

## AS FEIRAS: LOCAIS POR EXCELÊNCIA DE MOSTRA DE FAZERES E SABERES TRADICIONAIS DAS COMUNIDADES RURAIS E DE ATRAÇÃO TURÍSTICA

EXHIBITIONS: PRIME LOCATIONS TO SHOW TRADITIONAL ACTIVITIES AND KNOWLEDGES OF RURAL COMMUNITIES AND TO ATTRACT TOURISM

**Maria José dos Santos Cunha**

PhD, Universidade de Trás os Montes e Alto Douro

[mjscunha@net.sapo.pt](mailto:mjscunha@net.sapo.pt)

### RESUMO

Com o artigo pretendemos dar conta de uma pesquisa sobre a feira do fumeiro que, anualmente, Montalegre realiza. Movia-nos o objetivo geral de verificar possíveis pontos de referência entre o desenvolvimento deste tipo de eventos gastronómicos e a atração de turistas à região. Os dados recolhidos, através de dois questionários, permitiram saber que a maioria dos visitantes é de fora, que muitos vêm passear alguns dias, que os produtos são genuínos, que a organização da feira é boa, que os produtores vendem muito — o que os ajuda a sobreviver — que as regras de higiene e certificação são apertadas, mas necessárias para manter a qualidade do produto e que há já alguns jovens a integrar-se no sistema, como forma de lhe dar continuidade. As conclusões retiradas vêm confirmar de certa forma as nossas hipóteses, de que os produtos derivados do porco podem ser fator de atração de pessoas à região, desde que salvaguardadas as formas tradicionais de alimentação do animal e de feitura do fumeiro e que o fumeiro em Montalegre pode influir no desenvolvimento local, mas é urgente que os mais novos se empenhem nessa feitura, ganhem sentido empresarial e se esforcem por levar mais longe a sua fama.

### PALAVRAS-CHAVE

Turismo, Desenvolvimento, Tradição, Feira, Fumeiro.

### ABSTRACT

The present article aims at presenting results of a survey on the exhibition of smoked-dried products, which takes place annually in Montalegre. The general purpose was to verify possible reference points between the development of this kind of gastronomic events and attracting tourists to the region. The data collected, through two questionnaires, allowed knowing that most visitors come from out of the city, that many come to promenade for a few days, that the products are genuine, that the organization of the exhibition is good, that producers sell much – which contributes to their survival – that the rules of hygiene and certification are tight, yet necessary to maintain the quality of the product and that there are already some young people integrating into the system, as a way of continuing it. The conclusions somehow confirm our hypotheses, that products derived from pork may act as a dynamic in attracting people to the region, provided that the traditional ways of feeding the animal and making the smoked-dried products are preserved, and that these products in Montalegre can influence the local

development. But it is urgent that young people engage in this making, gain business sense and strive to further its fame.

## KEYWORDS

Tourism, Development, Tradition, Exhibition, Smoked-Dried Products.

## 1. INTRODUÇÃO

Numa situação de grave crise económica e social — como a que atualmente se está a viver — a base fundamental para o desenvolvimento presente e futuro dos territórios rurais é saber aproveitar e valorizar a sua riqueza, diversidade, afirmar a sua identidade cultural, apostar na melhoria das condições de vida das populações e, para isso, desenvolver atividades geradoras de valor e emprego. Nestes territórios, porque cada vez mais despovoados, não é incomum o recurso às feiras, exemplos do dinamismo do mundo rural, de mostra e formas de promoção e escoamento do que melhor nele se faz e produz, fontes de rendimento dos que nele habitam e de combate à desertificação. Assim acontece em Trás os Montes, com destaque para as feiras que têm lugar de janeiro a março e nas quais se promovem produtos derivados do porco.

Face ao exposto, é nosso propósito dar a conhecer neste artigo um estudo efetuado acerca de uma dessas feiras: a “Feira do fumeiro e do presunto do Barroso”, que tem lugar anualmente em Montalegre. A implicação no estudo surgiu como forma de conseguirmos respostas para a questão que então se nos colocou: “Sendo o porco, noutros tempos, considerado símbolo de fertilidade e abundância, poderão em pleno século XXI os produtos dele derivados ser ainda capazes de funcionar como motor de desenvolvimento económico dos territórios rurais e fator de atração turística?”. Assentou este estudo numa metodologia de cariz quantitativo com recurso ao inquérito por questionário, por nos parecer o que melhor se adequava às características e finalidades do mesmo e o seu objetivo principal era verificar possíveis pontos de referência entre o desenvolvimento deste tipo de eventos gastronómicos e a atração de turistas à região.

## 2. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA AS REGIÕES DO INTERIOR

Como refere Cavaco (2001), por muitos anos o desenvolvimento rural esteve relacionado com o setor agrícola. Porém, com o declínio da agricultura — motivado, sobretudo, pelo envelhecimento da população e pela desertificação — o mundo rural entrou também ele em declínio e, porque precisa de ser valorizado, teve necessidade de lançar mão a atividades e serviços não agrícolas e procurar no turismo a solução para as dificuldades que enfrenta. O turismo surge assim, no dizer de Cabugueira (2005), como atividade económica extremamente importante, podendo desempenhar um papel decisivo em termos de desenvolvimento de determinadas regiões, onde, por vezes, não existem outras alternativas para alcançar esse objetivo. É que o turismo é capaz de quebrar o isolamento, abrir, em simultâneo, novas fronteiras ao conhecimento, contribuir para aproximar os povos, ajudar a conservar a natureza, a paisagem, a gastronomia, as feiras e tantas outras coisas. A atividade turística assume, portanto, na sociedade atual — porque pode desde que administrado de forma adequada, constituir-se como um meio capaz de desenvolver e fomentar certas regiões pobres ou não industrializadas — uma

importância económica fundamental, quer a nível local ou regional, quer à escala nacional ou mundial, na medida em que é geradora de riqueza e os seus benefícios são evidentes, nomeadamente porque é capaz de contribuir para o desenvolvimento de economias deprimidas.

As viagens são, atualmente, uma opção acessível, perspetivando o turismo, atividade multidimensional e multifacetada que permite o contacto com muitas vidas e atividades económicas diferentes e a possibilidade de conhecer novos horizontes, mudar de ambiente, participar na vida de determinadas comunidades e estabelecer relações interpessoais, como forma de fruição e lazer. Intercâmbio cultural que possibilita a comunicação entre visitantes e visitados, estabelece mudanças de ordem cultural em ambas as partes e promove as economias locais. São, aliás, estas deslocações que levam muitas pessoas a sair do seu domicílio habitual para procurarem as belas paisagens da região do Barroso, as suas gentes simpáticas e hospitaleiras, as suas festas, romarias, a animação, como “a noite das bruxas” nas sextas-feiras 13, as mostras de cultura popular, como o jogo do pau, as concertinas e as chegadas de bois, a gastronomia e as feiras. É que o visitante das regiões do interior procura agora novas oportunidades de contacto com as populações locais, a natureza, as tradições, a gastronomia, o artesanato e por parte do mundo rural assiste-se a um reinventar do espaço “na tentativa de se contrariar a tendência do proteccionismo como medida capaz de resolver os problemas da agricultura e do mundo rural” (Augusto, Pinho & Rodrigues, 2010: 502).

É nelas, nas feiras — que em geral se realizam com o objetivo de promover e divulgar as artes artesanais e gastronómicas da região — que a componente animação sobressai, através das danças e cantares regionais, num universo festivo/lúdico e de lazer. Tudo isto porque, a cultura, as tradições e o modo de vida das populações possuem um enorme atrativo turístico.

### 3. CARATERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTUDO E DAS SUAS GENTES

Situado a norte de Portugal, o concelho de Montalegre insere-se na região de Trás os Montes e Alto Douro, no extremo noroeste do distrito de Vila Real, no coração do barroso. Constituído por 132 aldeias, distribuídas por 35 freguesias dispostas num vasto território, este concelho é predominantemente montanhoso. Rico em usos, costumes e tradições, remanescentes que ficaram do passado e nos quais se incluem “monumentos e manifestações do passado, mas também aquilo a que chama património vivo” (Madariag Roberto, 2005: 89), o património cultural do concelho, aliado ao natural, empresta a este vasto território belezas encantadoras, únicas no país.

A história recente da região é igual à de tantas outras regiões do interior, marcadas por uma forte emigração, depauperação económica e abandono das atividades económicas tradicionais que, aos poucos, têm vindo a ser revitalizadas com a ajuda do poder local, uma vez que a defesa desta identidade genuína não pode, como referem Pedrosa e Pereira (2008: 45), “centrar-se exclusivamente nos traços fisionómicos externos esquecendo os processos e dinâmicas essenciais à sua produção, reprodução e recriação”, levando a que, como observa Domingues (2001), o valor patrimonial da paisagem se reduza, não raras vezes, a um exercício de cenografia que sobrevaloriza os elementos pitorescos tradicionais convertidos em ícons de uma autenticidade cultural perdida e em imagens de modos de vida supostamente harmoniosos e bucólicos.

Caraterizada pela dureza do clima, onde o frio “glaciar” de inverno contrasta com o calor “infernai” que se faz sentir no estio, a região montanhosa do Barroso detém a nível nacional um dos maiores índices de precipitação, o que se reflete nos inúmeros prados verdejantes e imensos cursos de água que alimentam algumas das maiores albufeiras do país. Sendo uma região de temperaturas extremas, é comum que no inverno esta zona fique coberta de neve. No dizer de Veiga (2004), não há nada mais

rural do que ecossistemas quase inalterados. Também aqui, onde a paisagem verde contrasta com a agreste da montanha, as espécies faunísticas e florísticas abundam, não pertencesse este concelho ao parque da Peneda Gerês.

É da agricultura e da criação de animais que a maioria das gentes destas aldeias retira o sustento. Todos têm a sua horta e fazem criação de animais: galinhas, coelhos e porcos, que, desde tempos remotos, são considerados símbolo de fertilidade e abundância. Depois do pão, o porco continua a ser elemento importante na alimentação. As mulheres da região, sobretudo as mais idosas, habituadas à dureza da terra, de mãos calejadas da enxada e de pele crespa devido ao frio ou ao calor, tentam não apenas manter vivas as tradições e o seu saber-fazer como a feitura do fumeiro — para cuja qualidade muito contribuem as características climáticas da região — mas também a tecelagem, a feitura de capas de burel e as meias de lã.

#### **4. A FEIRA: CENÁRIO DE EXPRESSÕES ARTÍSTICAS E CULTURAIS**

A feira, instituição tradicional que remonta à Idade Média, foi adquirindo múltiplas facetas e tipologias diversificadas de acordo com cada país, cidade ou comunidade onde tem lugar. Conhecidas como locais destinados a relações comerciais e vendas de mercadorias, as feiras — pela importância que adquirem e que ultrapassa o seu papel comercial — revelam-se, na sua maioria, como espaço de cultura, educação e lazer, constituindo-se, por conseguinte, num grande cenário de expressões artísticas e culturais. Noutros tempos, as feiras desempenhavam, segundo Pereira (2006), funções de centros de tráfico, favorecedores da troca de produtos entre os homens do campo e os da cidade; de fonte de receita para o fisco; de instrumentos de manutenção da autoridade real; de desenvolvimento da economia, de estímulo da sociabilidade; e de local de diversão e fomento cultural. Hoje elas facilitam ainda a troca de experiências e 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, laços de sociabilidade e convivência.

Dias de intenso movimento e agitação, as feiras apresentam-se como um mosaico complexo de interpretações, de acordo com os sujeitos sociais que nelas transitam e que — de acordo com as diferentes leituras que fazem — expressam visões diferenciadas, quer do ponto de vista social e económico, quer no que aos aspectos cultural e educacional diz respeito. Torna-se assim possível estabelecer na feira inúmeras relações sociais e atribuir-lhe diferentes significados e sentidos, de acordo com os diferentes sujeitos envolvidos. As experiências vivenciadas, quer individualmente, quer no coletivo, vão permitir a essas pessoas compreender melhor a realidade socio-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.

A feira — um misto de trabalho, lazer e entretenimento para muitos — é, na realidade local, onde a liberdade e a autonomia podem ser claramente visualizados. São estilos de vida, modos de se relacionarem com os grupos a que pertencem e com a comunidade em que se inserem, que mostram como na feira se entrelaçam os saberes. É desta forma que a feira resiste ao lado da modernidade das grandes redes de supermercados, resistência que tem origem na forma como as pessoas que nela participam vão criando estratégias de sobrevivência, meios e formas de continuar a subsistir.

## 5. A FEIRA DO FUMEIRO E DO PRESUNTO DE BARROSO

A feira do fumeiro e do presunto do Barroso, tem — por iniciativa da Câmara Municipal (desde 1991) — tido lugar em Montalegre no mês de janeiro e assume-se hoje como um espaço de: mostra e venda de produtos derivados do porco; como dinâmica económica e cultural de desenvolvimento das populações; valorização da produção agrícola; de combate à desertificação da região e atração de turistas.

O ato de comer e os alimentos são excelentes formas de afirmação identitária, podendo mesmo dizer-se que ao longo dos tempos serviram, não apenas como suporte na construção das identidades socioculturais dos povos, mas também da sua reafirmação. Hoje, tal como no passado, os prazeres da mesa atraem cada vez mais pessoas e esta feira é disso exemplo, porque tem a receita adequada para o conseguir, ainda que, no dizer de Sousa e Cunha (2010), o património cultural não seja um objeto estático e imóvel, mas um aglomerado de vivências e valores que precisam de ter uma dinâmica considerada e respeitada para sobreviver a tantas intervenções trazidas pela modernidade.

A feira, com a qual se pretende divulgar uma das potencialidades gastronómicas da região, o seu fumeiro e presunto, contribui — através dos produtos resultantes do porco e da animação permanente do seu recinto com grupos locais — para a preservação de usos e costumes ancestrais e para o desenvolvimento da região, que assim chama a si um elevado número de visitantes, que transformam Montalegre, nessa altura, num lugar de peregrinação. Nela pode encontrar-se o presunto barrosão, as chouriças de carne, as alheiras, as sangueiras, os chouriços de abóbora, os salpicões, as barrigas, o pão centeio, os rojões, as bicas de carne com e sem cebola e tantas outras coisas, como os chás, os licores e o mel, que fazem desta região uma terra especial. Muitas vezes, a tudo isto vem juntar-se um atrativo suplemento, a neve, que com frequência visita Montalegre na altura da feira. Nela o turista pode deliciar-se com o caldo feito no pote, numa lareira improvisada no recinto anexo ao pavilhão da feira e com um sem número de iguarias, onde não falta o cozido barrosão nas tascas circundantes ou nos restaurantes da vila, tudo acompanhado de bastante animação popular, como fado e cantares ao desafio.

Esta feira, que inicialmente reuniu cerca de 35 produtores que conseguiram nessa altura vender cerca de 1 200 quilos fumeiro, tem hoje lugar no parque de exposições e feiras de Montalegre e consegue — apesar da crise que assola o país e o mundo — atrair milhares de visitantes que aqui se dirigem para comprar o fumeiro, conhecer um território com identidade, comer o melhor cozido e desfrutar da festa. A divulgação tem, como salienta Altes Machín (1997), a finalidade de proporcionar confiança, estimular o desejo e gerar resposta. Neste processo, bem como no desenvolvimento e organização da feira, que comemorou este ano a sua XX edição, a autarquia, em conjunto com a associação de produtores de fumeiro da terra fria do Barroso, têm tido papel preponderante. Os produtores de fumeiro coletados e equipados já com cozinhas tradicionais e nas quais se continua a investir, têm de antemão garantida a comercialização dos seus produtos, que antes de entrarem na feira passam por uma comissão de controlo que os analisa, quer no aspeto de sanidade, quer na verificação dos requisitos que abonem a qualidade do produto. Desta forma a feira, para além de ser um cartaz turístico e um fator de desenvolvimento e riqueza da região, preserva usos e costumes ancestrais, faz emergir novas formas de desenvolvimento do meio rural através da valorização dos produtos da região e, como a maioria das feiras, é um momento de festa e de reencontro.

## 6. A ANIMAÇÃO DA FEIRA

A animação está sempre presente no programa da feira do fumeiro e presunto do Barroso, através dos cantares ao desafio, das concertinas, bandas e como não podia deixar de ser, a também tradicional chega de bois. Aliás, no dizer de Cavaco (2005: 2), “falar de turismo, sem apostar nas actividades de animação a jusante do sector, constituiria sem dúvida um contra-senso”.

A animação — forma de dar vida e movimento a um conjunto de pessoas proporcionando-lhe comunicação e socialização, que segundo Froufe e Sánchez 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 sócio-política em que estão integradas (1998: 33) — tem nas comunidades rurais um importante papel a desempenhar. É através dela que as populações, cada vez mais vocacionadas para a participação, a descoberta e o conhecimento, ocupam muito do seu tempo livre, se envolvem e convivem. Este envolvimento, segundo Fonte “visa transformar o meio social, melhorando-o e disponibilizando-o a cada interveniente, que dele retirará os sortilégios que entender” (2001: 11), razão porque a animação é um marco importante na vida das comunidades, quer quando inova através de técnicas, ideias e conhecimentos que modificam as realidades em que essa inovação se produz, quer quando cria cultura. Considerando-se, neste caso, na ótica de Úcar (1992), um processo coletivo de produção que a partir da bagagem cultural e tradicional da comunidade e através da sua participação ativa, procura gerar novos elementos, atividades e processos culturais que a coloquem numa linha de avanço e progresso.

Produzir transformações com vista a uma melhoria da qualidade de vida das populações é uma das finalidades da animação, cujo mérito reside na capacidade que dá à comunidade em saber aproveitar a todos e a cada um, como se de pedras de um dominó se tratasse. Este propósito ganha mais verdade quando “estimula a capacidade dos participantes para transformar ideias em projectos, quando os encoraja a participar nos interesses da sua vida cultural e social” (Cunha, 2000: 45). O conjunto de atividades que a animação disponibiliza pode e deve ser enriquecido por parcerias com outras entidades, havendo ainda a necessidade de garantir a colaboração da população. Na feira do fumeiro em Montalegre, a animação presente na mesma é da responsabilidade das gentes da terra.

## 7. METODOLOGIA ADOTADA

Numa definição simples de metodologia, Cunha refere que ela “consiste em olhar a realidade como um todo, com o propósito de compreender e explicar o que nela acontece, na intenção de, através de uma acção reflectida, criticamente informada e comprometida, agir nela e sobre ela, tentando melhorá-la” (2008: 140). Não existe uma metodologia que seja solução para todas as situações, mas em determinadas situações umas resultam melhor do que outras. A abordagem adotada e os métodos e técnicas de recolha de informação selecionados pelo investigador, dependem da natureza do estudo e do tipo de informação que se pretende obter, no entanto, segundo Bell (1997: 20), “classificar uma pesquisa como quantitativa, qualitativa ou etnográfica, como inquérito ou investigação-acção, não significa que o investigador, uma vez escolhido um determinado tipo de abordagem, não possa mudar os métodos”. Por outro lado, definir metodologias de intervenção eficazes mostra-se decisivo para garantir os objetivos que se pretendem alcançar. Assim, para suporte do nosso estudo, o tipo de metodologia selecionada foi de âmbito quantitativo, com recurso a dois inquéritos por questionário, um passado a visitantes da feira e outro a produtores, o que se mostrou complicado, dada a quantidade de gente que visitava a feira na altura em que os passámos. O inquérito, segundo Almeida e Pinto (1980: 101), “é uma pesquisa sistemática e o mais rigorosa possível de dados sociais significativos, a

partir de hipóteses já formuladas, de modo a poder fornecer uma explicação”. Ele é de facto uma técnica de observação não participante, que se apoia numa sequência de perguntas ou interrogações escritas dirigidas aos indivíduos — os inquiridos — através das quais podem dar-nos a conhecer as suas opiniões ou várias informações. O inquérito revela-se, por conseguinte, como uma ferramenta fulcral para desenvolver um trabalho.

## 8. HIPÓTESES

As hipóteses são instrumentos que facilitam a seleção e recolha de dados. Para Cunha (2009), as hipóteses são as respostas prováveis à pergunta de partida de qualquer investigação e indicam a direção a seguir para se orientar objetivamente a investigação.

**Hipótese I:** Os produtos derivados do porco podem ser fator de atração de pessoas à região desde que salvaguardadas as formas tradicionais de alimentação do animal e de feitura do fumeiro.

**Hipótese II:** O fumeiro em Montalegre pode influir no desenvolvimento local, mas é urgente que os mais novos se empenhem nessa feitura, ganhem sentido empresarial e se esforcem por levar mais longe a sua fama.

## 9. OBJETIVOS DO ESTUDO

Os objetivos — que devem ser concretamente definidos, de forma clara e inequívoca, para que os intervenientes no processo os entendam — funcionam “como o elemento nuclear de um projeto, uma vez que descrevem o que se espera conseguir com ele e se apresentam como uma referência necessária para a avaliação” (Cunha, 2008: 239). Apresentamos, de seguida, os objetivos que se pretendem alcançar com a realização desta investigação.

### Objetivo geral

- Verificar possíveis pontos de referência entre o desenvolvimento deste tipo de eventos gastronómicos e a atração de turistas à região.

### Objetivos específicos

- Compreender até que ponto a “feira do fumeiro e presunto do Barroso” funciona como uma mais valia para a economia local.

- Detetar pontos comuns entre o turismo e o manter e dignificar uma referência coletiva assente em saberes e fazeres tradicionais.

- Dar visibilidade aos aspetos positivos e menos positivos da feira.

## 10. ANÁLISE DOS DADOS RECOLHIDOS

O método utilizado na análise dos dados foi a análise estatística, que é o método mais adequado em investigações quantitativas e que, no dizer de Quivy e Campenhoudt (1998: 224), “se impõe em todos

os casos em que estes últimos (os dados) são recolhidos por meio de inquérito por questionário”. Os dados recolhidos através dos questionários foram tratados com a ajuda de meios informáticos, o que nos permitiu a elaboração de gráficos de acordo com a natureza da informação. Os resultados obtidos apontam para o facto de que: a grande maioria das pessoas que visita a feira é de fora da região e já não é a primeira vez que aqui vêm. Os que vêm propositadamente à feira, constituem a maior percentagem, seguindo-se a dos que na altura da feira vêm em passeio e aqui passam alguns dias e, por último porque em percentagem menor, os que vêm pelo passeio, convívio com vendedores, pessoal da feira e pelos produtos. A maioria diz gostar de todos os produtos, depois destes destacam-se os que gostam mais das chouriças e das alheiras, seguidos dos que gostam do presunto e do cozido. Alguns não responderam, dado ser a primeira vez que vinham à feira. Todos declararam que a feira é importante para o desenvolvimento da região. A maioria entende que os produtos não são baratos, mas que a qualidade tem de se pagar. No tocante à organização da feira, todos foram de opinião que estava bem organizada e que a animação do evento era muito boa e levava — porque atrativa — a que as pessoas permanecessem mais tempo no local. Um grande número de inquiridos referiu não costumar visitar outras feiras de fumeiro, seguindo-se os que costumam ir à de Vinhais, Boticas e Valpaços.

No que toca aos produtores, todos concordam que a venda de fumeiro é uma dinâmica importante, porque os ajuda a viver e é importante para a economia da região. Que as regras mais rígidas em termos de higiene e certificação que foram impostas, foram as responsáveis pela desistência de alguns produtores; que essa desistência aconteceu porque as pessoas já não querem alimentar os porcos de maneira tradicional, porque o pessoal mais novo se tem deslocado para a cidade e, por último em menor percentagem, os que têm a ideia de que os produtores têm aumentado. A maioria dos respondentes entende que as regras de higiene e certificação são demasiado exigentes, mas necessárias para manter a qualidade do produto, no entanto uma boa parte é de opinião que elas são mesmo exageradas. Todos os inquiridos declararam garantir a genuidade dos seus produtos e afirmaram que os espanhóis costumam visitar a feira, dado serem vizinhos, bons clientes e apreciadores do fumeiro da região. Todos os produtores inquiridos foram unânimes em referir que a alimentação dos porcos é idêntica à tradicional e que consta de milho, centeio, batata, landra, castanha, couves, gerimum, cabaça, beterraba, nabos e outros produtos que cultivam. Quando questionados sobre se os mais novos tinham interesse em dar continuidade a esta tradição da feitura do fumeiro, a maioria dos inquiridos respondeu de forma negativa, mas muitos responderam afirmativamente.

## 11. CONCLUSÕES

O turismo, em território rural, contribui para o ressurgimento do artesanato local, das atividades tradicionais, renova as tradições, revitaliza a vida cultural e social da população, estimula o contacto com outras zonas do país, favorece o incremento da produção de bens e serviços e aumenta o consumo dos produtos locais. A procura dos destinos depende muito do que neles se oferece. Também o concelho de Montalegre, pela sua cultura, tradições e modo de vida das populações, aliados ao seu excecional enquadramento paisagístico, possuem um enorme atrativo turístico, que os responsáveis e a própria população têm sabido potenciar como fator de desenvolvimento económico e social. O encarar-se o turismo como um sustentáculo para a economia local e as pessoas sentirem que têm benefícios leva a que se impliquem de corpo inteiro e, em parte, é isto que se tem verificado no concelho, onde se continua a criar o porco e a fazer enchidos de forma tradicional. Por outro lado, para que o turismo rural seja instrumento de promoção e melhoria da qualidade de vida de uma determinada localidade deve, obrigatoriamente, fazer parte da vontade dessa comunidade, o que neste

caso se verifica pela simpatia e forma como as gentes da região recebem os que os visitam, o que os leva a regressar à região para a conhecerem melhor.

As conclusões retiradas do estudo vêm, de certa forma, confirmar as hipóteses por nós formuladas inicialmente. São essas conclusões as seguintes: muito embora a matança do porco já não seja feita com a ideia de festa e convívio entre familiares e amigos, como no passado, ela continua a ser importante para a economia das famílias barrosãs, através do negócio que a feira — «o maior cartaz da região» no dizer do presidente da câmara de Montalegre — lhes possibilita, bem como, de forma indireta, à restauração e hotelaria da região, na medida em que grande parte dos visitantes vem à feira e acaba por ficar uns dias; a atracção de visitantes à feira deve-se à qualidade dos produtos que nela se vendem e de que todos gostam, havendo, no entanto, que manter essa qualidade que advém, não apenas do tempero tradicional, mas sobretudo da alimentação dos animais, do clima da região e do lume das lareiras barrosãs, se querem atrair ainda mais visitantes e, por último, que a integração dos mais novos no sistema começou ainda a despontar, sendo necessário — para uma plena integração — motivá-los e alertá-los para o facto de que nos tempos difíceis que todo o mundo atravessa, deixem de trocar o que têm para irem atrás de um sonho cuja realização pode estar bem perto.

## BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA, J., & PINTO, J. (1980), *A Investigação nas Ciências Sociais*, Editorial Presença, Lisboa.
- ALTES MACHÍN, C. (1997), *Marketing y Turismo: Introducción al Marketing de Empresas y Destinos Turísticos*, Editorial Síntesis, Madrid.
- AUGUSTO, D. D., PINHO, J. C., RODRIGUES, C. J. (2010), “Espaço Rural – Análise Integrada Multissetorial e Pluridimensional no Território”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14, 500-512.
- BELL, J. (1997), *Como Realizar um Projecto de Investigação*, Gradiva, Lisboa.
- BRANDÃO, C. R. (2002), *A Educação como Cultura*, Mercado Das Letras, São Paulo.
- CABUGUEIRA, A. (2005), “A Importância Económica do Turismo”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2 (2), 97-104.
- CAVACO, C. (2001), “Turismo Rural e Desenvolvimento Local”, in Rodrigues, A. B., (org.) *Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais*, Hucitec, São Paulo, 94-121.
- CAVACO, C. (2005), “Turismo versus Animação Turística”, *Pessoas e Lugares*, 30 (2), 2.
- CUNHA, M. J. S. (2000), “Animação Educativa através do Teatro: um Projecto de Intervenção na área de Educação de Adultos”, *Dissertação de Mestrado em Educação*, Universidade do Minho, Braga.
- CUNHA, M. J. S. (2008), *Animação. Desenvolvimento Pessoal e Social, Formação e Práticas Teatrais*, Ousadias, Chaves.
- CUNHA, M. J. S. (2009), *Investigação Científica. Os Passos da Pesquisa Científica no âmbito das Ciências Sociais e Humanas*, Ousadias, Chaves.
- DOMINGUES, Á. (2001), “A Paisagem Revisitada”, *Finisterra XXXVI*, 72, 55-66.
- FONTE, B. (2001), *A Animação no Contexto Educativo*, Editora Cidade Berço, Guimarães.
- FROUFE, S., & SÁNCHEZ, M. A. (1998), *Animación Sociocultural. Nuevos Enfoques*, Amarú Ediciones, Salamanca.

LIMA, I. S. DE & EUSÉBIO, M. C. A. (2010), “A Importância da Segmentação do Mercado Turístico, de acordo com as Despesas que os Visitantes realizam no Destino, para o Desenvolvimento Económico Local: O Caso da Covilhã”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14, 87-100.

MADARIAG ROBERTO, M. (2005), Património y Comunidad: Una Propuesta de Intervención Comunitária en el Consejo Centro de Santa Clara, *Tesis para obtener el Título de Maestría*, UCLV, Cuba.

PEDROSA, A. S., & PEREIRA, A. (2008), “A História dos Territórios Durienses inscrita na Paisagem. Um Recurso Produtivo, Turístico e de Geomarketing”, in Cardoso, A. B., Durbiano C., e Gonçalves E. C., *Enoturismo e Turismo em Espaço Rural*, Aphvin/Gehvid e Edições Ismai, Porto, 37-76.

PEREIRA, M. A. (1996), “A Feira-Festa Anual dos Santos em Chaves e alguns Temas & Problemas Suscitados por ela e pelo Grandioso Historial da Vetusta Aquae Flaviae”, *Notícias de Chaves*, 47, 7.

QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. V. (1998), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Gradiva, Lisboa.

SOUSA, F. C. C., & CUNHA, M. J. S. (2010), “O Património Cultural da Região do Alto Tâmega e Barroso como Produto Turístico”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14, (2), 729-738.

ÚCAR, X. (1992), *La Animación Sociocultural*, Ediciones Ceac, Barcelona.

VEIGA, J. (2004), “Destinos da ruralidade no processo de Globalização”, *Revista Estudos Avançados*, 18, 51-67.