



Nuno Azevedo,
CEGOT. Bolseiro de Doutoramento da FCT
(*SFRH/BD/27717/2006*). nazevedo81@gmail.com

O aproveitamento das amenidades rurais na valorização do território. O caso de Trás-os-Montes e Alto Douro

Paisagem, Património e Desenvolvimento

1 Introdução

O espaço rural mantém relevância como expressão de diversidade e como espaço de residência, de vida das populações, de representações de interesses, de identidade e de uma larga gama de características das áreas rurais, naturais ou produzidas pelo Homem, incluindo terrenos incultos e cultivados, monumentos históricos e mesmo tradições culturais, que a OCDE (1999) designa de amenidades.

Segundo Paula Ruivo (2008:4), “as questões sobre as amenidades rurais envolvem aspectos diversos, de natureza social, cultural e económica, para além das expectativas da sociedade e da forma como as mesmas evoluem”. Embora existam diferentes abordagens, as mesmas são “coincidentes quanto ao objectivo final de contribuírem para o desenvolvimento do território, estimulando a melhor utilização dos seus recursos, envolvendo o maior número de actores locais e a intervenção pública, preservando e valorizando o património rural, constituindo sinais inequívocos do desenvolvimento rural e local” (Ruivo, 2008:8).

José Veiga (2000) refere a possibilidade de criação de emprego, contudo é fundamental a existência de actores empreendedores capazes de criar “novos recursos ao (re)fazer o território”, os quais não se limitam apenas aos “empresários com ideias novas”, mas à generalidade dos actores intervenientes no território (Moreno, 2009:122).

A valorização e preservação das amenidades rurais tem sido, cada vez mais, identificada como uma fonte de atracção da população urbana para o campo, podendo da mesma forma ser encarado como um caminho, dentre as várias possibilidades, de permanência da população rural (Silva, 2009). De facto, as transformações ocorridas recentemente nas regiões tradicionalmente mais atrasadas, regressivas e, por vezes, pouco desenvolvidas, nomeadamente a expansão da urbanização, a crescente internacionalização da economia, o maior conhecimento tecnológico e a valorização do local, do genuíno, do tradicional levou a que a conquista de espaço rural para

utilizações urbanas tenha suscitado um maior dinamismo e procura destes territórios (Mathieu, 1990).

O aproveitamento das amenidades dos territórios rurais tem vindo a contribuir para a alteração das suas dinâmicas, originando com se tenha vindo, neste início de século, a dinamizar, com maior ou menor intensidade, processos de transformação indutores de mudanças significativas, levando a crer que os territórios estão a “acordar” ou pelo menos a “despertar”.

De acordo com Jean Viard (1997:16-17) “o espaço rural tem hoje uma nova legitimidade, identitária, e não a legitimidade alimentar do passado”. Esta nova legitimidade é fundada na percepção do campo (sobretudo para os urbanos) como símbolo de liberdade, paisagem, beleza e saúde. Por outro lado, Elisabete Figueiredo (1999:263) sublinha que “os urbanos têm desenvolvido uma crescente procura de bens materiais e ambientais, à qual, aparentemente, somente o meio rural é capaz de dar resposta”. Assim se explica, de acordo com A. Cristóvão (2003), a crescente afluência de público aos parques naturais e outras áreas protegidas, o enorme sucesso das feiras de salsicharia tradicional realizadas em Montalegre ou Vinhais, que atraem pequenas multidões, e a apropriação pelas grandes e médias superfícies comerciais do conceito de feira de produtos “locais”, “tradicionalistas” ou de “qualidade” (queijos, enchidos, vinhos, etc).

Como refere Oliveira Baptista (2010:175), as tendências de transição rural são fortemente influenciadas “pela presença das autarquias”, e vai sendo “desenhado entre a legítima fidelidade dos eleitos locais ao mercado dos votos e as iniciativas mobilizadoras, e viáveis, para as economias locais”. Nesse sentido, as autarquias locais têm vindo a promover um conjunto de estratégias e iniciativas tendo em vista a promoção do desenvolvimento territorial, sendo estas, contrariamente à tendência recente de infra-estruturação, cada vez mais, de natureza imaterial e organizativa, associada à crescente preocupação com as questões sociais e o desenvolvimento económico.

Esta estratégia implica uma maior valorização das diferenças individuais entre os vários territórios rurais, através do envolvimento dos actores e da população local, aproveitando o capital social e as amenidades rurais como recursos particularmente importantes para fomentar a economia e o mercado de trabalho nos territórios de baixa densidade, onde a disponibilidade financeira tende a ser mais reduzida (Mandl *et al.*, 2007).

Assim, emerge uma preocupação com os territórios como espaços pertinentes para equacionar as questões da coesão social, da inovação e da competitividade e emerge, ao mesmo tempo, uma leitura do desenvolvimento local/regional que sublinha o lugar estruturante das instituições. Entre as dinâmicas emergentes com alterações mais visíveis, e com maior expressividade, encontram-se as feiras de produtos locais que é um evento transversal a toda a região, que estão a contribuir para a construção de uma nova inteligência colectiva. Em torno destes eventos têm sido divulgadas produções, costumes e dialectos, originando o “despertar” dos territórios e das suas identidades locais.

Funcionando como uma forma de manifestação da cultura popular, de promoção e divulgação do artesanato, da gastronomia, do folclore e dos produtos locais de qualidade, redescobre-se e reconstroem-se os recursos locais, através da mobilização colectiva. São de certa forma uma montra dos municípios e da região, procurando a valorização dos lugares, das gentes e das produções locais.

Cada vez mais, a identidade tem-se tornado um dos pilares da (re)afirmação de certas regiões rurais, sendo Trás-os-Montes e Alto Douro (TMAD) um dos melhores exemplos. Região que perante o êxodo demográfico tem procurado retomar e valorizar as suas tradições económicas e culturais, recorrendo a eventos temáticos como âncoras de desenvolvimento.

Assim procura-se avaliar a importância das feiras de produtos locais nas actividades produtivas e na manutenção da população, bem como a sua visibilidade nos territórios urbanos.

2 Um olhar pelo interior das feiras de produtos locais realizadas em Trás-os-Montes e Alto Douro

2.1 Uma multiplicidade de eventos

Os eventos desta natureza realizados na região de Trás-os-Montes e Alto Douro são diversificados, porém todos apresentam uma característica comum que é serem eventos temáticos, ancorados nos produtos locais, na gastronomia, no artesanato, na cultura e na paisagem, grosso modo, nas identidades territoriais.

Trás-os-Montes e Alto Douro caracteriza-se pela ruralidade e tradicionalismo dos campos, pelas montanhas, pela gastronomia e artesanato, que conferem individualidade às comunidades que ali vivem.

Na sua essência, as feiras são eventos de cariz económico e lúdico, que traduzem o ritmo da natureza e de outras celebrações, visando já a modernidade, o desenvolvimento regional, ao promoverem momentos de encontros e visitação e fluxos de visitantes (nacionais e estrangeiros). Deste modo, funcionam como uma forma de experimentação e manifestação da cultura popular, pela promoção e divulgação do seu artesanato (cada vez mais enquadrado numa lógica económica, social e cultural), gastronomia e folclore, em torno dos mercados dos produtos de qualidade da região (enchidos, fumeiro, azeite, vinho, castanha, amêndoa e outros frutos secos).

Cedo algumas câmaras municipais perceberam a importância das feiras temáticas. Estes eventos realizam-se em todos os concelhos e tendem a ser reflexo das actividades agrárias praticadas: de Dezembro a Janeiro, colhe-se a azeitona; de Janeiro a Março são as lavras e as plantações; de Maio a Julho várias colheitas; em Agosto e Setembro, a vindima; em Outubro e Novembro semeia-se o centeio; e em Dezembro recomeça o ciclo. Os eventos realizados ao longo do ano tendem a reflectir a territorialidade do rural, mas também a sua diversidade nas diferentes épocas do ano.

O número de visitantes do conjunto das feiras temáticas, é possível que facilmente duplique a população da região, superior a 450.000 pessoas, a avaliar pela amostra (Quadro 1). A organização é assumida pelos municípios, mas com a colaboração de vários actores locais e com um forte envolvimento e participação da população. As infra-estruturas existentes nos municípios, como os pavilhões desportivos e os parques de exposições, são adaptadas e rentabilizadas nestas iniciativas.

Quadro 1. Alguns números de feiras temáticas

Feira	Visitantes*	Expositores	Produto** (mil euros)	Investimento (mil euros)
Fumeiro de Montalegre	65.000	> 100	> 1000	100
Porco de Boticas	35.000	60 (outros produtos: 30)	300	-
Fumeiro de Vinhais	80.000	120 – 130 de fumeiro	> 1000	-
Folar de Valpaços	70.000	75 (65, em 2006)	1000	75 (90, em 2006)
Mel e Carne de Boticas	20.000	40	150	-
Gorazes do Mogadouro	30.000	> 100	-	-

* Estimativa das autarquias ** Receitas directas, segundo autarquias (critérios desconhecidos)

Fonte: Elaboração própria, a partir de informação das Câmaras Municipais

2.2 As Feiras do Fumeiro e da Caça e Turismo

No sentido de reflectir sobre estes eventos seleccionados dois diferenciados: a Feira do Fumeiro de Vinhais, a mais antiga feira do género realizado na região e com certeza um dos mais emblemáticos; e a Feira da Caça e do Turismo de Macedo de Cavaleiros, dirigida para a promoção de actividades de lazer e turismo integradas no usufruto do território rural, procurando-se ter em consideração as actividades territoriais e o turismo, uma vez que são actividades que assumem uma importância crescente nos territórios de baixa densidade. A opção por estas feiras teve ainda em consideração que se tratam de eventos realizados em municípios com características diferenciadas, que apresentam dinâmicas também diferenciadas, muito embora sejam municípios limítrofes.

2.2.1 Feira do Fumeiro de Vinhais

A feira realiza-se, desde 1981, no segundo fim-de-semana do mês de Fevereiro, com organização da Câmara Municipal de Vinhais e da Associação Nacional de Criadores de Suínos de Raça Bísara. Normalmente tem a duração de quatro dias, apresentando um vasto programa de actividades, exposições, concursos e espectáculos. Não é só uma feira de fumeiro, mas também a maior festividade do concelho.

Durante o certame de 2009, segundo estimativas da organização, visitaram a feira cerca de 80.000 pessoas, de todo o país e do estrangeiro. Estiveram presentes mais de 130 produtores de fumeiro, dos quais 20 Cozinhas Regionais de Fumeiro, 5 indústrias e um grande número de produtores individuais (105). Apresentam um fumeiro de excelente qualidade, confeccionado a partir de porcos autóctones de raça Bisara, todos a marca de Certificação atribuída pela União Europeia, como Indicação Geográfica Protegida (IGP). Vendeu-se 550 porcos bísaros, estimando-se num volume de negócios de venda de fumeiro de 550 mil euros (já em 2010 o volume de negócios estima-se que subiu para cerca de 1 milhão de euros), comercializados através da venda de salpicões, chouriças de carne, butelos, alheiras, chouriços azedos, chouriças doces e presuntos, tendo-se verificado o escoamento da totalidade do fumeiro.

Para além do fumeiro, os expositores individuais também comercializam outros produtos locais, desde o pão aos produtos hortícolas. Nas Tasquinhas e nos restaurantes oficiais da Feira confeccionam-se pratos regionais de fumeiro, bem como outros pratos típicos da região. É um reencontro anual, de quem vende e de quem compra, numa cumplicidade de memórias e sabores.

Há um grande rigor no controlo e certificação de todo o fumeiro, garantindo aos consumidores a genuidade e autenticidade destes produtos. Esta Feira, além de ser conhecida em Portugal, já marca a agenda de um elevado número de espanhóis que passam pela região nesta época. O espaço *Gourmet* foi uma novidade na edição de 2009, com cerca de 40 expositores, procurando dar resposta a um nicho de mercado vocacionado para qualidade e preço superiores.

Do programa consta também uma exposição de artesanato, onde os artesãos executam trabalhos ao vivo, exibindo os seus saberes. Dezenas de artesãos estão presentes na feira e outros tantos aguardam vez para expor. Além disso, são organizados concursos, de suínos de raça bisara e de fumeiro, e a luta de touros. Existe animação com folclore, bandas de música e actuações de pequenos grupos locais.

Nos últimos anos têm vindo a aparecer cada vez mais feiras relacionadas com o fumeiro e com outros produtos tradicionais da região, pelo que seria importante o estabelecimento de um calendário de eventos regionais. A hotelaria esgotou no concelho e concelhos vizinhos, pois a feira é um cartaz de promoção turística regional. Este evento tem todas as características para vir a integrar os roteiros internacionais.

2.2.2 Feira da Caça e do Turismo de Macedo de Cavaleiros

A feira realiza-se no último fim-de-semana de Janeiro, sendo a organização da responsabilidade da Câmara Municipal de Macedo de Cavaleiros e da Federação das Associações da 1ª Região Cinegética. Ocorre também durante quatro dias, com um orçamento de cerca de 100 mil euros. Para além das habituais montarias, que na última edição tiveram lugar em Morais, Soutelo Mourisco, Murçós e na zona de caça turística da Quinta de Zacarias, em Alfândega da Fé, o certame teve ainda a realização da segunda edição da Copa Ibérica de Caça, com Falcões, na Zona de Caça e Pesca de Limãos, e o segundo Raid Turístico, em viaturas todo o terreno, com passagem “por alguns dos mais belos lugares e paisagens do concelho”. A edição teve também mais uma edição da prova de Santo Huberto e o Prémio Galaico-Português, e ainda o Troféu Ibérico de Tiro com Arco e a corrida de galgos, pretendendo recriar dois processos de caça.

O espaço da feira tem 6.000m² de área coberta, com expositores de produtos regionais e gastronómicos. Estão presentes diversas associações culturais e organizações locais com o intuito de divulgarem os produtos e locais de maior importância turística do concelho, bem como os operadores locais de turismo rural. Algumas cooperativas agrícolas, produtores de vinho, de queijo e de doçarias regionais, além de casas de fumeiro e artesãos, assim como estabelecimentos comerciais de produtos associados à caça e à pesca e ao turismo também estão representados. Além disso, existe um conjunto de actividades permanentes, como a exposição e prática de falcoaria, e a exposição de fauna viva de espécies cinegéticas. Durante o certame costumam realizar-se seminários e apresentação de livros.

Durante os quatro dias do evento mais de 20 mil pessoas (21 mil em 2010), entre portugueses e espanhóis, passaram pelo recinto do Parque Municipal de Exposições. Cerca de 450 caçadores estiveram integrados nas várias actividades associadas à caça, mas muitos outros visitaram a feira mesmo não participando nessas actividades. O Raid Turístico suscitou o interesse dos amantes do todo-o-terreno, com mais de 100 participantes. Normalmente a oferta hoteleira do concelho fica completamente lotada, tendo alguns optado por instalações em estabelecimentos hoteleiros de municípios vizinhos.

A organização do evento pretende converter o concelho, não apenas numa referência na área cinegética, mas sobretudo num destino turístico no Nordeste Transmontano, onde sobressaia a sua riqueza paisagística e o seu património cultural, aliados à qualidade dos produtos regionais, da gastronomia e do saber receber das suas gentes. A associação entre a caça e o turismo é assim importante para aumentar a atractividade turística, não apenas no período da caça mas ao longo de todo o ano.

3 Retrato dos visitantes e dos expositores das feiras

Centrando-se esta abordagem nos eventos realizados em Trás-os-Montes e Alto Douro, foram realizados inquéritos aos visitantes e expositores de duas destas feiras realizadas (em

2009): Feira do Fumeiro de Vinhais e Feira da Caça e Turismo de Macedo de Cavaleiros. No conjunto, nas duas feiras, foram realizados cerca de 550 inquéritos (130 inquéritos a expositores e 428 a visitantes), e mais de uma dezena de entrevistas.

Através dos inquéritos procura-se avaliar o real significado e importância destes acontecimentos na dinamização das actividades locais e na manutenção da população, avaliar a sua visibilidade nos territórios urbanos e a capacidade de atracção de visitantes de fora do concelho e de fora da região/país, bem como a avaliação dos seus impactos.

Para concretizar os objectivos referidos, recorreremos a metodologias de inquirição, tendo sido preparados os seguintes instrumentos de recolha de informação: inquérito a visitantes e inquérito a expositores, bem como breves entrevistas com os responsáveis locais.

3.1 Visitantes

No sentido de perceber os visitantes destas feiras realizadas na região apresentam-se os resultados dos inquéritos realizados aos visitantes¹. Assim, apresentaremos os dados obtidos² considerando-se não apenas os resultados globais mas também as diferenças entre os dois eventos.

Metodologicamente procurou-se identificar perfis de utilizadores, através de uma análise multi-critério, tendo sido realizadas várias opções e diferentes conjugações de questões. Não se verificou a existência de associações relevantes, pelo que se conclui que não existem perfis de comportamento nos visitantes inquiridos.

Os visitantes têm uma idade média na ordem dos 45 anos, sendo o grupo etário de 40-64 anos (Figura 1) o mais representativo (53%), sobretudo nos visitantes de fora do concelho (58%). Em termos de escolaridade (Figura 2), cerca de um terço tem o ensino superior (33,6%). Genericamente, os visitantes da Feira do Fumeiro (39%) são mais instruídos do que os da Feira da Caça e Turismo (29%). Em termos gerais, os visitantes oriundos do exterior apresentem um nível de habilitações superior (37%) quando comparados com os visitantes do concelho (26%). De facto, estes eventos tendem a atrair populações do exterior com um nível de instrução médio a alto.

Nas profissões evidencia-se uma grande diversidade (Figura 3). Porém, os comerciantes/ e empresários assumem as maiores representatividades (17%). Na Feira do Fumeiro, o peso dos reformados presentes é bastante significativa (13%) pois a proporção de visitantes com idades igual ou superior a 65 anos foi mais representativa.

Relativamente às origens geográficas, cerca de 35% dos visitantes vem de fora da região (41% na Feira do Fumeiro), 29% de outros concelhos da região e 33% dos concelhos onde se realizam os eventos (Figura 4), no entanto, existem diferenças evidentes entre os dois eventos: O Fumeiro é mais atractivo para os de fora da Região e a Caça e Turismo para os próprios residentes do concelho. Em termos gerais é perceptível a importância que estes eventos

1 Os inquéritos por questionário foram realizados nos dias de duração dos dois eventos, tendo sido efectuados 428 inquéritos a visitantes dos eventos, dos quais 219 foram realizados na feira da caça e do turismo e 209 na feira do fumeiro.

2 Idade; escolaridade; profissão; freguesia e concelho de residência; número de feiras de produtos locais visitadas durante o ano; concelhos onde normalmente visita estas feiras; porque visita este tipo de feiras; que importância atribui a estes eventos e de que forma poderão ser importantes para a região.

assumem na atracção de visitantes ao concelho e à região, havendo um número significativo que recorre às unidades turísticas locais.

Figura 1. Estrutura etária dos visitantes inquiridos

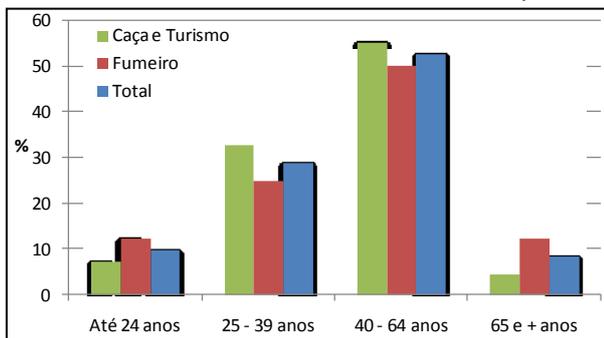


Figura 2. Nível de escolaridades dos visitantes das feiras

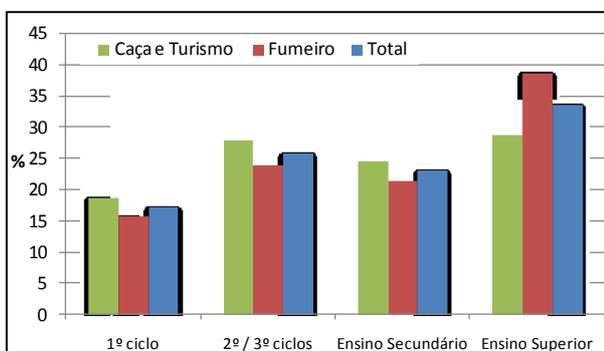
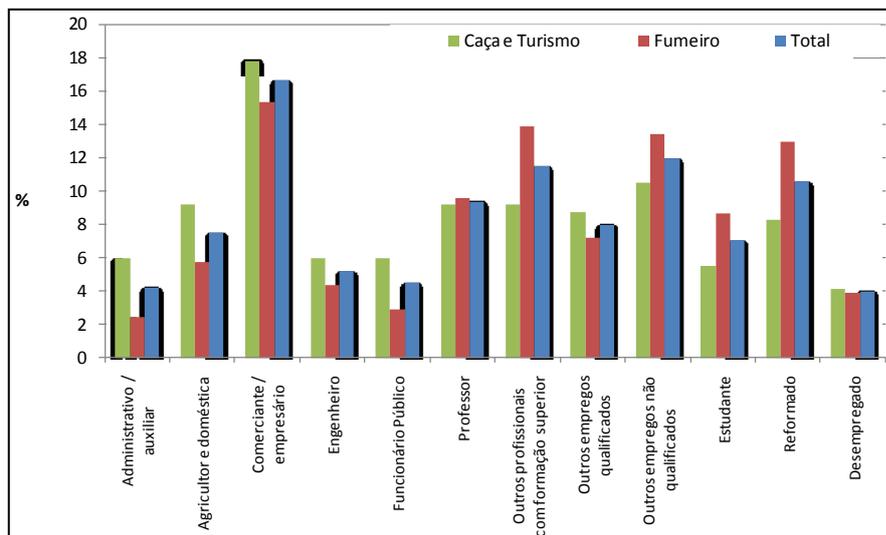


Figura 3. Principais profissões dos visitantes das feiras



A atractividade destes eventos é impressionante. Mais de 60% dos visitantes frequenta entre 2 a 4 feiras por ano e cerca de 50% frequenta eventos desta natureza predominantemente na região de Trás-os-Montes e Alto Douro (Figura 5).

Figura 4. Residência dos visitantes das feiras

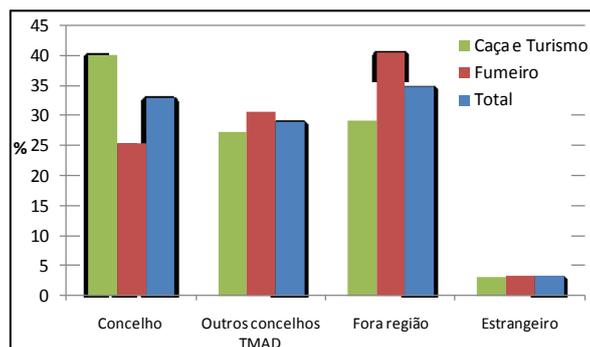
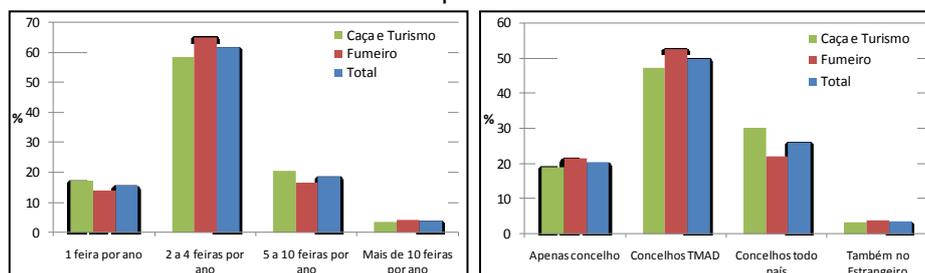


Figura 5. Número (esquerda) e localização (direita) das feiras frequentadas anualmente pelos visitantes



Mas afinal porque se frequentam estes eventos?

No sentido de sintetizar os principais motivos foi feita uma agregação das respostas obtidas. Assim, 60,5% dos visitantes referem os “produtos locais e tradicionais e o artesanato” como motivo principal (Figura 6). Porém estes valores diferem muito entre a Feira da Caça e do Turismo (36,5%) e a Feira do Fumeiro (86%), em resultado das suas características. Mais de metade dos visitantes (50%) referiu “o gosto, o interesse, o convívio e a novidade”, situação evidenciada sobretudo na Feira da Caça e Turismo (57%).

Referido por cerca de metade dos visitantes foi o turismo, ora associado à caça e às provas de caça no caso de Macedo de Cavaleiros, ora associado ao lazer e passeio no caso da Feira de Vinhais. Finalmente, uma outra razão prende-se com a visita e o encontro com familiares e amigos, e a “identificação com o local e a região e a cultura tradicional”, que foi referenciado por 19% dos visitantes.

Se os motivos apresentados tendem a ser variados também em termos de importância para o desenvolvimento da região as respostas são diversificadas. No caso da Feira da Caça e Turismo foram referidos aspectos referentes à atracção de visitantes, ao turismo e aos produtos locais, embora as respostas sejam variadas. A valorização dos produtos locais e o desenvolvimento do concelho são aspectos mais valorizados na Feira do Fumeiro, embora se verifique também heterogeneidade nas respostas.

Sistematizando as respostas, verifica-se que 61,9% dos visitantes referem a “preservação, divulgação e valorização produtos locais e mostra de tradições e cultura local” como maior importância destes eventos. Um aspecto referenciado por cerca de metade dos visitantes (48,8%) prende-se com a “divulgação, dinamização e desenvolvimento do concelho e da região, nomeadamente a sua economia e ruralidade”. Também considerado por 46% dos visitantes inquiridos foi o facto de “atrair visitantes e promover e valorizar o turismo”. Finalmente, também o

“convívio, o lazer e as novidades” foram referidos em termos de importância destes eventos (11% dos inquiridos).

Figura 6. Motivo de visita das feiras pelos visitantes

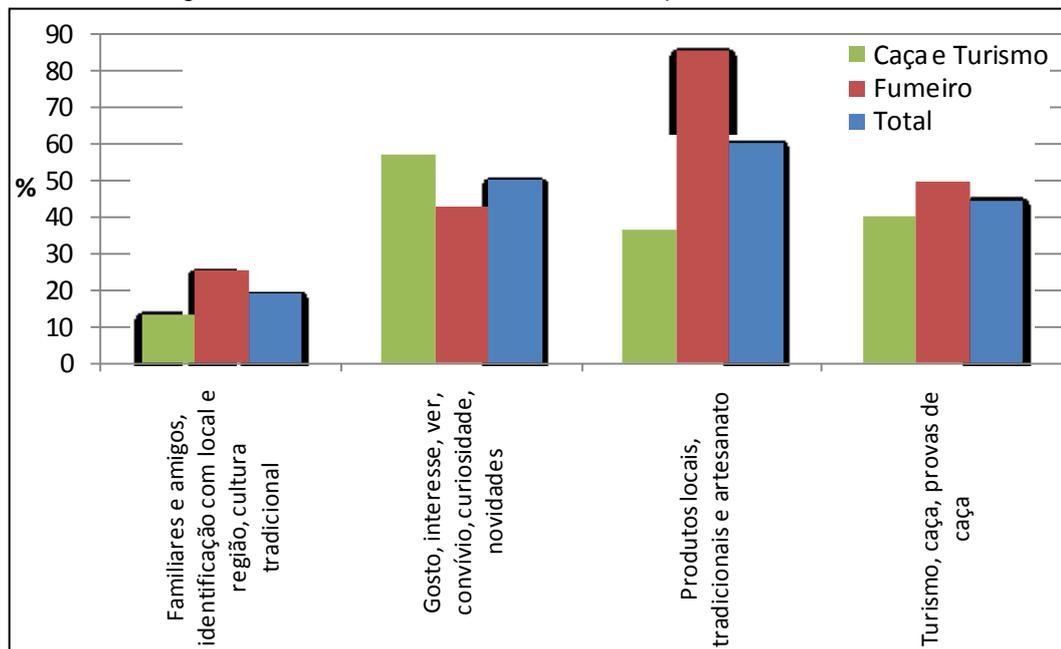
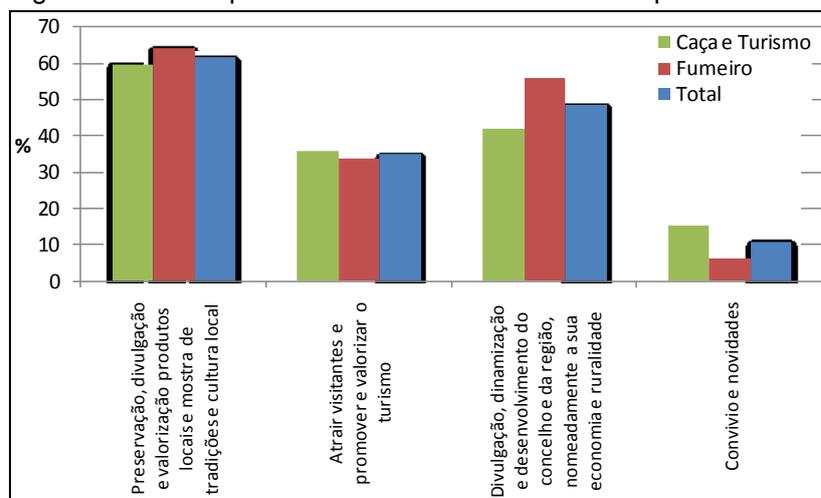


Figura 7. Importância atribuída a estes eventos pelos visitantes



Em síntese, destaca-se que muito embora sejam eventos importantes para as populações locais e considerados pelos autóctones, por vezes, como uma forma de “distracção e de lazer”, apresentam um maior peso de visitantes do exterior, contribuindo decisivamente para a atracção de visitantes ao concelho e à região e, conseqüentemente, para a divulgação e valorização das amenidades rurais dos territórios do interior, fomentando o reforço das relações entre os espaços rurais e os espaços metropolitanos. Por outro lado, importa reter que encontrando-se este território relativamente abandonado, tem sido feito um grande esforço pelas autarquias locais, sensibilizando as populações para a confecção dos seus produtos tradicionais que são a “expressão máxima da interioridade” e que devem continuar a ser preservados para os vindouros pois fazem parte da riqueza histórica deste reino maravilhoso.

3.2 Expositores

Se os visitantes consideram estes eventos como fundamentais para o desenvolvimento da região, importa agora avaliar como os expositores vêem estes eventos, procurando-se apresentar um retrato global dos expositores presentes nas duas feiras, com base em inquéritos aos expositores³.

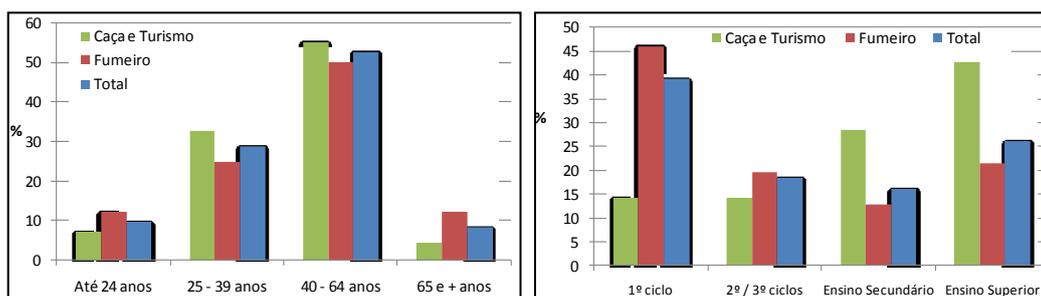
Tal como nos visitantes, também nos expositores procurou-se identificar os perfis de utilizadores. No entanto, não se evidenciaram associações relevantes, pelo que não se conseguiram identificar perfis de expositores. Assim, tendo por base as várias questões colocadas⁴, apresentaremos os dados obtidos considerando-se não apenas os resultados globais mas também as diferenças entre os dois eventos.

Importa desde logo referenciar que se evidencia o grupo etário entre 40 e 64 anos (49%) porém verificam-se diferenciações entre os dois eventos (Figura 8), com uma diferença de 7 anos na média de idades entre os expositores (42 anos na Feira da Caça e Turismo e 49 anos na Feira do Fumeiro). Ao nível da escolaridade sobressaem-se também diferenças significativas entre os dois eventos. A presença de expositores com ensino superior (43%) é mais expressiva na Feira da Caça e Turismo enquanto na Feira do Fumeiro destacam-se os expositores com escolaridade até ao 1º ciclo (46%). Evidenciam-se níveis de escolarização inferiores nos expositores do concelho.

Na Feira do Fumeiro há uma presença significativa de reformados (Figura 9), enquanto na Feira da Caça e do Turismo os profissionais com formação superior representam ¼ dos expositores presentes no evento.

Relativamente às origens territoriais (Figura 10), mais de metade dos expositores reside no concelho onde se realiza o evento (51%), enquanto os expositores do exterior da região representam menos de ¼. É perceptível a importância que estes eventos assumem para as populações locais, dada a sua representatividade como expositores nestes eventos, através da presença individual, de empresas ou de instituições.

Figura 8. Estrutura etária e nível de escolaridade dos expositores inquiridos



3 Os inquéritos por questionário foram realizados nos dias de duração dos dois eventos, tendo sido efectuados 130 inquéritos a expositores dos dois eventos: alguns dos expositores estiveram presentes nos dois eventos, pelo que apenas se inquiriram uma vez.

4 Idade; escolaridade; profissão; freguesia e concelho de residência; em quantas feiras de produtos locais expõe; em que concelhos expõe; produtos expostos; % de vendas em feiras; importância no rendimento anual; porque visita este tipo de feiras; mais-valias de venda em feiras; que importância atribui a estes eventos e de que forma poderão ser importantes para a região.

Figura 9. Principais profissões dos expositores das feiras

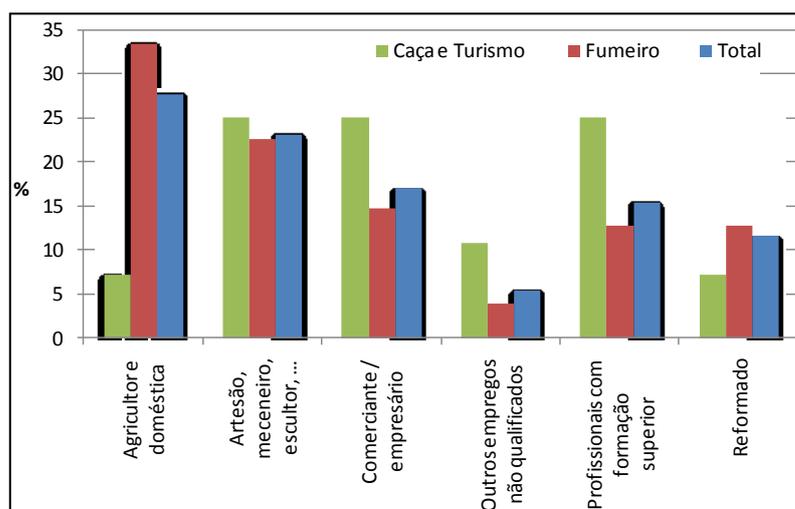
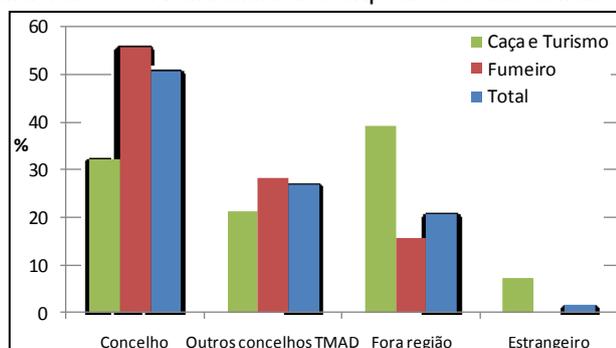


Figura 10. Residência dos expositores das feiras



Uma particularidade dos expositores inquiridos prende-se com a preponderância de expositores que frequenta apenas feiras do concelho de residência (Figura 11), situação que se verifica sobretudo na Feira do Fumeiro. Ainda assim, a maioria frequenta mais de 10 eventos anualmente (na região e no exterior).

O predomínio dos expositores do concelho ou dos municípios vizinhos permite justificar o tipo de produtos comercializados (Figura 12). De facto, cerca de metade dos inquiridos expõe produtos regionais e de “gourmet” (fumeiro, vinho, azeite, licor); 37,7% expõem artesanato e 10% apenas pretendem a divulgação.

Figura 11. Número (esquerda) e localização (direita) das feiras frequentadas anualmente pelos expositores

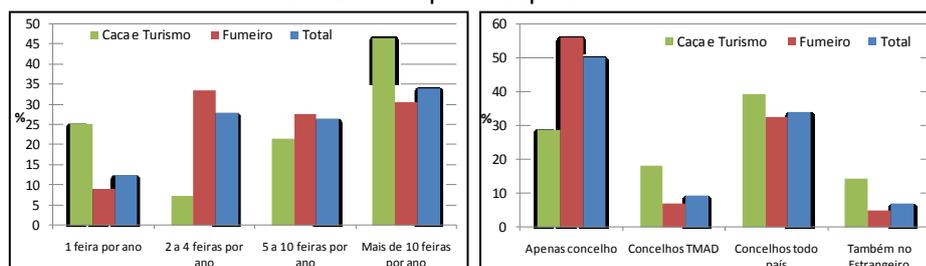
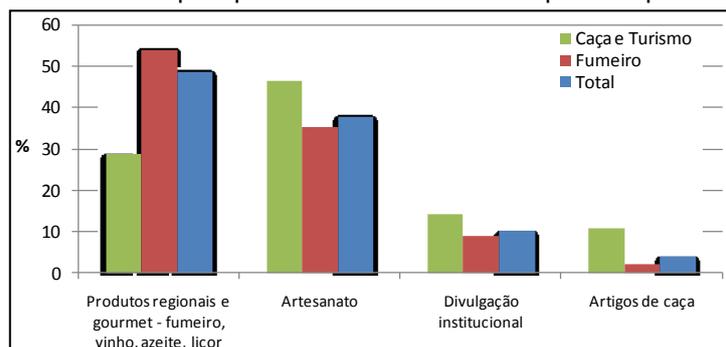
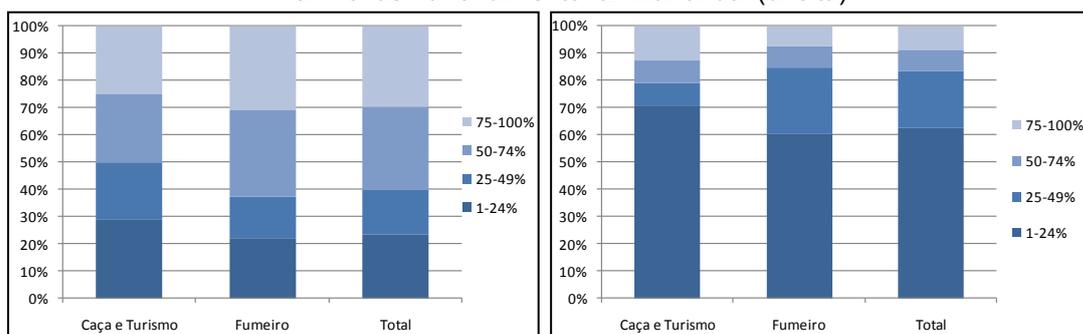


Figura 12. Principais produtos comercializados pelos expositores



No que concerne ao negócio (Figura 13), as vendas nas feiras representam entre 50-74% das vendas para 27% dos expositores, enquanto para 55% representa menos de 25% do seu rendimento anual. É sobretudo na Feira do Fumeiro onde as vendas em feira assumem maior expressão no total de venda, sendo também onde assume maior importância ao nível do rendimento familiar anual, situação evidenciada sobretudo nos produtores individuais de fumeiro e que permite diferenciar os dois eventos.

Figura 13. Percentagem de vendas em feiras (esquerda) e importância da venda em feiras no rendimento familiar anual (direita)



Relativamente a outras mais-valias, mais de 71% dos expositores considera que a presença nestas feiras traz-lhe importantes mais-valias para a sua actividade, só 13% refere que não tem mais-valias e 16% dos inquiridos não responderam.

Tal como os visitantes, também os expositores foram questionados acerca do motivo de frequentarem estes eventos. Embora se verifique uma grande variedade de posições, é possível distinguir quatro situações diferenciadas. Assim, mais de metade dos expositores (55%) referem “necessidade, venda, obter rendimentos” como motivos para frequentarem estes eventos (Figura 14). Estes eventos têm uma grande importância para a “divulgação, promoção, e obtenção de contactos” (54% dos expositores). Além disso, para 24% dos expositores é um “momento, um gosto, um espaço de lazer e convívio. A “tradição” e o facto de ser a “feira do concelho” também justificam a presença de 20% dos expositores.

Em termos de importância destes eventos para a região, as respostas foram diversas. Todavia, é possível distinguir três situações (Figura 15). Assim, mais de dois terços consideram a “preservação, divulgação, valorização e venda dos produtos locais, e obtenção de rendimento”, situação que tem mais destaque na Feira do Fumeiro (77%). Mencionado por cerca de dois terços dos expositores foi a “divulgação, dinamização e desenvolvimento do concelho e da região, nomeadamente a sua economia e ruralidade”, com maior pertinência na Feira da Caça e Turismo onde $\frac{3}{4}$ dos inquiridos referiram tal situação. Finalmente, é ainda possível distinguir a

importância para “atrair visitantes e promover e valorizar o turismo”, situação exposta por 30% dos expositores.

Figura 14. Motivo de frequência das feiras pelos expositores inquiridos

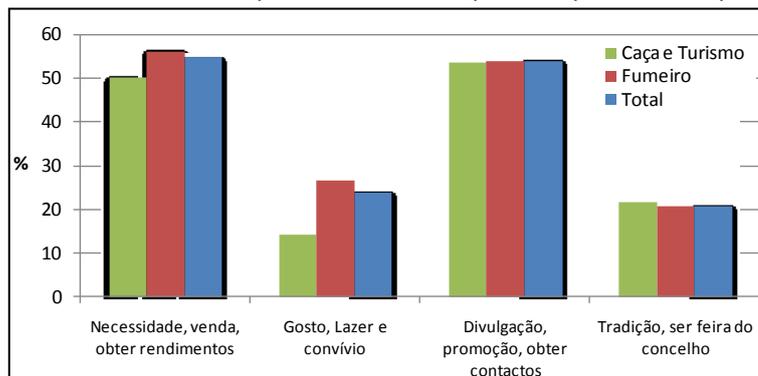
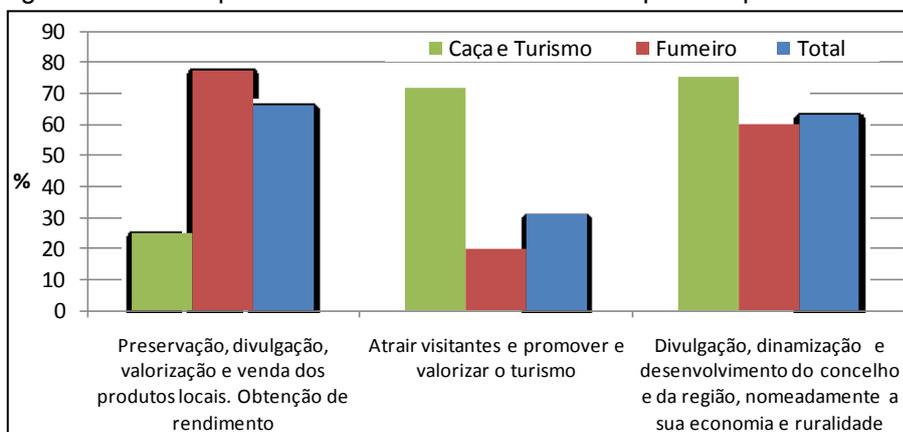


Figura 15. Importância atribuída a estes eventos pelos expositores



Em síntese, destaca-se a predominância dos expositores do concelho e da região, evidenciando a importância para as populações locais que através da presença individual, de empresas ou de instituições marcam presença nestes eventos. Destaca-se o domínio de expositores de produtos regionais e de “gourmet”, bem como de artesanato, enquanto os expositores de divulgação institucional têm uma representatividade mais reduzida⁵, todavia a generalidade reconhece a existência de mais-valias resultantes da presença nestes eventos. A procura destes eventos pelos expositores tem contribuído para a divulgação das produções e da cultura local, promovendo a recuperação dos recursos endógenos, a valorização da identidade e a rentabilização das componentes ambientais e patrimoniais. Todavia, é fundamental a existência de actores empreendedores que valorizem os recursos locais no sentido de refazer o território e reinventar o rural.

⁵ São os expositores de produtos regionais e de “gourmet” e de artesanato que apresentam um maior peso nas vendas em feiras e no rendimento anual, situação que se evidencia sobretudo nos produtores individuais de fumeiro.

4 Conclusão

É no contexto do reconhecimento do “lugar” e o papel das instituições que se reflecte sobre o protagonismo das feiras de produtos locais. Em torno destes eventos têm sido divulgadas produções, costumes e dialectos, originando o despertar dos territórios e das suas identidades entretanto (re)descobertas e requalificadas (como recursos para o seu Desenvolvimento). Funcionando como uma forma de manifestação da cultura popular, de promoção e divulgação do artesanato, da gastronomia, do folclore e dos produtos locais de qualidade⁶, redescobre-se e reconstróem-se os recursos locais, através da mobilização colectiva. São de certa forma uma montra dos municípios e da região, procurando a valorização dos lugares, das gentes e das produções locais.

Tendo em conta que, segundo Helder Marques (2008:8), “o campo representou sempre uma actividade económica indissociável de uma forma de viver e existir (daí a nostalgia, a relação afectiva, a identidade) e continuará a ser um território de produção de bens materiais”, a visão nostálgica do campo ganha uma força estratégica que está a “recriar” os territórios rurais.

As dinâmicas emergentes nos espaços rurais têm procurado reinventar o rural, através da exploração das múltiplas facetas das memórias e do nosso imaginário, ou seja as representações territoriais de um rural que está a ser reinventado. São vários os exemplos de dinâmicas de recriação do rural. Nesta diversidade, as feiras de produtos locais apresentam-se como um exemplo transversal à região de Trás-os-Montes e Alto Douro.

De facto, estes eventos têm contribuído para a valorização dos recursos, da identidade do lugar e da identificação do consumidor com o lugar. As procuras urbanas contribuem para esta inovação do rural, e para novos interfaces urbano-rurais. As feiras, embora diversificadas, apresentam-se como temáticas e ancoradas nos produtos locais, na gastronomia, no artesanato, na cultura e na paisagem, ou seja, nas identidades territoriais do local.

Mesmo com números diferenciados, apresentam forte capacidade de atracção de visitantes. Quer se tratem de visitantes do exterior ou não, é unânime o reconhecimento da sua importância para os produtos locais e o turismo, para a valorização das tradições e da cultura local, para o desenvolvimento económico, para a manutenção da população e o rendimento da população, de um modo geral, para a valorização e recriação da ruralidade.

Nos expositores evidencia-se uma forte procura destes acontecimentos, reconhecendo-se a sua visibilidade no exterior, dado tratarem-se de eventos “anti-crise”. Assumem maior expressão os expositores do concelho onde se realiza o evento e evidencia-se o predomínio dos expositores de produtos regionais e de “gourmet”. Para grande parte dos expositores, as feiras têm um importante impacto em termos de vendas e de rendimento familiar.

Também a generalidade dos expositores, tal como os visitantes, reconhece a sua utilidade para a venda dos produtos locais, para a atracção e valorização do turismo, para a dinamização

⁶ Segundo Manuel Tibério *et al.* (2008) os produtos agrícolas e agro-alimentares tradicionais estão hoje no centro das atenções enquanto instrumentos potenciadores de desenvolvimento agrícola e rural, os quais são vistos como elemento fundamental no ordenamento do espaço, na preservação da paisagem e conservação da natureza e na luta contra a desertificação e despovoamento de territórios rurais particularmente desfavorecidos. Esta redescoberta dos produtos tradicionais é motivada por factores como a incapacidade da agricultura das áreas rurais desfavorecidas em colocar alimentos de forma competitiva no mercado global; a preservação e valorização dos produtos tradicionais como parte da política europeia de desenvolvimento rural e a crescente desconfiança dos consumidores relativamente à qualidade e segurança alimentar, entre outros.

da cultura local, para o desenvolvimento económico do concelho e da região e para a criação/manutenção de empregos e consequente manutenção da população residente nos territórios rurais.

Tratam-se pois de eventos que contribuem para o desenvolvimento económico regional, quer pelas vendas directas na feira, quer pelos impactos indirectos (restauração, hotelaria, e outros), funcionando mesmo como um cartaz de promoção turística que permite criar uma imagem para o turismo na região, mostrando a sua identidade cultural. Tal situação origina com que seja referida a necessidade de realizar, durante todo o ano, eventos e actividades que permitam atrair pessoas, de modo a valorizar o turismo, a revitalizar a economia local, a criar riqueza e empregos e a manter a população residente. Assim, as feiras temáticas, numa região como esta, são instrumentos através dos quais a identidade se revela um recurso para a inovação das actividades económicas e sociais, recurso cada vez mais reconhecido, pois também contribui para despertar o interesse das populações urbanas e consequentemente para a recriação do rural.

Refira-se ainda o seu contributo ao nível da: promoção de sinergias entre produtores, operadores turísticos e outros actores relevantes; construção de redes de comercialização que permitam contrariar a atomização do tecido produtivo, acrescentando e fixando valor no território e aproximando produtores e consumidores; promoção de processos de inovação e aprendizagem colectiva, nomeadamente na qualificação agro-alimentar, na comercialização e no marketing dos produtos e do próprio território.

Os designados territórios “sonolentos” (Ferrão, 2003) estão a dinamizar processos de mudança, criando novos alicerces para um novo projecto territorial. As feiras são apenas um dos sintomas desses processos. Com as feiras locais revaloriza-se e recria-se o rural (enquanto memória, património e paisagem), através de uma alavancagem a partir das autarquias. Neste âmbito, é necessário aproveitar todos os recursos do território, apostar na identidade do lugar e na identificação do consumidor com o lugar - nas feiras os visitantes procuram uma imagem, uma representação do rural, o que não significa que as imagens e as representações não estejam a ser reconstruídas.

Podemos pois considerar que contribuem para a alteração das dinâmicas dos territórios, aumentando a atractividade externa e alterando-se o relacionamento urbano – rural, sendo um instrumento de revitalização/modernização da economia rural e de reinvenção de um “novo” rural capaz de sustentar o esvaziamento demográfico.

5 Bibliografia

- Baptista, F (2010), *O Espaço Rural. Declínio da agricultura*, Celta Editora, Lisboa.
- Cristóvão, A (2003), Ambiente e desenvolvimento de áreas rurais marginais: o caminho tortuoso para uma relação potencialmente frutuosa. *Actas do 1º Encontro Luso-Galaico de Estudos Rurais*, 12-13 de Novembro de 1999, IDEGA - Universidade de Santiago de Compostela/IPB - Escola Superior Agrária, Bragança.
- Ferrão, J (2003), Dinâmicas Territoriais e Trajectórias de Desenvolvimento: Portugal 1991-2001, *Revista de Estudos Demográficos*, INE, n.º 34, pp. 17-25.
- Figueiredo, E (1999), Ambiente Rural: A Utopia dos Urbanos?. In Cavaco C (coord.), *Desenvolvimento Rural: Desafio e Utopia*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa: 263-280.

- Mandl, I, Oberholzner, T, Dorflinger, C (2007), *Social capital and job creation in rural Europe*, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, European Commission, Office for Official Publications of the European Communities.
- Mathieu, N (1990), La notion de rural et les rapports ville-campagne en France. Des années 1950 aux années 1980. *Économie rurale*, 197: 35-41.
- Moreno, L (2009), Empreendedorismo e promoção territorial das áreas rurais. In Baptista, Jacinto e Mendes (coord.), *Os territórios de baixa densidade em tempos de Mudança*, Câmara Municipal de Proença a Nova, Centro de Ciência Viva da Floresta: 121-132.
- OCDE (1999), *Cultivating rural amenities*. OECD, Paris.
- Ruivo, P (2008), Amenidades rurais – Que contributo? Estudo de caso em territórios rurais, *Actas do III Congresso de Estudos Rurais (III CER)*, CD-ROM, SPER / Universidade do Algarve, Faro.
- Silva, T (2009), A percepção de risco e o conflito socioambiental no campo: a luta pela preservação de uma amenidade rural. *XIV CISO – Encontro de Ciências Sociais do Norte e Noroeste, GT 15 - Recomposições do Rural: territórios e identidades*, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Tibério, M, Cristóvão, A, Abreu, S (2008), Microproduções Agrícolas e Desenvolvimento Sustentável em Regiões Periféricas, *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, Vol. 17, 1º Quadrimestre, pp. 5-24.
- Veiga, J (2000), *A Face Rural do Desenvolvimento Sustentável*. Universidade UFGRS, Resenha do livro, Porto Alegre.
- Viard, J (1997), Les Campagnes, Enjeu de l'Urbanité de l'Europe. In Guihéneuf, P.-Y., *Agriculture et Développement Rural un Enjeu Européen: Débats sur l'Agenda 2000*, Groupe de Bruges, Saint Gély: 11-18.