

A tradicional Feira dos Santos em Chaves: um misto de animação, cultura e atração turística

Maria José dos Santos Cunha
Escola Ciências Humanas e Sociais da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
mjscunha@net.sapo.pt

Resumo

Retratamos neste artigo os pontos mais marcantes de um processo de investigação sobre a Feira dos Santos em Chaves, uma cidade transmontana e com o qual pretendíamos saber como transformar em turistas alguns dos milhares de visitantes que anualmente a feira atrai à cidade, mas que geralmente nela não pernoitam. A metodologia utilizada no trabalho de investigação foi de cariz quantitativo, com recurso ao inquérito por questionário e os resultados que com ele conseguimos refletir que: a feira deve ser mantida, uma vez que faz parte do património da cidade, anima-a e é uma forma de promover o comércio e a economia local; os espaços da feira, tal como no passado, continuam a não ser do agrado de todos; é necessário apostar em ofertas mais variadas, nomeadamente nos produtos locais; existe a disponibilidade por parte de quem visita a feira para permanecer na cidade durante mais dias, desde que lhes sejam facultadas atividades recreativas e culturais que lhes agradem, nelas se incluindo tipos de animação diferente da proporcionada atualmente, visitas guiadas a locais com gastronomia típica da região ou mesmo ao centro histórico, às termas e às igrejas locais.

Palavras chave: animação; turismo; cultura; património; desenvolvimento e feira.

Abstract

The present paper describes the most striking points of a research study on the Saints Fair in Chaves, a city from Trás-os-Montes. This study aimed at knowing how to turn into tourists some of the thousands of visitors that the Saints Fair attracts to the city every year, but who, generally, do not stay overnight. The methodology used in the research study was quantitative, with the use of the questionnaire survey. The results achieved demonstrate that: the festivity must be maintained, as it is part of the city's heritage, enlivens it, and is a way to promote local trade and economy; spaces of the fair, as in the past, are still not to everyone's liking; it is necessary to bet on more varied offers, namely on local products; there is a willingness on the part of those who visit the fair to stay in town for a few days, provided that they are made available recreational and cultural activities that they enjoy, including types of entertainment that are different from the ones currently made available, tours to locations with the typical cuisine of the region or even to the historic centre, to spas and to local churches.

Keywords: animation; tourism; culture; heritage; development and fair.

Introdução

As feiras, que se apresentam como um complexo mosaico de interpretações, de acordo com os sujeitos sociais que nelas transitam e com as visões diferenciadas que estes expressam, continuam a ser a base fundamental para o desenvolvimento presente e futuro de muitos territórios do interior, não apenas pela animação que lhes imprimem, mas sobretudo pelo volume de negócios que nelas se movimenta e pelas pessoas que atraem. Um destes exemplos é a Feira dos Santos, em Chaves, cidade trasmontana que se ergue num vale fértil, muito conhecida pelas suas águas termais quentes e que tem lugar entre os dias 29 de outubro e 1 de novembro.

Uma das ambições dos flavienses é que, cada vez mais, quem a Chaves se desloca por altura da feira, permaneça na cidade e não regresse ao seu local de origem no final de cada dia, o que é confirmado por Mota¹ — antigo presidente da Região do Alto Tâmega e Barroso — quando refere que “não se trata tanto de atrair novos visitantes, porque não saberíamos onde metê-los, mas converter os actuais em turistas”. Foi com base no exposto e porque vivemos em Chaves, que cresceu em nós a vontade de podermos contribuir, de alguma forma, para esta mudança que, a dar-se, traria benefícios económicos para a cidade, sobretudo numa época turística baixa como é aquela em que se realiza a feira. Com essa convicção, empenhámo-nos num trabalho de investigação sobre a referida feira, com a intenção de conseguirmos respostas para a nossa pergunta de partida: “como transformar os visitantes da feira em turistas?”, entendendo-se por turistas, os visitantes que a Chaves se deslocam por esta altura e que aí pernoitam numa residencial ou hotel. Os objetivos que nos moviam eram: contribuir para um melhor conhecimento da realidade, tendo em vista um maior incremento da economia local; detetar motivações capazes de impelir os visitantes a permanecerem na cidade e recolher informação sobre aspetos positivos e menos positivos que a feira apresente.

¹ Cit. por CARNEIRO (2006): 40.

A metodologia utilizada no trabalho do qual damos conta neste artigo foi de âmbito quantitativo, com recurso a um questionário por nós elaborado, o que permitiu auscultar a opinião de duzentas pessoas por altura da feira, com a colaboração de quatro elementos que se disponibilizaram para o efeito.

1. A feira: instituição que remonta à idade média

Ao longo dos tempos, a feira — um evento público que remonta à idade média, no qual em dias e épocas predeterminadas se expõem e vendem mercadorias — foi adquirindo múltiplas facetas e tipologias diversificadas.

A feira, que na ótica de Vedana (2004) acontece enquanto plano de relações múltiplas e de intensas trocas, onde a heterogeneidade dos modos de vida e a diversidade de trajetórias sociais são aspetos preponderantes, corporifica-se num espaço público efetivo, onde acontecem negociações e sociabilidades plurais que traduzem várias tendências.

Noutros tempos, as feiras, segundo Pereira (2006), desempenhavam funções de centros de tráfico, favorecedores da troca de produtos entre os homens do campo e os da cidade; fonte de receita para o fisco; instrumentos de manutenção da autoridade real; desenvolvimento da economia; estímulo da sociabilidade, de diversão e fomento cultural. Hoje, para além da vertente eminentemente comercial, facilitam a troca de experiências; a circulação de novidades que acontecem pelo mundo; permitem identificar e visualizar aspetos que definem uma região ou localidade; evidenciam valores; costumes; formas de viver e laços de sociabilidade e convivência. As experiências nelas vivenciadas permitem às pessoas compreender melhor a realidade sócio histórica que é a feira e consciencializarem-se do papel fundamental que é o seu — como parte atuante dela — na construção social das suas identidades. É por isso que Brandão (2002) refere que o homem é sujeito da história, porque é criador da cultura.

Para muitos a feira — um misto de trabalho, lazer e entretenimento — é, na realidade, o local onde a liberdade e a autonomia podem ser claramente

visualizadas. E, como afirma Vedana: “Nos jogos verbais com os quais os feirantes travam suas relações na feira estão evidenciados os sistemas simbólicos que mediam a ação destes sujeitos no mundo, ordenando e interpretando o presente e a realidade vivida a partir da fala.” (2004: 82).

Pela importância que adquirem e que ultrapassa o seu papel comercial, as feiras revelam-se espaços de cultura, educação e lazer e constituem-se num grande cenário de expressões artísticas e culturais. São, aliás, os estilos de vida e os modos de relacionamento com os grupos e comunidade em que a feira tem lugar, que mostram como nela se entrelaçam os saberes que — aliados à forma como as pessoas que nela transitam, vão criando estratégias de sobrevivência, meios e formas de ela continuar a subsistir — fazem com que a feira resista às modernas redes de supermercados.

2. Relações entre património cultural e turismo

O património, que representa aquilo que se quer guardar, é, segundo Henriques (2003: 148), “o conjunto de coisas de valor que se herdou, pelo que património e identidade estabelecem uma relação estreita”, mais do que atrativo turístico, é fator de identidade cultural e de memória das comunidades. O turismo, por sua vez, porque deve atuar sempre no sentido do fortalecimento das culturas, é incentivado como estratégia de preservação do património.

Na busca da sua identidade, o homem inicialmente recorre ao património material, num segundo momento busca o património imaterial, no qual se inserem as festas, as celebrações, as feiras, os lugares e os saberes que fazem parte de sua formação cultural e que, de alguma forma, se encontram latentes no inconsciente coletivo. Assim sendo, “[...] o património deixou de ser definido pelos prédios que abrigaram reis, condes e marqueses e pelos utensílios a eles pertencentes, passando a ser definido como conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos, costumes, crenças e forma de vida quotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade (Barreto, 2000: 11).”

Também a Feira dos Santos — poderosa manifestação popular, que todos os anos os flavienses recriam e que, para além do seu carácter comercial, produz encontros potentes de afirmação da vida, possibilita modos de relacionamento e no meio de uma emaranhada rede de conversas que conetam uma diversidade de pessoas e situações, a construção de um sem número de histórias — faz parte do património imaterial. E porque o património cultural de uma localidade se caracteriza como a riqueza comum que herdamos como cidadãos e constitui a soma dos bens culturais de um povo, voltou, na virada do milénio e em contraposição à globalização, a ser valorizado (Simão, 2001), constituindo hoje um importante elo de ligação entre o turismo e a cultura. Processando-se esta, segundo Cunha (2008: 167) “[...] através da criação e transmissão de conhecimentos, costumes, usos, crenças, práticas rituais, mitos, tradições, padrões de comportamento, ideais de vida e por todo um património cultural que é necessário e urgente preservar e conservar como memória de um povo.”

Desta forma, o património fornece os motivos e as imagens que alimentam a indústria turística e esta, na opinião de Santana Talaverea e Prats (2005: 29), “recria os elementos culturais que dão substância à imaginação colectiva, acrescentando-lhe novos elementos num processo de complementariedade e retroalimentação”. No entanto, segundo a opinião de Sousa e Cunha (2010: 732), “um dos maiores desafios que os locais com valor cultural enfrentam é terem a capacidade de adaptar o património que possuem à procura turística”.

O património — visto como o conjunto dos bens naturais ou artificiais, materiais ou imateriais, sendo estes caracterizados por experiências espirituais (crenças, costumes, produções artísticas e intelectuais), haveres ou heranças deixadas pelos nossos antepassados (Barreto, 2000) e que basicamente se divide em dois tipos: cultural e natural — detém, em princípio, o potencial para atrair turistas a um determinado destino. Costa defende mesmo que, “a associação entre o turismo e a cultura deverá vir a ser uma das prioridades no futuro” (2003: 82).

O património deixa, cada vez mais, de ser apenas objeto de museus e prédios históricos, para se inserir no desenvolvimento económico/social e começar a

fazer parte das relações quotidianas da sociedade e o turismo, que “facilita a valorização e revitalização do património, do reviver das tradições, da redescoberta de bens culturais materiais e imateriais e da descoberta de novas concepções contemporâneas de arte” (Pereira, 2008: 42), surge, no dizer de Cabugueira (2005), como atividade económica extremamente importante, na medida em que pode desempenhar um papel decisivo no desenvolvimento de regiões onde, por vezes, não existem outras alternativas para alcançar esse objetivo. Património e turismo, no dizer de Santana Talaverea e Prats (2005), são, com efeito, duas indústrias em estreita colaboração: o património converte os locais em destinos e o turismo viabiliza-os.

3. Caraterização do local de estudo

Elevada a cidade em 12 de março de 1929, Chaves é uma das principais sedes de concelho da região de Trás-os-Montes. Integrada no distrito de Vila Real, do qual dista 64 km, estabelece, a norte, fronteira com a vizinha Espanha, da qual dista cerca de 8 km.

A cidade ergue-se no vale fértil do Tâmega, onde há cerca de 2000 anos os romanos se fixaram. A importância deste núcleo urbano levou a que fosse elevado à categoria de município no ano 79 d.C., quando dominava Tito Flávio Vespasiano, que deu origem à antiga designação de *Aquæ Flaviæ* à atual cidade de Chaves, bem como o seu gentílico — flaviense.

Junto à margem direita do rio Tâmega brotam águas de composição única, consideradas as mais quentes da Península Ibérica e as águas bicarbonatadas sódicas mais quentes da Europa, que fazem das termas de Chaves umas das melhores do país, não apenas pelas suas características, propriedades e virtudes, mas também pela envolvente paisagística natural, que convida ao descanso e à descoberta da natureza.

A fisionomia atual da cidade é o reflexo de uma vasta e rica história que por aqui se foi desenhando. Aos vestígios romanos outros se juntaram — românicos,

barrocos e renascentistas — que fazem do centro histórico da cidade uma miscelânea de recordações. Podendo aí visitar-se a torre de menagem do castelo de Chaves, que acolhe o museu militar; a igreja matriz e a da misericórdia, o paço dos Duques, edifício onde se situa a câmara municipal e o museu da região flaviense com as suas coleções pré-romanas, pré-históricas e de pintura contemporânea. Já fora do centro histórico pode visitar-se a ponte de Trajano; os fortes de S. Neutel e de S. Francisco, baluartes da defesa da cidade e muitos outros monumentos, neles se incluindo igrejas e capelas, em que a cidade é rica.

Graças aos antigos e novos investimentos e empreendimentos, bem como à qualidade e riqueza da gastronomia, que se impõe pelo presunto, alheiras, folar, pastéis de carne, pão de centeio, couve penca, batata, mel e outras iguarias culinárias, como o arroz de espigos com linguiça, o cabrito, a feijoada, os milhos e o cozido à base de carnes de porco, a cidade torna-se cada vez mais apelativa.

4. A tradicional Feira dos Santos em Chaves: perceção e interpretação

Conhecer a importância do passado e a sua relação com o presente e o futuro é fundamental para podermos interpretar os atuais problemas. Com essa intenção procuramos bibliografia que sustentasse a investigação, porém, devido às dificuldades encontradas tivemos que limitar-nos a alguns estudos e jornais da época. Não conseguimos, assim, saber ao certo quando e porquê teria sido criada a Feira dos Santos. Sabemos, no entanto, que ela existe há mais de um século e foi fundada pelos nossos antepassados, na mira das suas transações comerciais, com especial relevância para a venda do gado, com o intuito de comprar outras coisas de que se necessitava, como utensílios agrícolas e domésticos, calçado e agasalhos, uma vez que com a feira chegam sempre as primeiras neblinas, chuvas e a aragem fria. A feira tinha duas componentes, a feira dos animais e a das lãs.

Nos finais do séc. XIX, um dos aspetos mais negativos desta feira era o jogo. Funcionava ao ar livre, em barracas, inúmeras roletas, rodas da fortuna e outros

engenhos, que arrancavam a muitos os poucos cobres que, tantas vezes, lhes faltavam para comprar pão para os filhos, o que é confirmado num extrato do jornal “A Voz de Chaves”, de 25-10-1896, que ao problema se refere desta forma: “é desairoso para a nossa terra que uma feira *annual, outr’ora* tão importante se veja assim, transformada em vasto campo de *armadi’has* ao dinheiro dos incautos”. Havia, no entanto, os que pensavam que proibir o jogo traria menos feirantes e animação em geral.

O tempo passou, os montes foram rasgados pelas estradas, a camionagem desenvolveu-se, permitindo um maior contacto de pessoas e trocas comerciais e com isso a feira foi decaindo. Por força da tradição, apesar dos altos e baixos, a feira foi-se aguentando, embora o interesse da população fosse o de que a feira recuperasse o prestígio inicial.

Chegado o ano de 1935 e num esforço conjugado da câmara e de alguns comerciantes, a Feira dos Santos ganhou vida, através de algumas atrações e da isenção de taxas.

A partir de 1967, grupos de espanhóis começam a descobrir a cidade e começa então, graças a este fluxo, uma nova era para a feira, que durante anos melhora as transações comerciais, muito embora a sua animação não tivesse acompanhado este movimento. Não admira, por isso, que alguns afirmem, de acordo com um extrato retirado de um artigo do jornal “Notícias de Chaves”, datado de 26-10-1984, que

Ao lado das grandes feiras do país alinha a Feira dos Santos, em Chaves. Por isso aí temos já a cidade em alvoroço, prontinha a receber os visitantes que neste fim de Outubro e começo de Novembro vão encher as nossas ruas de alegria, de barulheira, de confusão, de apertos, nos largos de diversões, nos comes e bebes, no mundo de mil e uma coisas que todos os anos é a FEIRA, a tradicional e afamada FEIRA DOS SANTOS.

Muitos foram os locais que a Feira dos Santos experimentou e nem sempre foram do agrado de todos. Mas, como salienta Pereira, “[...] uma das características matriciais da nossa Feira-Festa reside na sua raiz eminentemente

popular, uma realização de rua, a céu aberto, no coração da cidade. E deverá manter esse ancestral formato por muito que isso custe a alguns que a desejavam ‘ver pelas costas’ ou melhor ‘encaixotada’ num espaço fechado e desviado da cidade.” (2005: 9). Outros porém, tinham uma visão diferente, defendendo por isso a necessidade de dar à feira um sentido de exposição, num local próprio, com regras e limitações, pois não gostavam da forma desorganizada que estava a tomar. Apesar de tudo, a feira tem-se mantido viva, chegou até nós e continua a ter os seus encantos.

5. A Feira no presente

Sem lembrança, não há memória, nem a possibilidade de recuperá-la. Lembrar não é somente reviver, mas refazer, reconstruir, repensar com representações de hoje as experiências vividas no passado e assim, “o passado vivenciado é filtrado no presente através da lembrança [...] a lembrança serve para se compreender melhor e dar sentido ao momento presente” (Pereiro Pérez, 2005: 72). É na memória que praticamente tudo acontece e se constrói um conjunto de representações, criações individuais sugeridas por situações vividas coletivamente pelo indivíduo no seu meio social. A preservação da memória é, assim, condição indispensável para a existência e continuidade histórica de um povo. Também a Feira dos Santos, porque faz parte da memória dos flavienses em cada fim de outubro e início de novembro — quer chova ou não, faça frio de rachar ou sejam os flavienses presenteados com o verão de S. Martinho — aí está, como cartaz grandioso da cidade. Isto porque, no dizer de Fontes (1992: 9), “[...] nos vales fixou-se o trasmontano e aprendeu sozinho a sua cultura, cristalizou em longos séculos de dor e alegria e perdurou até perto dos nossos dias [...] se ainda perdura e vive algo da nossa identidade de antanho é porque a força das culturas dos outros ainda não foi vencedora.”

Marco identitário das populações do Alto Tâmega, de que Chaves é capital, a Feira dos Santos passou a dispor de uma componente lúdica forte, uma vez que a

animação, que a Unesco entende como um “conjunto de práticas sociais que têm como finalidade estimular a iniciativa e a participação das comunidades no processo do seu próprio desenvolvimento e na dinâmica global da vida sociopolítica em que estão integradas” (Froufe e Sánchez, 1998: 33), é uma forma de dar vida e movimento às pessoas que visitam a feira.

Por uns dias, a Feira dos Santos transforma o espaço público em que se realiza e a realidade do local. O que antes era um espaço de passagem, ruas e largos com os seus respetivos moradores e comerciantes, torna-se num espaço de convivência, repleto de sons, cheiros, movimentos, colorido e troca e de uma variedade de atores que compõem o cenário, ainda que os moradores fiquem descontentes com o trânsito condicionado.

Com as pistas dos carrinhos e as múltiplas diversões a funcionarem, o movimento no parque das diversões começa a crescer, a cidade a fervilhar e os estudantes, tal como noutros tempos, esquecem neste período da feira as suas obrigações escolares, para se perderem nas voltas apressadas das inúmeras diversões e, embora as motivações de hoje não sejam as mesmas do passado, as pessoas, tal como dantes, chegada a feira, invadem as ruas da cidade, que se transforma num singular ponto de encontro de pessoas e memórias. Os expositores rondam os quinhentos e os que visitam a feira, cerca de dez mil. Vem-se à feira pelas mais diversas razões, para fazer compras, para se encontrarem e relembrarem amigos ou viver o frenesim que anima a cidade.

As barracas dos churros e farturas são uma tentação, mau grado o preço a que chegaram. Mantêm-se a venda das castanhas assadas, novidade da época. O algodão doce e as pipocas continuam a atrair os mais pequenos. As barracas de Vila da Feira estão repletas de bolos variados que a população esgota num instante. Os comerciantes locais, de forma a dinamizarem o certame, podem vender os seus *stocks* na rua, o que de certa forma ajuda ao escoamento dos produtos.

O passado nunca rompe totalmente com o presente, antes mantém um certo tipo de relação com ele, embora nesta ideia de continuidade entre passado e

presente haja ruturas e mudanças interpretadas como necessárias e positivas à Feira dos Santos, tal como salienta Pereira (2006: 187),

[...] ninguém lhe retirará, ainda, o mérito de haver oferecido (na sua já pluri-milenar caminhada) a multidões de visitantes que a ela anualmente se deslocam um fiel ‘mostruário’ da multifacetada gama de artefactos materiais, fruto da criatividade, do sentido utilitário ou meramente decorativo, de uma quase enternecedora ingenuidade estética, e de uma fina habilidade manual, que são predicados do povo que, prevalecentemente anónimo, os produz.

A feira mudou e mudou muito. No presente, a par dela têm lugar a feira do gado, que é uma oportunidade para negociar alguns animais e que, nos últimos tempos, se abriu à participação de criadores nacionais, num concurso de pecuária. O festival gastronómico do polvo, que é vendido por portugueses e espanhóis em tasquinhas concentradas no campo da feira, é outro atrativo a ela aliado. A estas duas componentes que muita gente atraem à feira, junta-se uma panóplia de animações de rua, ranchos folclóricos, grupos musicais tradicionais, chega de bois, corrida de cavalos, arruadas de bombos tradicionais, gaiteiros galegos e fogo de artifício, que dão à feira o cariz tradicional a que nos tem habituado. Os cafés, as tabernas típicas e os restaurantes, que apostam fortemente na componente gastronómica, enchem-se de pessoas. No tocante às muitas residenciais e hotéis que a cidade comporta, o mesmo não acontece, uma vez que à noite, tirando um ou outro concerto ou as habituais diversões da feira, nada mais há que cativa e seduza o visitante, que acaba por regressar a casa. Apesar de tudo, a feira, para além da sua função comercial, serve de pretexto para a promoção da cidade e da região e de desenvolvimento da economia local.

6. A animação: conjunto de atividades que permite ao turista usufruir de forma plena uma determinada experiência feira: instituição que remonta à idade média

A animação, que Chaves e Mesalles entendem como “o conjunto de acções e técnicas dirigidas para motivar, promover e facilitar uma maior e mais activa participação do turista no desfrute do seu tempo de férias, nos níveis e dimensões que isto implica” (2001: 20), é constituída por um conjunto de atividades culturais, lúdicas, de recreio e outras, que são oferecidas aos turistas e que, ao aniquilarem a sua monotonia, excesso de tensão e *stress*, restabelecem o seu equilíbrio físico e psíquico. Servem, por outro lado, estas atividades, como base de sustentação ao desenvolvimento de uma região, à divulgação e afirmação da sua identidade cultural e à fixação de saberes e tradições. Enquanto elemento constitutivo fundamental de um produto turístico compósito, a animação turística deve, na opinião de Vieira (2005: 3),

[...] concorrer, entre outros, para os seguintes resultados: contribuir para a inovação do produto turístico, a qual se torna cada vez mais necessária para atrair uma clientela cada vez mais exigente; propiciar novas oportunidades de criação de emprego e de rendimento suplementares para a comunidade local; contribuir para o aumento e duração da estada e dos gastos dos turistas, ser uma actividade estratégica para a preservação e recuperação do ambiente e do património.

No âmbito do turismo o fator animação é essencial, não apenas porque, como afirma Cavaco (2005: 2), “falar de turismo, sem apostar nas actividades de animação a jusante do sector, constituiria sem dúvida um contra-senso”, mas porque a animação pode traduzir-se num maior sucesso e vitalidade de qualquer destino turístico e concorrer para a sua diferenciação, ao garantir-lhe uma vantagem competitiva face a destinos alternativos, facto que tem levado muitos centros urbanos a investir nela. Na opinião de Torres (2004), a animação para além de proporcionar horas de divertimento lúdico, oferece excelentes possibilidades culturais, pelo que pode considerar-se como um fator dinâmico que permite: a criação de novas relações; o aumento e reforço da dinâmica

turística integrada e sustentável de uma região e o estabelecimento de pontes entre os quotidianos e uma vida melhor. Outras das características é ser geradora de satisfação e fazer com que quem visita se torne num excelente meio de divulgação e promoção e contribuir para uma crescente ocupação e fidelização objetiva. E porque aquilo que temos de dar a quem nos visita, no entender de Completo (2005: 5), “é algo que seja exclusivo na vida delas e que, de algum modo, seja a alavanca da memória”, desenha-se a necessidade de oferecer a essas pessoas uma relação forte com as culturas e comunidades locais, adaptar as condições particulares que os locais oferecem à tipologia do público-alvo e oferecer-lhes um conjunto de práticas culturais que tenham condições para captar o seu interesse e prolongar a sua estada.

7. Estratégia metodológica utilizada

Ao iniciar uma investigação, o investigador inicia também um processo de procura, indagação e questionamento. Com esta atitude e através do pensamento racional, ele procura fazer avançar o conhecimento. Porém, no dizer de Pérez Serrano (2000: 22),

Ao tentar desenhar um processo podemos equivocarnos, sabendo que ‘os equívocos são a antessala da descoberta’. Não é em vão que a investigação começa através da curiosidade que o ser humano sente ao perguntar-se o porquê das coisas, implica ânsia de saber de descobrir, elemento importante para suscitar entusiasmo e persistir numa atitude de descoberta.

Após se ter definido o âmbito da investigação, é importante fazer uma aproximação sistemática da realidade em estudo, pois, como salienta Cunha (2004: 145), “através da investigação aproximamo-nos do conhecimento da realidade”. Conhecer a realidade em que se vai atuar permite-nos uma melhor perceção do estudo a realizar. A finalidade da investigação condiciona o estudo em que se está envolvido, na medida em que dela depende o tratamento a que

aquele se deve submeter. É em função dessa finalidade que o investigador opta por um ou outro tipo de investigação, para que daí possa resultar uma melhor clarificação dos métodos e técnicas a utilizar e das expectativas em relação aos resultados.

A pesquisa e a análise dos fenómenos inerentes à temática em estudo implicam o recurso a métodos e técnicas de investigação, processos pelos quais a realidade é investigada. A propósito, Pardal e Correia são de opinião que

[...] a escolha dos métodos e das técnicas que vão ser utilizadas, a formulação da hipótese ou hipóteses, a selecção das variáveis e, finalmente, o estabelecimento de um plano de actuação configuram [...], o melhor mecanismo de delimitação do trabalho de investigação. Tal definição deverá ter em conta, em síntese, o seguinte: a finalidade e o tipo de investigação, bem como os recursos humanos e materiais disponíveis para a sua execução (1995: 26).

No presente caso, a metodologia utilizada foi de cariz quantitativo com recurso ao inquérito por questionário, técnica apoiada numa sequência de perguntas ou interrogações escritas dirigidas aos indivíduos, que, no presente caso, foram visitantes da feira que, através das ditas perguntas, puderam revelar as suas opiniões, representações ou várias informações sobre eles próprios ou sobre o meio.

De acordo com Cunha, o inquérito por questionário, que consiste basicamente “num conjunto de perguntas de um ou vários tipos, isto é: abertas, fechadas ou de escolha múltipla, às quais se dá resposta por escrito e se referem a dados pessoais e opiniões” (2009: 117), revela-se, por conseguinte, como uma ferramenta fulcral para desenvolver um trabalho, dado possibilitar respostas para muitas das questões que surgem num plano de opiniões mais ou menos alargado. Apresenta, para além disso, algumas vantagens quando comparado com outros instrumentos de recolha, tais como: poder ser aplicado a uma amostra lata do universo em estudo, sair barato, garantir em princípio o anonimato dos inquiridos, poder ser remetido pelo correio e não exigir uma resposta imediata, vantagens que levam Pardal e Correia a considerar que ele “constitui

seguramente a técnica de recolha de dados mais utilizada no âmbito da investigação sociológica” (1995: 51).

O inquérito por nós elaborado, composto por cinco perguntas abertas, que permitem plena liberdade de resposta ao inquirido e onze fechadas, nas quais o inquirido apenas têm de optar por uma de entre as alternativas que se lhes oferecem, foi dirigido a duzentas pessoas que na feira transitavam, selecionadas de forma aleatória e que assim constituíram a nossa amostra.

As hipóteses são básicas e fazem a ponte entre a teoria e a observação/realidade, orientando toda a investigação subsequente, na opinião de Sousa (2009: 50), “podem ser formuladas de vários modos, mas o seu modo mais geral de formulação é sob a forma de uma *afirmação dedutiva e positiva*”, funcionam como palpites que o investigador possui sobre a existência de relações entre variáveis e fornecem-lhe uma linha de orientação quanto ao modo como esse palpite pode ser testado. A nossa hipótese de partida ia no sentido de que “a Feira dos Santos pode funcionar como motor de desenvolvimento turístico, se a ela se aliarem ofertas que motivem o visitante a permanecer mais do que um dia no local”.

8. Apresentação e análise dos resultados

O inquérito por questionário funcionou como instrumento de recolha de informação no estudo que pretendíamos realizar. Os dados obtidos requeriam ser registados, analisados e interpretados. O método utilizado na análise dos dados foi a análise estatística, método mais adequado em investigações quantitativas que, no dizer de Rosental e Frémontier-Murphy (2001), tem por objeto não apenas a reunião de informações sobre determinadas populações, mas também as diferentes formas de apresentação sintética dos dados e que, segundo Quivy e Campenhoudt (1992: 224), “se impõe em todos os casos em que estes últimos (os dados) são recolhidos por meio de inquérito por questionário”.

Os resultados obtidos revelam que os elementos constitutivos da amostra eram na sua maioria do sexo feminino (65%) e tinham idades que se distribuíam por diferentes faixas etárias, que iam dos quinze anos de idade (3%) aos com mais de sessenta (16%), sendo a faixa entre os trinta e os trinta e nove anos a que atingiu uma percentagem mais elevada (24%). Os inquiridos na sua maioria (74%) residiam na região do Alto Tâmega e Barroso, 20% residiam noutras regiões e 6% na vizinha Espanha. A grande maioria (86%) vem acompanhado à feira. Relativamente ao número de dias que pensavam dedicar-lhe, 40% dos inquiridos assinalaram todos os dias, 27% dois dias e os restantes 33%, um único dia. Quando questionados sobre o tipo de alojamento em que estavam instalados, a maioria (73%) responderam estar alojado em casa própria, 9% em casa de familiares ou amigos, 5% numa residencial ou hotel e os restantes 13% não assinalaram qualquer tipo de alojamento. No tocante ao motivo que os trouxe à feira, 41% assinalaram vir fazer compras, 31% vêm pela animação, 14% pela gastronomia, 8% aproveitam para visitar familiares e amigos, 3% vêm em negócios e 3% por outros motivos. Em relação à questão: “a feira está a dar resposta às suas expectativas?”, a grande maioria (76%) respondeu afirmativamente, 24% referiram não estar satisfeitos. As justificações apontadas para essa sua atitude foram a diversidade de produtos que encontraram, a animação existente, o convívio que a feira proporciona, a necessidade de ofertas mais variadas e um local mais apropriado para que a feira não fique tão dispersa. Quando questionados sobre se era importante manter esta feira tradicional, 97% responderam afirmativamente. As justificações para essa resposta foram: a feira faz parte do património da cidade; atrai muitas pessoas; anima a cidade e é uma forma de promover o comércio e a economia local. Quando questionados sobre se encontraram diferenças em relação a feiras anteriores, 72% disseram “sim”, 36% justificaram com o facto de haver uma acentuada presença de expositores estrangeiros, 26% afirmaram que a feira está muito dispersa e 10% apontaram a fraca presença de produtos locais. Acerca da melhor localização para a feira, a maioria (67%) é de opinião que deve continuar a localizar-se no centro da cidade, pois de outra forma perdia-se a tradição e a feira deixava de ser a mesma coisa,

os restantes 33% defendem a sua localização em local próprio, justificando que as condições seriam melhores e a feira ficaria mais ordenada. Quando confrontados com a questão: “estaria disposto a permanecer na cidade durante os dias da feira se à noite se levassem a cabo atividades recreativas e culturais que lhe agradassem?”, a maioria (92%) respondeu afirmativamente. Relativamente às atividades que gostariam que lhes fossem proporcionadas, 10% referiram gostar de visitar o centro histórico, as termas e as igrejas locais; 16% preferiam conhecer locais com gastronomia típica da região, ao passo que 66% desejavam outros tipos de animação.

Depreende-se destes resultados: que a amostra era constituída na sua maioria por mulheres, talvez por serem em maior número, mas também por se mostraram mais recetivas em colaborar; que no tocante à idade dos respondentes, a amostra era bastante equilibrada, dado ser constituída por elementos de diferentes faixas etárias; que a maioria dos inquiridos é da região (74%) e que apenas 26% são de fora da região, o que justifica, em nossa opinião, um maior investimento na divulgação da feira, com vista a aumentar a vinda de mais pessoas de fora da região, nomeadamente da vizinha Espanha que está tão próxima; que apenas 5% assinalaram estar alojado numa residencial ou hotel, o que nos parece pouco e que 13% assinalaram não utilizar qualquer tipo de alojamento, possivelmente por irem embora no próprio dia da visita; que o que mais motiva as pessoas a virem à feira são as compras 41%, a animação 31% e a gastronomia 14%, dados que nos levam a concluir que a animação é outro aspeto a ter em linha de conta, se de facto se deseja atrair/cativar novos públicos, na medida em que pode funcionar como importante pilar na dinâmica da feira, dependendo da sua qualidade e originalidade, o poder de captação de visitantes e o dar-lhes motivos para se fidelizem como turistas; que os 24% de inquiridos que não se mostraram satisfeitos com a feira, assinalaram a necessidade de ofertas mais variadas e um local mais apropriado para que a feira não fique tão dispersa, o que não impediu, no entanto, que 97% entendam ser importante mantê-la, uma vez que faz parte do património da cidade, anima-a e é uma forma de promover o comércio e a economia local; que 72% dos inquiridos verificaram, em relação a feiras

anteriores, uma acentuada presença de expositores estrangeiros e a fraca presença de produtos locais, o que contraria a tendência que tem vindo a ganhar força por todo o país numa atitude de defesa do que é nosso, o que só beneficia a nossa economia e o consumidor; que 67% são de opinião que ela deve continuar a localizar-se no centro da cidade, pois de outra forma perde-se a tradição, opinião de que também comungamos, pois entendemos que, desta forma, a feira dá o seu contributo para a revitalização do centro da cidade e do comércio local que, apesar dos transtornos que sofre com o constrangimento do trânsito, consegue obter mais dividendos; e finalmente, que 92% estariam disposto a permanecer na cidade durante os dias da feira se à noite se levassem a cabo atividades recreativas e culturais que lhe agradassem. O que nos leva a pensar que urge reinventar formas de animação apelativas para os diversos públicos, que hoje, mais atentos, informados e seletivos, exigem ofertas mais estimulantes, inovadoras e inesquecíveis. É de inovação que o mercado precisa para ser mais competitivo e sedutor e a animação pode ser a “mola” impulsionadora, quer para o aumento de fluxo de pessoas à cidade, quer para o aumento do seu tempo de permanência na localidade. Importante também é que o próprio setor hoteleiro desperte para uma nova realidade e um novo tipo de turista que vê na animação uma mais-valia na sua qualidade de vida e forma de fazer turismo.

Conclusão

A tradicional Feira dos Santos em Chaves, com uma teimosia tradicional e ainda que não adaptada totalmente às novas realidades, continua viva, apesar de muitos, quando a ela se referem, dizerem que já não é o que era. Feira de ontem, de hoje, feira que nunca conseguimos dissociar das nossas perduráveis recordações de infância, a Feira dos Santos faz com que, de maneira utópica, recordemos sempre a feira que já foi. Porém, se tudo se transforma, com a Feira dos Santos obviamente que tinha de acontecer o mesmo. A realidade é que a feira teve de acompanhar a evolução dos tempos, embora procurando conciliar

tradição com modernidade, o que aliás é o segredo da sua permanência. Porém, o conceito de património cultural não é apenas sinónimo de passado, memória do que ficou como herança, mas também presente, uma vez que não se pode entender o presente, nem pensar o futuro, sem olharmos a memória. Aliás, foi com os olhos postos no futuro que decidimos levar por diante este trabalho que agora concluímos e que tinha como propósito encontrar respostas para a nossa pergunta de partida.

A conclusão de um trabalho constitui, na óptica de Laville e Dionne (1999: 230), “uma etapa amiúde simples de transpor, principalmente porque se situa no prolongamento directo das etapas precedentes que ela vem naturalmente coroar, retomando vários dos seus elementos”. Neste sentido e no tocante ao caso presente, compete-nos referir que, apesar de algumas limitações que tiveram a ver com a dificuldade na abordagem das pessoas a inquirir, sobretudo nos dias com maior fluxo de pessoas, o trabalho de investigação decorreu de acordo com o previsto. Nele abordámos conceitos como: feira, instituição que remonta à idade média; relações entre património cultural e turismo; caracterização do local de estudo e a abordagem da feira no passado e no presente.

A metodologia por nós adoptada, possibilitou-nos concluir, através dos dados recolhidos nos questionários dirigidos à nossa amostra, que os espaços da feira continuam a não ser do agrado de todos, uma vez que a feira está muito dispersa, o que condiciona muito o trânsito; que alguns sentem a necessidade de ofertas mais variadas, isto é, que passem pelo tradicional e pelo atual; a fraca presença de produtos locais, o que de certa forma é uma realidade; a disponibilidade de quem visita Chaves por essa altura para permanecer na cidade, desde que lhes sejam facultadas atividades recreativas e culturais que lhes agradem, nelas se incluindo tipos de animação diferente da proporcionada atualmente, visitas guiadas a locais com gastronomia típica da região ou mesmo ao centro histórico, às termas e às igrejas locais e a importância de manter a feira, uma vez que faz parte do património da cidade, promove o comércio e a economia local e tem possibilidades de melhoria destas suas capacidades, desde que se acerte na “receita” que, a nosso ver, deve incluir atividades capazes de aumentar o grau de

satisfação de quem nos visita e, em simultâneo, acrescentem qualidade ao tempo passado no local. Esta será possivelmente uma fórmula para que quem visita a feira acabe por pernoitar e permanecer na cidade durante mais dias, no entanto, é possível que investigações futuras possam apontar outras soluções.

Os resultados vêm confirmar o que foi tido como a nossa hipótese inicial, que considerava a possibilidade da Feira dos Santos poder funcionar como motor de desenvolvimento turístico, se a ela se aliassem ofertas que motivassem o visitante a permanecer no local.

Ao terminarmos este trabalho de investigação, com o qual estávamos convictos de alcançar determinados objetivos que nos propúnhamos e que, de certa forma, acabámos por conseguir, não podemos deixar de exprimir o nosso desejo de que ele tenha contribuído, de alguma forma, para um melhor conhecimento da realidade e para que, através dos resultados do mesmo, se possa proceder à melhoria da imagem da feira e à adoção de formas diferenciadas de captação do interesse dos visitantes, nomeadamente atividades que aliem à inovação e criatividade, a sua integração nas mesmas. Aposta que, a nosso ver, pode captar não apenas turistas, mas resultar benéfica para a imagem da cidade, mas que só o futuro poderá vir a confirmar.

Referências bibliográficas

- BARRETO, M. (2000). *Turismo e Legado Cultural*. São Paulo: Papirus Editora.
- BRANDÃO, C. R. (2002). *A Educação como Cultura*. São Paulo: Mercado das Letras.
- COSTA, C. (2003). *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente Turismo*. Lisboa: Secretaria de Estado do Turismo/Universidade de Aveiro.
- CABUGUEIRA, A. (2005). A Importância Económica do Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(2), 97-104.
- CARNEIRO, A. P. M. (2006). *O Turismo e a Animação como Parceiros na Preservação das Tradições e Desenvolvimento das Regiões. A Feira Tradicional dos Santos em Chaves – Passado, Presente e Futuro*. Trabalho de investigação da Licenciatura em Recreação, Lazer e Turismo, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.
- CAVACO, C. (2005). Turismo versus Animação Turística. *Pessoas e Lugares*, 30, 2.
- CHAVES, A. e MESALLES, L. (1991). *El Animador. Como Organizar Las Actividades de los Clientes en un Hotel Divertido*. Barcelona: Laertes.
- COMPLETO, F. (2005). Animação é a “Alavanca da Memória”. *Pessoas e lugares*, 30, 5.

- CUNHA, M. J. S. (2004). *Animação Educativa para o Desenvolvimento Pessoal e Social: Um Estudo de Práticas Teatrais com Futuros Formadores*. Tese de Doutoramento, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.
- CUNHA, M. J. S. (2008). Turismo Cultural como Estratégia Territorial de Desenvolvimento. In A. Vilaça e V. Pereira (Coords.), *Congresso Internacional Turismo Cultural e Religioso. Oportunidades e desafios para o século XXI* (pp. 166-176). Póvoa de Varzim: Turell TCR – Desenvolvimento e Promoção do Turismo Cultural e Religioso.
- CUNHA, M. J. S. (2009). *Investigação Científica. Os Passos da Pesquisa Científica no Âmbito das Ciências Sociais e Humanas*. Chaves: Ousadias.
- FONTES, L. (1992). *Etnografia Trasmontana, Crenças e Tradições de Barroso*. Lisboa: Editorial Domingues Barreira.
- FROUFE, S. e SÁNCHEZ, M. A. (1998). *Animación Sociocultural. Nuevos Enfoques*. Salamanca: Amarú Ediciones.
- HENRIQUES, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura. Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- LAVILLE, C. e DIONNE, J. (1999). *A construção do Saber. Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas*. Porto Alegre: Artmed.
- PARDAL, L. e CORREIA, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Porto: Areal Editores.
- PEREIRA, M. A. (2005). Ecos do planalto de Monforte de Rio Livre. *Jornal Notícias de Chaves*, 28 de Outubro, 9.
- PEREIRA, M. A. (2006). *A Feira-Festa Anual dos Santos, em Chaves e alguns Temas & Problemas Suscitados por ela e pelo Grandioso Historial da Vetusta Aquae Flaviae*. Chaves: Notícias de Chaves.
- PEREIRA, V. C. (2008). *Turismo Cultural e Religioso em Braga e Santiago de Compostela: Proposta de Criação de um Produto Conjunto*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- PEREIRO PÉREZ, X. (2005). *Galegos de Vila: Antropoloxía dun Espazo Rurbarno*. Sotelo: Edición Blanco.
- PÉREZ SERRANO, G. (2000). *Modelos de Investigación Cualitativa en Educación Social y Animación Sociocultural: Aplicaciones Prácticas*. Madrid: Narcea.
- QUIVY, R. e CAMPENHOUDT, L. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- ROSENTAL, C. e FRÉMONTIER-MURPHY, C. (2001). *Introdução aos Métodos Quantitativos em Ciências Humanas e Sociais*. Lisboa: Instituto Piaget.
- SANTANA TALAVEREA, A. e PRATS, L. (Coords.) (2005). *El Encuentro del Turismo com el Patrimonio Cultural: Concepciones Teóricas y Modelos de Aplicación*. Sevilla: Fundación El Monte.
- SIMÃO, M. (2001). *Preservação do Património Cultural em Cidades*. Belo Horizonte: Autêntica.
- SOUSA, A. B. (2009). *Investigação em Educação*. Lisboa: Livros Horizonte.
- SOUSA, F. C. C. e CUNHA, M. J. S. (2010). O Património Cultural da Região do Alto Tâmega e Barroso como Produto Turístico. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14, 729-738.
- TORRES, Z. B. (2004). *Animação Turística*. São Paulo: Roca.
- VEDANA, V. (2004). *Fazer a Feira: Estudo Etnográfico das “Artes de Fazer” de Feirantes e Fregueses da Feira Livre da Epatur no Contexto da Paisagem Urbana de Porto Alegre*. Porto Alegre: Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.
- VIEIRA, C. S. (2005). O Papel da Animação Turística nos Territórios Rurais. *Pessoas e lugares*, 30, 3.

Jornais citados

A Voz de Chaves (25-10-1896).

Notícias de Chaves (26-10-1984).

MARIA JOSÉ DOS SANTOS CUNHA é doutorada em Ciências Humanas e Sociais/Ciências da Educação pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Mestre em Educação/Educação de Adultos pela Universidade do Minho e Licenciada em Metodologia e Supervisão em Educação de Infância, pela mesma universidade. Exerce funções de ensino e investigação na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Da sua atividade docente destaca-se a participação em cursos de formação de animadores socioculturais; profissionais de turismo; educadores de infância; professores do 1º ciclo do ensino básico e atores, bem como o envolvimento em pós-graduações e mestrados. Autora de vários livros e artigos, participa com regularidade em diversos congressos e conferências.

Submitted: December 2011

Accepted: January 2012