands, pp. 40-67.
- Ponte, A.Q., Bonfim, Z.A.C. e Pascual, J.G. (2009), Theoretical discussions about place-identity by historical-cultural approach in *Psicol. Argum.*, Vol.27, nº59, pp.345-354.
- Quinn, B. (2009), Festivals, events and tourism in Jamal T. e Robinson M. (ed) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, London, Sage, pp. 483-503.

- Ramos, L., *et al.*, (2007), *Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte- Prot-Norte Fase I*, Estudos Complementares de Caracterização Territorial e Diagnóstico Regional, Temática: Espaços Rurais: Novos Paradigmas. Os Espaços Rurais na Região Norte, Maio de 2007 [1ª edição 1991], pp. 34-72.
- Reid, M., Wearing, S. e Croy, G. (2008), *Marketing of protected areas as a tool to influence visitors' pre-visit decisions*, CRC for Sustainable Tourism, pp.12-21.
- Reis, P. (2012), Desenvolvimento local: o binómio turismo/áreas rurais nas estratégias de desenvolvimento local in *Exedra*, nº6, pp. 166-169.
- Ribeiro, O. (1992), *Geografia e Civilização- Temas Portugueses*, Livros Horizonte, 3ª edição [1ª edição 1961], pp. 11-30.
- Ribeiro, O. (2006), *Portugal o Mediterrâneo e o Atlântico*, Colecção “Nova Universidade”, Livraria Sá da Costa, 6ª Edição [1ª edição 1991], pp. 101-145.
- Rivero, C.R. (2009), *Impacts of music festivals on tourists' destination imagem and local community, Case Study: Womad and Contempopranea Festivals in Extremadura (Spain)*, M.A. European Tourism Management, Bournemouth University, Université de Savoie, pp.1-15.
- Rodaway, P. (1994), *Sensuous Geographies: Body, sense and place*, Routledge: London and New York, pp. 61-96.
- Saraiva, C. (1994), Contrastes do Alto Minho: A ribeira e a serra in *Cadernos Vianenses*, Vol. 17, Viana do Castelo, pp. 173-192.
- Sarmento, J. (2004), *Representação, Imaginação e Espaço Virtual: Geografias de Paisagens Turísticas em West Cork e nos Açores*, Fundação Para a Ciência e Tecnologia e Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa.
- Sarmento, J. (2007), Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território in *GEO-Working Papers*, 2007/13, pp. 5-20.
- Sarmento, J. (2012), Space, culture and music: how provincial were provincial portuguese towns at the turn of the nineteenth century? in *Respuestas de la Geografía Ibérica a la crisis actual*, XIII Coloquio Ibérico de Geografía, Santiago de Compostela, 24-27 Octubre, p.436.
- Shantha, A.W.A. (2011), *Perception of Stakeholders on Tourism Investments in Sri Lanka*, Faculty of Hospitality and Tourism, pp. 1-6.
- Shields, R. (1992), *Places on the margin: Alternative geographies of modernity*, Routledge.

- Silva, A. C. F. (1999), A Cultura Castreja no Norte de Portugal in *Revista de Guimarães*, Volume Especial, nº1, Guimarães, pp. 111-132.
- Silva, L. (2007), A procura do turismo em espaço rural in *Etnográfica*, Vol.11, nº1, pp. 141-163.
- Silva, M. F. M. e Silva, C. A. M. G. (2004), Projecto de valorização e divulgação do povoado fortificado de Cossourado (Paredes de Coura) in *Boletín GC: Gestión Cultural: Turismo Arqueológico*, nº9, Outubro de 2004, pp. 2-11.
- Silva, M. F. M. (2006), *O povoamento proto-histórico e a romanização da bacia superior do rio Coura: estudo, musealização e divulgação*, Vol. 1, Universidade de Granada, Faculdade de Filosofia e Letras, Granada, 2006, pp. 207-241.
- Silva, M. F. M. (2008), A evolução cronológica da Cultura Castreja e os modelos interpretativos sócio-culturais: ensaio de síntese in *Arqueologia y Territorio*, nº5, pp.49-70.
- Silva, S.B., Viegas, N.M. e Caiado, L.A.R.R. (2011), A importância do “festival MED” para o desenvolvimento cultural e turístico de Loulé, *Book of proceedings, International Conference on Tourism and Management Studies*, Vol. 1, pp. 806-809.
- Simões, J. M. (1993), Um olhar sobre o turismo e sobre o desenvolvimento regional in *Inforgeo*, nº6, Geografia do Turismo: Lisboa, pp. 71-82.
- Simões, P.F.P.F (2010), *A paisagem cultural do Buçaco: A Singularidade de um Território Turístico e de Lazer*, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp.4-10.
- Simón, F.J.G. *et al.* (2004), Carrying capacity in the tourism industry: a case of study of Hengistbury Head in *Tourism Management*, Vol. 25, nº2, pp. 275-283.
- Tavares, P.M.G. (2010), *A instável leveza do rock. Génesis dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*, Vol. 3, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Three Choirs Festival (2012) - <http://3choirs.org/>.
- Turino, T. (2008), *Music as Social Life: The politics of participation*, Chicago: University of Chicago Press, p. 2.
- UK Music (2011). *The contribution of music festivals & major concerts to Tourism in the UK*. Destination: Music, pp.3-53.
- Urry, J. (2001), *The Tourist Gaze*, Sage Publications: London, 2ª Edição [1ª edição1989].
- Waitt, G. e Duffy, M. (2010), Listening and Tourism Studies in *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, nº 2, Elsevier, pp.257-477.
- Wood, N., Duffy, M. e Smith, S.J. (2007), The art of doing (geographies of) music in *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 25, pp. 867-889.

Zahra, I. (2012), Destination image and tourism: A case study of Bangladesh in *European Journal of Business and Management*, Vol.4, nº 6, pp.18-24.

Zamith, F. (2003), *Vilar de Mouros: 35 anos de festivais*, Edições Afrontamento, pp.6-25.

Artigos e contribuições em jornais e afins

Dinheiro Vivo (2013), Warm Up Paredes de Coura em abril in *Dinheiro Vivo*. 16 de Fevereiro de 2013. Disponível em: <http://www.dinheirovivo.pt/Buzz/Artigo/CIECO101611.html> [Consult. Fevereiro de 2013].

Nadais, I. (2010), Todos Diferentes, Todos Festivais: A aldeia gaulesa in *Ipsilon Público*. Disponível em: <http://ipsilon.publico.pt/musica/texto.aspx?id=256596> [Consult. Dezembro de 2012].

Nogueira, J.M. (2013), Orçamento de 20 milhões para 2013 é o mais baixo dos últimos anos in *Notícias de Coura*. 8 de Janeiro de 2013. Disponível em: http://www.noticiasdecoura.com/index.php?pag=noticia_detalhes&recordID=5625 [Consult. Fevereiro de 2013].

Pereira, L. (2011), Paredes de Coura festeja 20 anos apesar de corte autárquico de 70 mil euros in *Blitz*. 16 de Dezembro de 2011. Disponível em: <http://blitz.sapo.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=bz.stories/78308> [Consult. Fevereiro de 2013].

Pereira, L. e Guerra, L. (2012), EDP Paredes de Coura 2012: o festival em 5 minutos [o balanço: os melhores concertos, as desilusões, as fotos que não queremos esquecer] in *Blitz*. Segunda, 20 de Agosto de 2012. Disponível em: <http://blitz.sapo.pt/edp-paredes-de-coura-2012-o-festival-em-5-minutos-o-balanco-os-melhores-concertos-as-desilusoes-as-fotos-que-nao-queremos-e=f83065> [Consult. Fevereiro de 2013].

Roberto, M. (2013), Festival Paredes de Coura começa já em Abril no Porto in *Público*. 18 de Fevereiro de 2013. Disponível em: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/festival-paredes-de-coura-comeca-ja-em-abril-no-porto-1584855> [Consult. Fevereiro de 2013].