

A importância dos Eventos e do Património para Macau

*António R. J. Monteiro**

Um destino turístico como Macau, poderá ver a sua imagem realçada com a realização de eventos, de diferentes escalas, assim como com as suas atracções, provocando a motivação dos turistas na sua deslocação a Macau. A realização de eventos, permitirá implementar na cidade melhorias a todos os níveis, nomeadamente nas suas infra-estruturas, desafiar a capacidade organizativa da comunidade local, enfatizar a projecção internacional do destino com o poder da promoção e da comunicação, melhorar e aumentar as relações negociais com diferentes países, assim como conduzir muito provavelmente ao desenvolvimento da economia. Por outro lado, um turista espera numa atracção o entretenimento, recreio, animação, motivações estas que o actual Macau, com uma visão dirigida para o futuro, mantém com a sua identidade cultural ainda viva, numa altura em que o património prevalece com enorme importância, causando o impacto de um “Passado presente no Futuro”. O exemplo das Ruínas de S.Paulo, o que resta da sua fachada, continua a ser o símbolo e o ex-líbris macaense, continuando a destacar-se como uma atracção turística recheada de animações para todos os turistas e considerada actualmente uma das sete maravilhas de origem portuguesa no mundo.

I. A importância dos eventos

Os eventos realizados num destino turístico poderão beneficiar a economia de um país, local ou região, tendo em conta a envergadura do evento em causa e a capacidade da sua realização.

Implica que se criem ou remodelam as suas infra-estruturas, melhorem os seus acessos, bem como se alarguem as suas ofertas nos serviços. É ainda necessário promover o evento, através da comunicação, ampliando a imagem não só do evento em questão, como a imagem do lugar. O resultado é positivo, beneficiará muito provavelmente a economia e o turismo será intermediário para gerar um resultado positivo para a

* Licenciado e Pós-Graduado pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias de Lisboa.

promoção do seu destino, contribuindo para as receitas turísticas. O sucesso na realização do evento não só contribuirá para as receitas turísticas ou para o crescimento da economia, como conduzirá à criação de postos de trabalho entre a população local.

Cunha (2007)¹ explica que *a diversidade de motivações dos visitantes e de atractivos dos destinos conduz a que se estabeleçam relações entre os vários tipos de turismo*. Ou seja, pode haver uma combinação dos diferentes tipos de turismo. Um viajante pode visitar Macau no intuito de conhecer a sua cultura (turismo cultural), participar numa exposição, num congresso ou reunião (turismo de negócios), passeando por vários pontos verdes, que restam da cidade e desfrutar de paisagens naturais (turismo de natureza), simultaneamente, pode jogar golfe ou participar em outras actividades desportivas existentes (turismo desportivo).

II. A imagem cultural de Macau em destaque

1. A importância da preservação do Património no território

A “Carta de Veneza” (Cunha, 2007) estabelece alguns princípios fundamentais para a preservação dos monumentos dos quais se destacam:

1) *a noção de monumento compreende não só a criação arquitectónica isolada mas também o quadro onde se insere;*

2) *a conservação e restauro do monumento deve salvaguardar tanto a obra de arte como o testemunho de história;*

3) *A conservação de monumentos é sempre favorecida pela atribuição a estes de uma função útil à sociedade;*

4) *Sejam urbanos ou rurais, os sítios que dêem testemunho de uma civilização particular, de um acontecimento histórico ou de uma civilização significativa devem ser objecto de cuidados especiais a fim de salvaguardar a sua integridade.*

Macau beneficia, até hoje, de uma história única, com legados arquitectónicos existentes que conduzem à possibilidade de triangulação

¹ Cunha, Licínio (2007), *Introdução ao Turismo*, 2.^a Edição, Editorial Verbo, Lisboa

dos conceitos turismo-cultura-atração. O conceito de cultura estabelece uma identificação de um povo, de aspectos intrínsecos à própria existência de determinadas características que identificam uma região: património construído, religião, história, etc. Deste modo conferem ao destino turístico a autenticidade necessária para se demarcar de outros semelhantes, a capacidade de atrair mais turistas tendo em vista a raridade ou a exclusividade da presença de algo que seja identificável com a região ou país.

Por outro lado, a cultura, mais propriamente os pilares em que está assente, como sejam a religião, artesanato, costumes, edifícios históricos e heranças histórico-culturais, beneficiam da potenciação do turismo, sendo este capaz de promover as singularidades culturais, de modo a torná-las autosustentáveis e auto-financiáveis, ou, pelo menos, que garantam alguma viabilidade para a sua manutenção e conservação.

Deste modo, a cultura e o turismo, trabalhando em conjunto, conseguem fortalecer e dinamizar uma política de turismo mais atractiva e competitiva para os visitantes, assim como para quem reside nesses locais, favorecendo a oportunidade de investimento e de outras melhorias significativas.

É, portanto, possível relativizar que a cultura beneficia a actividade turística, “chamando” para os locais, os turistas, cativando-os pela exclusividade e pelas suas particularidades, por vezes únicas. Não só os turistas são atraídos, como também os potenciais investidores e as pessoas que se fixam na região, criando riqueza nos próprios locais. O contacto com a cultura serve também de mote à educação, entendimento, compreensão e coordenação entre povos, sendo vista como herança e identificação destes e do seu passado.

2. O exemplo das Ruínas de S.Paulo

Fuster, em 1967, (in Cunha, 2007) indica que uma das principais motivações dos turistas se centra no facto do desejo de conhecer outros povos e culturas; do mesmo modo os turistas são influenciados pelas tradições, pela história, valores artísticos e monumentais, fazendo todos eles parte do turismo como factor de primeira grandeza – os monumentos constituem portanto um factor de incremento do turismo e conduzem milhões de visitantes a um determinado destino turístico que beneficia do turismo cultural.

A Cidade de Macau encontra-se recheada de elementos de arte, criação artística, património e de vivências que contribuem para uma boa prática de actividade turística, alvo mais privilegiado de Turismo Cultural, devido à multiplicidade de dinâmicas em interacção (Ashworth, 1995, *in* Henriques, 2003).² Enquanto cidade com centros de actividade económica e intercâmbio cultural e de residência, compreende a criação de valores culturais numa comunidade, dando lugar à Identidade e ao Património; daí que a história revele cada vez mais importância para o turismo, uma vez que capta directa ou indirectamente o interesse dos turistas que visitam uma certa cidade, lugar este privilegiado de um turismo urbano proveniente indirectamente da própria natureza da cidade, das suas qualidades, atributos, valores, comunidade, etc.

Macau, oficialmente aclamada como a 31.^a Região da China inscrita na Lista do Património Mundial, viu este reconhecimento internacional conduzir o território ao implementar de uma consciência na comunidade de apreciação dos valores patrimoniais, que levarão a cabo futuros programas de desenvolvimento urbano. O processo cuidadoso no investimento da revitalização dos bairros históricos, ruas e praças, não só preservou a identidade do território, como também recriou a imagem cultural da cidade, praticando um desenvolvimento sustentável que permitiu, particularmente, a atracção de inúmeros turistas ao território.

Feita de granito, numa visão turística, as Ruínas de S.Paulo são desde há anos consideradas mais que um património local, trata-se de um património mundial que, uma vez concluídas as obras de restauro da fachada, viu o monumento valorizado para que as gerações vindouras possam então continuar a poder observar um dos mais espectaculares legados dos missionários jesuítas na Ásia.

*“É característico do espírito missionário dos jesuítas que uma fachada tão imponente, com 30 colunas e 10 obeliscos, seis estátuas de bronze e 18 composições principais em relevo – talvez a mais rica fachada da época – tenha sido construída no Extremo Oriente”.*³

² Henriques, Cláudia (2003), *Turismo Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável*, Edições Sílabo, Lda, Lisboa

³ John Burry, in *Revista Macau*, 1991

III. Aposta nos eventos com animação turística

Sendo a fachada considerada o ex-líbris macaense, integrada no Centro Histórico de Macau, o turismo local tem procurado reforçar a aposta de animação turística em vários monumentos históricos que se encontram espalhados no território.

De acordo com fonte noticiada pelo Jornal O Clarim (Maio de 2007)⁴ ficou marcado em 2007 o início das actividades de animação a partir das Ruínas de S.Paulo nos fins-de-semana, com a realização de espectáculos diversos, expressão das diferentes culturas em presença, nomeadamente chinesa e portuguesa.

1. As animações até hoje passaram por exibições de danças de leão e danças folclóricas portuguesas, estas promovidas pela Direcção dos Serviços de Turismo de Macau (DST) com o tema promocional “Sentir Macau”.⁵

2. Segundo dados indiciados pela DST, o calendário de eventos anuais contou também, com a cerimónia da Dança do Dragão no Ano Novo Chinês, que é celebrado anualmente, principalmente pelos chineses e pela comunidade local, onde o enorme dragão inicia a sua dança desde as Ruínas de S.Paulo até à baixa macaense, no Largo do Senado⁶.

3. O Festival Internacional de Música de Macau, promovido pelo Instituto Cultural de Macau, é igualmente festejado na escadaria das Ruínas ao ar livre, atraindo audiências diversas⁷.

4. Outro acontecimento festivo, que tem as Ruínas de S.Paulo como ponto de partida, centra-se num evento de vivência cultural, Macau Fringe o qual conta com artistas provenientes de todo o mundo, entre os quais portugueses, e com espectáculos de rua, exposições, oficinas e actividades nas escolas de Macau, segundo uma fonte noticiada pelo Jornal Tribuna de Macau, no dia 25 de Maio de 2009⁸.

Por fim, não é de admirar que numa candidatura ocorrida em 10 de Junho de 2009, este monumento tenha sido, conjuntamente com outros

⁴ Jornal O Clarim (Maio de 2007)

⁵ http://industry.macautourism.gov.mo/pt/pressroom/index.php?page_id=172&sp=9&id=1916

⁶ www.macautourism.gov.mo/pt/ezone/whatson.php?lan=en&year=2009&month=1

⁷ <http://www.icm.gov.mo/fimm/NewsDP.asp?id=6302>

⁸ <http://www.jtm.com.mo/view.asp?dT=310503010>

monumentos históricos, considerado como uma das Sete Maravilhas de Origem Portuguesa no Mundo (Diário de Notícias)⁹.

No que se refere aos aspectos económicos, não podemos deixar de referir a importância da realização dos eventos, uma vez que gera empregos a muitos indivíduos - as indústrias abrangem as suas fábricas (nomeadamente a China, que prevalece de mão-de-obra barata), mas também se estende à área da comunicação, aos livros, revistas, secções de jornais, à internet e, por fim, à área comercial, em diferentes lojas que encontramos nos centros comerciais (New Standard Encyclopedia, 1998)¹⁰.

No âmbito do jogo, as sucessivas apostas, muitas vezes incontrolláveis pelas autoridades, levam a que exista ainda nos dias de hoje, e em muitos lugares, fraudes e corrupção, que geram receitas para o governo.

IV. Os tipos de eventos

Os eventos têm sido cruciais para satisfazer o público, uma vez que consistem em acontecimentos para a celebração de momentos únicos nas vidas de cada pessoa (Bowdin, 2003)¹¹. Passando por festivais, celebrações e cerimónias, os eventos transformaram-se igualmente numa indústria, capacitada para aumentar o seu impacto em grande escala. Os eventos classificam-se por:

1. Mega Eventos
2. Eventos Especiais
3. Eventos anuais
4. Eventos de exibição e de animação local

Os megas eventos afectam positivamente a economia de um destino turístico e a sua imagem passa a ser elevada com a presença dos Media de todo o mundo. Com eventos desportivos acima da escala média, como foi o caso dos Jogos da Ásia Oriental em 2005, Macau beneficiou da sua capacidade organizativa neste tipo de eventos, assim como depois com os Primeiros Jogos da Lusofonia e os Jogos Asiáticos Indoor.

⁹ http://dn.sapo.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=1259953

¹⁰ *New Standard Encyclopedia*, Vol. 16 (Sma to Sz), Ferguson Publishing Company, Chicago, 1998

¹¹ Bowdin, Glenn, McDonnell, Ian, Allen, Johnny e O'Toole, William (2003), *Events Management*, Elsevier Butterworth-Heinemann, London

Como sede de etapas dos Jogos da Ásia Oriental em 2005, Macau herdou modernas instalações desportivas, que sediarão as competições dos Jogos da Lusofonia. Outro factor que colaborou para a excelente estrutura apresentada foi o facto de que Macau será sede em 2007 dos Jogos Asiáticos Indoor. Em visita precursora na primeira quinzena de Agosto, uma comitiva do COB visitou e aprovou as instalações em Macau. Segundo o gerente geral do Departamento Técnico do COB, José Roberto Perillier, o Peri, os Jogos da Lusofonia representam mais que uma oportunidade de estreitar os laços da comunidade que fala português. “É uma competição que tem tudo para se firmar no calendário internacional. Estamos a menos de um ano do Rio 2007 e a dois anos dos Jogos Olímpicos Pequim 2008 e essa disputa em Macau será um grande teste”¹².

O autor defende ainda que os principais eventos anuais beneficiam igualmente de grande interesse e são capazes de atrair um grande número de visitantes, uma vez que beneficiam de uma cobertura enorme pelos Media, com a promoção, bem como contribui para o desenvolvimento da economia local. Eventos anuais locais, estipulados nas agendas dos grandes acontecimentos de cada destino, envolvem igualmente atletas, indivíduos participantes e a presença de pessoas de todas as nações, sempre com a presença da comunicação social.

As infra-estruturas são remodeladas ou construídas do ponto zero, criam-se novas oportunidades de emprego, os eventos promovem a imagem com maior projecção a nível internacional, não só através da publicidade ou do marketing, como pelas estratégias do turismo. O turismo entra fortemente aqui para potencializar o destino com a realização de um mega evento ou mesmo pelos eventos anuais.

Num estudo de caso efectuado pelo mesmo autor, é possível concluir, nesta primeira fase, que na organização de eventos desportivos, especialmente nos Jogos, criam-se oportunidades para os competidores, espectadores, voluntários, funcionários, empreendedores na participação num determinado mega evento ou num evento especial, bem como trazem benefícios a longo prazo, no que respeita ao aumento do número de visitantes que visitam o destino para lazer ou negócio, projectando a imagem do destino no exterior através do poder dos Media e ainda na

¹² <http://www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VtUXlWa1pqU0ZKUFVrZDRUMWxYZUZkTk1WSjFZa2RHYVZKclNsWldWbWh5VUZFOVBRPT0>

criação de infra-estruturas e novos projectos para o desenvolvimento da economia.

Standeven e Knop (1999)¹³ acrescentam detalhadamente que os lucros da venda dos bilhetes, o *catering*, os anúncios publicitários, as lotarias, as lembranças existentes, assim como os espaços desportivos beneficiam das viagens consecutivas dos visitantes, dos seus gastos nas lojas de comércio, centros comerciais, restauração, espaços de entretenimento tudo isto multiplica indirectamente os efeitos económicos e acrescenta valores ao impacto positivo do turismo de um determinado destino – a geração de dinheiro é crucial para o desenvolvimento da economia de um destino turístico.

Os dois autores referem ainda que não se deve esquecer, entretanto, que na organização de eventos estão envolvidos custos elevados – pelo que se deve ter em conta a capacidade financeira. – Os benefícios, contudo, devem ser desenvolvidos com uma visão de lucro, inserido em contextos socioeconómicos, ambientais, tendo em conta o desenvolvimento sustentável. Só assim poderá atingir-se o sucesso com impactos positivos para o destino turístico em causa.

V. O planeamento dos eventos

Na garantia destes impactos positivos, devem ter-se em conta as medidas de gestão de planeamento, bem como estratégias a implementar (Bowdin (2003):¹⁴

1. é necessário um planeamento sistemático, trabalhar o marketing dos eventos num contexto de atracção turística, criação de imagem, introdução de estratégias para eventos turísticos, estar a par da gestão dos conteúdos informativos, nomeadamente dos impactos negativos divulgados pelos Media;

2. o segmento de mercado abrange aqueles que viajam com intenção de estarem presentes no evento e aqueles que podem ser motivados para estarem nos eventos quando se encontram fora do seu país;

3. desenvolver e promover a qualidade, sustentabilidade e programas de acesso aos eventos para o público;

¹³ Standeven, Joy e Knop, Paul (1999), *Sport tourism, Human Kinetics*, Australia

¹⁴ Bowdin, Glenn, McDonnell, Ian, Allen, Johnny e O'Toole, William (2003), *Events Management*, Elsevier Butterworth-Heinemann, London

4. trabalhar com parcerias da área do turismo para projectos promocionais;

5. garantir que todas as ferramentas promocionais incluem a literatura, publicidade, comunicados de imprensa aos residentes e visitantes de um determinado destino;

6. trabalhar na marca e na imagem do evento e do destino.

Porém, na realização de qualquer evento, um planeamento mal efectuado, um esquecimento, atraso ou falha, poderá comprometer o sucesso do evento (Giacaglia, 1999)¹⁵. O planeamento deve ser preparado sempre com antecedência, visando o melhor. Outro aspecto prende-se com o estabelecimento de parcerias, trabalhando em equipa para alcançar objectivos. Hinch (2004)¹⁶ destaca a importância de fixar o olhar em múltiplos *players* nas diferentes indústrias, com a habilidade de saber trabalhar colectivamente para desenvolver estratégias, como fim a atingir e a satisfazer as necessidades dos clientes ou consumidores, neste caso, mais os visitantes. É importante haver igualmente parcerias, pois existem muitas organizações empresariais envolvidas, e sectores públicos e privados. Havendo uma dinâmica estabelecida e seriedade entre os *stakeholders* existentes, o objectivo será possível de atingir com sucesso. Tal implica contudo indivíduos com experiência e com formação qualificada, bem como métodos criativos, com uma visão sempre orientada para as necessidades dos clientes (Hinch, 2004).

VI. Exemplos de eventos

1. Jogos Olímpicos em Pequim, China (2008)

Depois de Atenas 2004, o evento dos Jogos Olímpicos de 2008 foi realizado com grande sucesso, testemunhou o crescimento do continente asiático, principalmente da República Popular da China, batendo-se recordes pelos atletas com medalhas de ouro. O evento renovou as instalações desportivas e várias infra-estruturas do gigante asiático, contando com um total de 70 mil voluntários para o evento. Apesar do problema do ar, a verdade é que a imprensa mundial afirmou ter o povo chinês

¹⁵ Giacaglia, Maria Cecília (1999), *Organização de Eventos - Teoria e Prática*, Cengage Learning Editores, Brasília

¹⁶ Hinch, Thomas (2004), *Sport Tourism Development*, Channel View Publications, London

impressionado o mundo com o seu imenso entusiasmo pelos Jogos e pela integração da civilização ocidental com a civilização chinesa, fonte noticiada pela Embaixada da República Popular da China no Brasil¹⁷.

2. Os eventos desportivos como traço de união entre nações e povos

Os Primeiros Jogos da Lusofonia, realizados em Macau no ano de 2006, servindo o ex-território português como plataforma de entrada na China, contaram com um ambiente totalmente lusófono, dinamizando assim as relações entre a China e a Comunidade dos Países da Língua Portuguesa (CPLP). Contando com oito modalidades desportivas, o evento *sube aproveitar o presente para honrar o passado e alargar os sentidos e portas do futuro* (Bento, 2006). Macau mostrou com o evento uma China que carece ser vista com outros olhos, um país hospitaleiro, com capacidade organizativa e com interesse no reforço das relações entre comunidades, neste caso, das relações de âmbito sino-lusófono.

3. Eventos locais:

O Grande Prémio de Macau, o maior evento anual de carros de corrida da Ásia e possivelmente do mundo, desde a F3 às motos e aos carros de turismo (WTCC Race) no circuito macaense, nas ruas de Macau. O turismo local, tem promovido seriamente este evento todos os anos, bem como outros eventos numa época do ano em que Macau promove o Concurso Internacional de Fogo de Artifício de Macau e, como o apoio do Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais (IACM), a Festa da Lusofonia e o Festival Internacional de Gastronomia, bem como eventos para a contagem decrescente das passagens do ano novo¹⁸.

4. Comemoração do 10.º Aniversário da RAEM

Na ocasião da Comemoração do 10.º Aniversário do estabelecimento da Região Administrativa Especial de Macau, contou-se igualmente

¹⁷ <http://br.china-embassy.org/por/szxw/t486356.htm>

¹⁸ <http://www.publituris.pt/2007/09/19/gp-de-macau-j-acelera/>;
[http://hk.macautourism.gov.mo/pt/ezone/whatson.php?year=2007&month=10](http://hk.macautourism.gov.mo/pt/ezone/whatson.php?year=2007&month=10;);
<http://http://www.iacm.gov.mo/p/detail.aspx?p1=scrweb&p2=act&key=5f7a1fbd-2451-42c2-b8f7-a6b2e14e03a4>

com a celebração de vários eventos, principalmente com a maior exibição pirotécnica, levada a cabo no dia 20 de Dezembro de 2009 pela DST, incluindo um espectáculo piro-musical. Com a duração aproximada de meia hora, o fogo de artifício foi lançado com sucesso em sete locais da cidade, a mais espectacular, provavelmente na ponte Nobre de Carvalho, com o lançamento de fogo artifício em cascata¹⁹.

VII. Considerações Finais

Os eventos são realizados de forma a atrair um número alargado de visitantes e milhões para a economia local (Hudson, 2002)²⁰. Na realização de mega eventos, é possível atrair turistas de todo o mundo, gozando eles de uma estadia ou alojamento no destino turístico em causa, bem como os consumos efectuados contribuirão directa e indirectamente para o crescimento do turismo e da economia local. As Ruínas de S.Paulo, tratando-se de uma atracção turística (tal como outros monumentos patrimoniais do território), com eventos de animação incluídos, continuarão a gozar desta identidade, mesmo numa sociedade onde o futuro será dominado por mega projectos turísticos para o desenvolvimento económico do território. A identidade deste monumento, vivo na comunidade, atrairá visitantes e provocará a sua deslocação a este destino, devido à sua singularidade ou representatividade em termos estéticos, culturais, históricos e até turísticos.

Porém, foi possível relativizar que na realização de eventos deve ter-se em conta um planeamento rigoroso, de modo a que a imagem não careça de impacto negativo ao olhar dos turistas. A organização envolve a comunidade local, sectores privados e públicos locais, bem como custos financeiros inteiramente investidos para responder às exigências de qualquer evento. Os eventos permitem igualmente unir nações e povos e promover áreas do desporto e do turismo, que cada vez mais necessitam de colaborar entre si para permitir um desenvolvimento sustentável a todos os níveis, principalmente no âmbito económico, social e ambiental. Na realização destes eventos, o impacto é geralmente positivo contribuindo muitas vezes não só para o desenvolvimento económico, como para melhorar e criar novas infra-estruturas e influenciar o turismo na contínua

¹⁹ http://industry.macautourism.gov.mo/pt/pressroom/index.php?page_id=172&sp=0&cid=2270

²⁰ Hudson, Simon (2002), *Sport and Adventure Tourism*, Haworth Press, London

aposta para a realização de outros eventos semelhantes (Beech, 2006)²¹, numa era onde é provavelmente um dos sectores que prevalecerá com crescimento contínuo, mesmo em destinos onde o desenvolvimento ainda é reduzido (Standeven, e Knop, 1999)²². Mas na realização dos eventos nunca se deve esquecer que o desenvolvimento sustentável é crucial para o turismo do século XXI.

²¹ Beech, John e Chadwick, Simon (2006), *The business of tourism management*, Pearson Education, London

²² Standeven, Joy e Knop, Paul (1999), *Sport tourism, Human Kinetics*, Australia