

# Autenticidade e qualidade: Modos significativos de desenvolvimento e atração turística

MARIA JOSÉ DOS SANTOS CUNHA \* [ mjscunha@net.sapo.pt ]

**Resumo** | Neste artigo tem como objetivo dar a conhecer as linhas gerais de uma investigação que foi desenvolvida com a finalidade de conhecer as motivações dos visitantes da Feira do Fumeiro em Vinhais, para além das que evidentemente estão com ela relacionadas, bem como de perceber se os fatores de autenticidade e qualidade têm repercussões na sua atratividade para a região. Propósitos estes que, com o desenvolvimento da investigação, se vieram a confirmar.

**Palavras-chave** | Turismo, Desenvolvimento, Rural, Autenticidade, Qualidade.

**Abstract** | This article aims at setting out the general framework of one research, in which we have involved in order to know the motivations of visitors to the smoked products exhibition in Vinhais, beyond those that are clearly related to it, as well as understand whether the factors of authenticity and quality have an impact on their attractiveness to the region. These purposes, with the development of the research, have been confirmed.

**Keywords** | Tourism, Development, Rural, Authenticity, Quality.

---

\* **Doutora em Ciências da Educação** pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. **Professora Auxiliar** na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

## 1. Introdução

A indústria do turismo, que nas últimas décadas se tornou num dos principais setores da economia mundial, está no centro das atenções de países e regiões, nomeadamente rurais, nas quais não é incomum lançar-se mão a atividades e serviços não agrícolas e procurar-se no turismo a solução para o seu renascimento, através de uma crescente reinvenção.

Com o tempo, os destinos turísticos reduzem a capacidade para garantir a satisfação dos consumidores, necessitando proceder à inovação e reestruturação de estratégias de oferta, que sejam fatores de atratividade e nas quais a preponderância de fatores como a autenticidade e qualidade se mantenha. Também Vinhais tem apostado em novas formas de se dar a conhecer, como são o Parque Biológico – uma natureza selvagem autêntica – e a Feira do Fumeiro, que realiza há mais de três décadas e a tornou conhecida como ‘a capital do fumeiro’.

No Parque Biológico, em que a fauna e a flora são autenticamente autóctones, a atração de turistas é uma realidade. Desconhece-se, porém, se o mesmo se passa com a feira. A investigação retratada neste artigo pretendeu, assim, não só esclarecer se os milhares de visitantes que à feira se deslocam têm, para além da aquisição de produtos e da fruição das atividades de animação, outras motivações, nomeadamente a de conhecer a região e o desfrutar das valências que nela lhes são oferecidas; como também averiguar se a autenticidade e qualidade dos produtos que nela se promovem, têm o poder de influir na atratividade a este destino, o que a acontecer, estabelece pontos comuns entre eles. Com esse intuito, aplicou-se no recinto da feira um inquérito por questionário a cem visitantes, uma vez que a metodologia escolhida foi de cariz quantitativo, por ser a que melhor se adequava às características e finalidades da pesquisa.

## 2. Enquadramento teórico

O enquadramento teórico integra elementos relevantes para a compreensão do objeto de estudo, nele se precisam conceitos e definições, serve de base de apoio à investigação e dá-lhe credibilidade.

### 2.1. O papel do turismo na perpetuação da ruralidade

O turismo, porque é capaz de quebrar o isolamento, contribuir para aproximar os povos, ajudar a conservar a natureza, a gastronomia, as feiras, tem-se constituído “como o modo mais significativo de perpetuar a ruralidade e o que mais tem contribuído para a formação dos lugares e, assim para os processos de reconfiguração plural do rural” (Figueiredo, 2011, p. 20). Podendo, tal como afirma Cabugueira (2005), desempenhar um papel decisivo no desenvolvimento das regiões, onde, por vezes, não existem outras alternativas para alcançar esse objetivo. Para que estes prenúncios de vida e sementes cheias de futuro germinem, é necessário, na perspetiva de Portela (2003), olhar de outra forma estes territórios, as suas mudanças e os seus protagonistas. Territórios que, como afirma Baptista (2010, p. 52), “são ainda um rural familiar e de nascimento, onde a população continua a envelhecer e a declinar, mas onde também se verificam novas dinâmicas, hábitos e atitudes”, e nos quais, como forma de repor o equilíbrio, se tem recorrido à qualificação dos produtos agroalimentares regionais e ao turismo em espaço rural, como estratégias de desenvolvimento. É que, como salientam Vieira e Figueiredo, a ligação entre estes segmentos,

Ao incluir os sectores agroalimentares, o turismo e sectores complementares, constitui-se como uma abordagem multissetorial do desenvolvimento. Ao promover a gastronomia e os produtos agrícolas tradicionais, valoriza os recursos endógenos locais (Vieira & Figueiredo, 2011, p. 109).

O mais importante, contudo, é que produtos e turismo, sejam promovidos de forma harmoniosa e sustentada, no respeito pelas diferenças que caracterizam cada região e requisitos de qualidade e autenticidade exigidos por quem os procura. Porém, tal como referem Figueira e Dias,

o turismo, mais que qualquer outra atividade, deve ser assumido pelos municípios por se tratar de uma fonte de negócio indutora de desenvolvimento, geradora de emprego e de rendimento que pode contribuir para outras atividades (Figueira & Dias, 2011, p. 13).

Assim, os municípios deverão ser os protagonistas do seu desenvolvimento.

## 2.2. Caraterização do local de estudo

A vila de Vinhais é sede de um concelho, pertence ao distrito de Bragança, constituído por 35 freguesias e 105 aldeias, cujo nome se deve à abundância de vinhais que outrora cobriam estes terrenos. Encravada nos contrafortes da serra da Coroa, a uma altitude aproximada de seiscentos metros, a vila é protegida dos ventos agrestes de norte pelo monte da Ciradilha, levantando-se a sul o sistema orográfico da serra da Nogueira. A paisagem é composta por prados, matos de carvalhais, soutos, pinheirais, cerejeiras e outras espécies arbóreas autóctones (CMV, 2014a).

Nas terras altas predominam as culturas do centeio e do trigo e nos vales semeia-se batata e cultiva-se milho, feijão e hortaliças variadas. Nas encostas continuam a ver-se algumas vinhas e oliveiras. O principal material de construção é o xisto, a rocha dominante (CMV, 2014a). A fauna é rica e variada.

## 2.3. Modos significativos de aposta no desenvolvimento e atração turística

A base fundamental para o desenvolvimento dos territórios rurais é aproveitar e valorizar a sua riqueza

e diversidade, não sendo incomum o recurso às feiras, um exemplo do dinamismo do mundo rural e mostra de formas de promoção e escoamento do que melhor nele se faz e produz.

No caso de Vinhais, a feira de fumeiro acontece desde 1981, no segundo fim de semana do mês de fevereiro, oferecendo aos milhares de pessoas que aqui ocorrem, para além de produtos variados, um vasto programa de atividades. Vinhais é aliás, o município com maior número de cozinhas regionais licenciadas, num total de dezanove, a laborar nove meses por ano. Cada unidade pode transformar até três mil quilos e vender num raio de quarenta quilómetros. As cinco unidades industriais não têm a mesma limitação de produção. Os produtores individuais, mais de meia centena, trabalham exclusivamente para este certame (CMV, 2014b).

A feira conta com diversos espaços de exposição e venda: o pavilhão do fumeiro; um espaço *gourmet* onde os visitantes podem comprar produtos locais e de outras regiões; um local com restaurantes e tasquinhas, onde são servidos os pratos gastronómicos típicos da região; um pavilhão com vários expositores de artesanato local e não só; mostra de maquinaria; um pavilhão de empresas e instituições; espetáculos musicais; arraial; chega de bois; tourada e um vasto programa de animação (CMV, 2014b).

Para a feira abatem-se centenas de porcos bísaros, raça que se caracteriza por ter uma proporção de músculo superior à gordura, o que resulta numa carne magra muito saborosa, com a qual se fazem cerca de cinquenta mil toneladas de fumeiro diversificado, cuja qualidade é reconhecida e do qual o salpicão é o produto emblemático da região. Os envolvidos nesta produção mantêm-se, segundo afirmam, fiéis às matérias-primas obtidas a partir dos ditos suínos, aos ingredientes e técnicas ancestrais de corte e ao enchimento e secagem, a que não é alheio um clima rigoroso que proporciona uma cura perfeita do fumeiro, que tem Proteção Comunitária Indicação Geográfica Protegida (IGP), atribuída pela União Europeia, garantindo a quem adquire os produtos uma certificação de qualidade (CMV, 2014a).

No recinto da feira, mais do que comprar o autêntico fumeiro de Vinhais, o visitante pode também degustar iguarias num dos restaurantes e tasquinhas existentes no recinto, que apenas confeccionavam pratos regionais que dão lugar às jornadas gastronómicas. O concelho apresenta uma gastronomia rica e variada, baseada nos produtos genuínos e naturais existentes, não admirando, portanto, que a feira se tenha mantido durante todos estes anos, gere anualmente muitos milhões de euros e consiga, apesar da crise, crescer (CMV, 2014b).

A par da feira, Vinhais tem apostado noutras formas de atrair turistas, como é o caso do Parque Biológico, uma montra no coração do Parque Natural de Montesinho e o primeiro do género em Trás-os-Montes, local de visita obrigatório para quem se desloca à região.

Situado a cerca de três quilómetros de Vinhais e a mil metros de altitude, no viveiro de Prada, no perímetro florestal da serra da Coroa, em pleno Parque Natural de Montesinho (CMV, 2014c), o parque é um local privilegiado em termos de fauna e flora e um espaço diferente de outros, na medida em que nele se procura preservar animais domésticos e selvagens, de raças autóctones (PBV, 2014a), e a flora, específicos da região transmontana.

Aberto durante quase todo o ano, o Parque Biológico conta com quatro valências fundamentais: i) a interpretação da paisagem da região, nas suas componentes natural e cultural; ii) a educação ambiental; iii) a conservação da natureza e biodiversidade; iv) o desenvolvimento do turismo, em geral, e do ecoturismo, em especial. O parque abre-se para três outros polos, denominados de observatórios, cujos percursos até eles são feitos à volta do parque, a pé ou em bicicleta todo o terreno (PBV, 2014a). O parque é dotado de um conjunto de equipamentos voltados para os turistas.

### 2.3.1.0 papel da autenticidade e qualidade

Os fatores de autenticidade e qualidade, quando aliados a produtos, serviços ou outros, são de extrema

importância na atração de turistas a um destino, na medida em que evocam e envolvem as suas emoções e alimentam as suas aspirações de uma vida melhor, sendo certo que no que concerne a essa atração, os destinos rurais estão privilegiadamente posicionados. Não é incomum que desde há uns anos o termo 'qualidade' venha sendo cada vez mais frequente no nosso vocabulário, nomeadamente quando nos referimos a um produto, serviço, ao ensino, além de outros. Inicialmente este conceito, que tem a ver com um conjunto de características que distinguem algo de forma positiva, estava associado ao produto. Porém, à medida que o fornecimento de serviços e o aumento de capacidade da oferta se generalizaram, aparecem em todos os domínios produtos cada vez com melhor qualidade e o conceito torna-se mais abrangente. Por sua vez, as pessoas tornam-se mais exigentes e sensíveis para pormenores que anteriormente descuravam, razão para que haja a necessidade de orientar a qualidade em função do cliente, como forma de satisfação das suas necessidades.

A qualidade é uma das condições necessárias para se ter sucesso e sobressair face à concorrência dos mercados e quando relativa a produtos, está diretamente ligada à qualidade dos seus processos operacionais, tal como acontece em Vinhais. No entanto, e referindo-se à sociedade europeia, Wilkinson (1999) afirma que a dinâmica económica atual toma como referência a qualificação do produto, caracterizando-se por uma espécie de obsessão com a qualidade e como um eixo importante das estratégias competitivas. Convém, por isso, entender-se, que a qualificação tem a ver com a definição dos produtos, de acordo com as suas características qualitativas. Para Lagrange (1995), existem vários critérios e indicadores que interferem nas diferentes qualidades de um produto, como a sanitária, a nutricional, a organoléptica e a regulamentar, sendo que a qualidade ótima para o consumidor deve ser a síntese destas.

No que concerne à autenticidade, Myrberg (2004) entende-a como algo real, original, inato, único e indica a necessidade de redefinição conceitual em cada novo contexto. Cada sociedade apreende-a de

uma dada forma, havendo também a necessidade de se ter em conta que, em função da erosão das diferenças entre os locais e regiões, existe atualmente uma procura pela autenticidade, ou seja, o ter-se a garantia de que o produto ou serviço provém das fontes anunciadas e não foi alvo de mutações ao longo do processo. Isto porque as posições estratégicas presentes e futuras de um dado lugar foram construídas ao longo dos anos e para que esse lugar permaneça fiel a si próprio, deve conhecer a sua herança para, à luz da sua origem e história subsequente, definir a sua inovação e possibilidades de marketing. Tomar medidas contrárias ao seu passado é repudiar a herança, é abrir caminho para que o que as pessoas viam como autêntico passem a percebê-lo como falso. O espaço e o tempo constituem-se em dois aspetos essenciais para contextualizar e definir 'autenticidade', sendo que, como salientam Yeoman, Brass e McMahon-Beattie (2007), os destinos ricos em história e tradições são mais facilmente percebidos como autênticos.

### 3. Etapas da investigação

O projeto de pesquisa é um plano de investigação e, em simultâneo, define os caminhos a seguir. Neste processo e de acordo com Cunha,

o problema, as hipóteses, a seleção da amostra, a metodologia escolhida, os instrumentos utilizados na recolha de dados, o tratamento dos mesmos, bem como a definição dos procedimentos necessários para levar a investigação por diante, são as fases que constituem os alicerces em que se apoia o corpo da investigação (Cunha, 2009, p. 37).

É sobre essas fases que as seções seguintes se debruçam.

#### 3.1.A problemática

Segundo Moreira (2007, p. 67), "por formulação de um problema deve entender-se todo o processo de elaboração que vai desde a ideia inicial de investigar algo até à conversão dessa ideia num problema investigável". No presente caso, a questão tem a ver com as apostas de Vinhais no desenvolvimento da região, assentes no pressuposto de atrair turistas, quer investindo na Feira do Fumeiro, quer no Parque Biológico. No que diz respeito à feira, em particular, pouco se sabe sobre o sucesso destes investimentos.

#### 3.2.A pergunta de partida

Uma das fases mais complexas de um trabalho de investigação é a formulação da pergunta ou questão de partida. Para o efeito e na ótica de Quivy e Campenhoudt, (1998, p. 41), "o investigador deve procurar enunciar o projecto de investigação na forma de uma pergunta de partida, através da qual tenta exprimir o mais exactamente possível o que procura saber, elucidar, compreender melhor". A pergunta ou perguntas de partida representam o fio condutor de toda a investigação, contribuindo para que a sua estrutura seja executada de forma coerente. No âmbito deste estudo foram formuladas as seguintes perguntas: (i) quais as motivações das pessoas que atualmente visitam a Feira do Fumeiro em Vinhais, para além da compra dos produtos que neste local se vendem; (ii) se os fatores de autenticidade e qualidade influem na atratividade do destino.

#### 3.3.As hipóteses

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

Reis (2010, p. 64) entende que elas são “diretrizes para uma pesquisa e definem-se como tentativas de explicações do fenómeno pesquisado, sendo formuladas como proposições”. As hipóteses constroem-se no início do trabalho de investigação e só no seu término poderão ser confirmadas ou refutadas. “Uma hipótese é, portanto, uma proposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p. 137). Estes autores argumentam que “a organização de uma investigação em torno de hipóteses de trabalho constitui a melhor forma de a conduzir com ordem e rigor” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p. 119). Na opinião de Sousa (2009, p. 50), “[as hipóteses] 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.

Apresentam-se de seguida as duas hipóteses formuladas:

Hipótese I: As motivações dos visitantes da Feira do Fumeiro em Vinhais têm a ver, não apenas com a compra e prova de produtos autênticos e de qualidade, resultantes de um saber fazer tradicional que faz parte da cultura destas gentes transmontanas, mas também com o conhecer a região e o desfrutar das valências que nela lhes são oferecidas;

Hipótese II: A cultura, as tradições e os recursos naturais são modos significativos de atração turística e de perpetuação da ruralidade, mas a Feira do Fumeiro em Vinhais, pelos produtos que oferece também o é.

### 3.4. Os objetivos do estudo

Os objetivos são metas que se pretendem atingir no projeto de pesquisa, devendo ser coerentes com o tema e o problema proposto. Segundo Fortin (1999, p.

42), “o objetivo de um estudo indica o porquê de uma investigação”. Reis (2010) entende os objetivos como um enunciado declarativo, que especifica a orientação da investigação, segundo o nível dos conhecimentos estabelecidos no domínio da questão. Os objetivos 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, p. 239). Os objetivos que guiaram este estudo iam no sentido de: (i) identificar possíveis motivações que levam os visitantes a deslocar-se a Vinhais nesta época do ano, para além da visita à feira; (ii) perceber se os fatores de autenticidade e qualidade influem na atratividade a este destino; (iii) detetar a existência de pontos comuns entre a Feira do Fumeiro e o Parque Biológico; (iv) identificar aspetos de interesse que futuramente deverão ser mais explorados.

### 3.5. Estratégia metodológica adotada

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 metodologia

[...] 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 ação refletida, criticamente informada e comprometida, agir nela e sobre ela, tentando melhorá-la (Cunha, 2008, p. 140).

Pardal e Correia (1995, p. 26) são de opinião que,

[...] a escolha dos métodos e das técnicas que vão ser utilizadas, a formulação da hipótese ou hipóteses, a seleção das variáveis e, finalmente, o estabelecimento de um plano de atuação configuram [...], o melhor mecanismo de delimitação do trabalho de investigação.

Para suporte deste estudo, o tipo de metodologia selecionada foi de âmbito quantitativo, com recurso ao inquérito por questionário, que se revela como uma ferramenta fulcral para desenvolver um trabalho desta natureza, por ser “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” (Almeida & Pinto, 1980, p. 101), bem como na observação não participante, apoiada em perguntas ou interrogações não escritas, dirigidas aos visitantes da feira, que assim puderam fornecer várias informações sobre eles próprios ou sobre o meio.

O inquérito, 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” (Cunha, 2009, p. 117), apresenta algumas vantagens quando comparado com outros instrumentos de recolha de dados, razão porque “constitui seguramente a técnica de recolha de dados mais utilizada no âmbito da investigação sociológica” (Pardal & Correia, 1995, p. 51). O inquérito elaborado – composto por onze questões, sete fechadas e quatro abertas – foi distribuído na Feira do Fumeiro, a cem pessoas que nela transitavam.

A exploração bibliográfica proporcionou a orientação necessária à investigação e ajudou a definir a problemática relacionada com a pergunta de partida. A observação direta e as conversas informais que foram mantidas com alguns dos visitantes e produtores foram também extremamente proveitosas.

A análise estatística, método mais adequado em investigações quantitativas e que, “se impõe em todos os casos em que estes últimos (os dados) são recolhidos por meio de inquérito por questionário” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p. 224), foi o método utilizado na análise dos dados recolhidos através dos questionários passados aos visitantes da feira.

#### 4. Apresentação dos dados recolhidos

Os resultados apontam para o facto de: 59% dos inquiridos serem do sexo feminino e terem idades que se distribuíam por diferentes faixas etárias, que iam dos vinte anos (8%) aos com mais de setenta anos (20%), sendo a faixa entre os 60-69 anos de idade a que atingiu uma percentagem mais elevada (25%). A grande maioria das pessoas que visitou a feira (84%) veio de fora da região, correspondendo a percentagem mais elevada a pessoas residentes no norte do país (52%), seguindo-se os relativos ao centro do país (23%), os residentes na vizinha Espanha (6%) e noutros locais (3%). Os resultados mostram ainda, que a grande maioria (94%) não visitou a feira pela primeira vez.

Sobre o que os atrai à feira, 32% referiram o fumeiro caseiro e de qualidade; igual percentagem (32%) apontou o facto de o fumeiro ser certificado; 11% apontaram a animação e o convívio; 15% afirmaram que o ambiente é autêntico, fazendo-lhes lembrar tempos passados e 10% vieram porque gostam de tudo. Quando questionados sobre se vieram propositadamente à feira, 45% respondeu ‘sim’. A justificação dos que disseram ‘não’ (55%) aponta para que: 24% vieram para ficar alguns dias e passear; 15% aproveitaram para passar o fim de semana e assistir à tourada; 11% vieram propositadamente para jantar e assistir à animação; e 5% para visitar familiares.

Quando questionados se conheciam Vinhais, para além do espaço da feira, 89% dos inquiridos disseram ‘sim’; no entanto, de entre estes, apenas 67% referiram conhecer o Parque Biológico. Dos que conheciam o parque, 25% disseram que este cativa os turistas, possivelmente por ser um lugar calmo e de qualidade, onde se está bem, sobretudo no verão; 19% apontaram o facto de nele se poderem observar animais e plantas no seu habitat natural, o que agrada aos turistas; 13% afirmaram que isso acontece porque nele se garante a conservação dos recursos da natureza e do ambiente; e 10% disseram que este fornece experiências positivas a quem o visita.

Relativamente à opinião sobre se a Feira do Fumeiro, a par do Parque Biológico, configura as condições necessárias para ser um polo de atração de turistas à região, 48% dos inquiridos disseram 'sim', 13% disseram 'talvez' e 6% disseram 'não saber'. Para estas respostas obtiveram-se as seguintes justificações:

- 18% afirmaram que a feira reúne todas as condições para isso, sendo só juntar o útil ao agradável;
- 15% acreditam que a feira sempre atraiu turistas;
- 13% são da opinião que a diferença entre eles é que a feira atrai turistas num período mais curto, enquanto o parque o faz durante todo o ano;
- 10% disseram acreditar que muitos vêm à feira somente para ver, porque o que lhes interessa é passarem bem uns dias e desfrutarem dos petiscos;
- 9% disseram já se ter apercebido que nesta altura muitas pessoas visitam Vinhais, até porque os preços do alojamento no inverno são mais baixos;
- 7% disseram saber que a feira, através dos produtos que têm fama de serem autênticos e de qualidade, atrai muita gente, mas que não sabem se essas pessoas a visitam com outros interesses para além desse;
- 6% afirmaram que desde há muito tempo que a feira começou a cativar pessoas do Porto e de Coimbra e que gostam de visitar a região no inverno porque há sempre o que ver e muita animação;
- 5% dos inquiridos acreditam que sim, mas defendem que a feira contribuiria para o aumento de turistas se nela a região fosse divulgada, tal como é o Parque Biológico;
- 4%, afirmaram ser um exemplo disso, uma vez que sempre que vêm à feira ficam por lá uns dez a quinze dias;
- igual percentagem (4%) disse ser provável que a feira atraísse turistas, porque também eles vieram somente para comprar fumeiro, que lhes

disseram ser de ótima qualidade e, se pudessem, gostariam de ficar para conhecer a região;

- 3% afirmaram que cada um tem os seus encantos: a feira tem os produtos e a animação; e o parque tem os animais, as plantas e outros atrativos;
- 3% disseram só saber que o chamariz para muitos dos que se deslocavam a Vinhais era a qualidade e excelência dos produtos expostos na feira; e
- igual percentagem (3%) não deu qualquer justificação para a sua resposta..

#### 4.1. Discussão dos resultados

Os resultados conseguidos confirmam que: a quase totalidade dos que se deslocam à feira não o fazem pela primeira vez. O que os atrai é o fumeiro caseiro e de qualidade, o facto de ser certificado, a animação e o convívio, o ambiente autêntico, que lhes lembra tempos passados e o 'gostarem de tudo'. As motivações da maioria não dizem respeito apenas à feira, mas têm também a ver com o permanecer alguns dias para passear, assistir à tourada e à animação da feira, bem como aproveitar para visitar familiares.

Observou-se igualmente que a maioria dos inquiridos conhece Vinhais e que um número um pouco inferior conhece o Parque Biológico. Os inquiridos entendem que o parque cativa os turistas por ser um lugar calmo, com qualidade, onde se está bem, sobretudo no verão, pelo facto de nele se poderem observar animais e plantas no seu habitat natural, por ser um garante da conservação dos recursos da natureza e do ambiente e porque fornece experiências positivas a quem o visita.

Os resultados mostram ainda que uma grande fatia dos inquiridos, quase metade, entende que a Feira do Fumeiro, a par do Parque Biológico, configura as condições necessárias para ser um polo de atração de turistas à região, enquanto outros têm as suas dúvidas. Estas respostas foram apoiadas

em diferentes justificações, como a qualidade e a excelência dos produtos expostos, o que funciona como um chamariz e que a feira contribuiria ainda mais para o aumento de turistas, se nela a região fosse divulgada.

Estes resultados confirmam de certa forma as hipóteses definidas neste estudo, nomeadamente a primeira, que apontava para o facto de as motivações dos visitantes da Feira do Fumeiro em Vinhais terem a ver, não apenas com a compra e a prova dos produtos autênticos e de qualidade, resultantes de um saber fazer tradicional que faz parte da cultura destas gentes transmontanas, mas também com o conhecer a região e o desfrutar das valências que nela lhes são oferecidas; e a segunda hipótese, que na sua essência considerava que a Feira do Fumeiro em Vinhais, em função dos produtos que promove, é também um polo de atração turística.

## 5. Conclusão

A conclusão de um trabalho constitui “uma etapa amíúde simples de transpor, principalmente porque se situa no prolongamento directo das etapas precedentes que ela vem naturalmente coroar, retomando vários dos seus elementos” (Laville & Dionne, 1999, p. 230). Neste sentido e no tocante ao caso presente, compete referir que, apesar de algumas limitações relacionadas com a deslocação e o frio intenso que na altura se fazia sentir, o trabalho de investigação decorreu de acordo com o previsto. Nele foram abordados diversos temas relacionados com a temática em análise.

O desenvolvimento da investigação permitiu confirmar as hipóteses estabelecidas, nomeadamente através dos dados recolhidos e analisados, bem como atingir os objetivos propostos, dado ter sido possível verificar que as motivações da maioria dos visitantes não dizem respeito apenas à feira, mas têm a ver com a permanência no destino por vários dias para passear, assistir à tourada, usufruir da animação

da feira e visitar familiares. Verificou-se, ainda, que a qualidade e excelência dos produtos funcionam como um chamariz, e que a Feira do Fumeiro, a par do Parque Biológico, configura as condições necessárias para ser um polo de atração de turistas à região. No entanto, foi possível perceber que a feira poderia contribuir ainda mais para a atração de turistas, se fosse utilizada mais eficazmente como espaço de divulgação da região envolvente.

Esta investigação revelou ainda que, “na tentativa de se contrariar a tendência do protecionismo como medida capaz de resolver os problemas da agricultura e do mundo rural” (Augusto, Pinho & Rodrigues, 2010, p. 502), esta população tem tido capacidade e empenho em se reinventar, manter a tradição e encarar o futuro.

## Referências bibliográficas

- Almeida, J., & Pinto, J. (1980). *A investigação nas ciências sociais*. Lisboa: Editorial Presença.
- Augusto, D. D., Pinho, J. C., & Rodrigues, C. J. (2010). Espaço rural: Análise integrada multisectorial e pluridimensional no território. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14(2), 499-511.
- Baptista, F. (2010). *O espaço rural: Declínio da agricultura*. Lisboa: Celta.
- Cabugueira, A. (2005). A importância económica do turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(2), 97-104.
- Câmara Municipal de Vinhais [CMV] (2014a). *Município de Vinhais*. Acedido a 18 de fevereiro de 2014, em <http://www.cm-vinhais.pt/municipio/geografia.html>
- Câmara Municipal de Vinhais [CMV] (2014b). *Feira do Fumeiro de Vinhais*. Acedido a 18 de fevereiro de 2014, em <http://www.fumeiro.org/a.feira/historia>
- Câmara Municipal de Vinhais [CMV] (2014c). *Turismo*. Acedido a 18 de fevereiro de 2014, em <http://wwwcm-vinhais.pai.pt/ms/ms/camara-municipal-de-vinhais-turismo-5320-331-vinhais/ms-90043268-p-2/>
- Cunha, M. J. S. (2008). *Animação: Desenvolvimento pessoal e social, formação e práticas teatrais*. Chaves: Ousadias.
- Cunha, M. J. S. (2009). *Investigação científica: Os passos da pesquisa científica no âmbito das ciências sociais e humanas*. Chaves: Ousadias.
- Figueira, V., & Dias, R. (2011). *A responsabilidade social no turismo*. Lisboa: Escolar Editora.
- Figueiredo, E. (2011). O rural está morto, viva o rural. In E. Figueiredo (coord. geral), *O rural plural: Olhar o presente, imaginar o futuro* (pp. 19-24). Castro Verde: 100Luz.

- Fortin, M. (1999). *O processo de investigação: Da conceção à realização*. Loures: Lusociência.
- Lagrange, L. (1995). *La commercialisation des produits agricoles et agro-alimentaires*. Paris: Tec & Doc Lavoisier.
- Laville, C., & Dionne, J. (1999). *A construção do saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Artmed.
- Moreira, C. (2007). *Teorias e práticas de investigação*. Lisboa: ISCSP.
- Myrberg N. (2004). False monuments?: On antiquity and authenticity. *Public Archaeology*, 3(3), 151-161.
- Pardal, L., & Correia, E. (1995). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto: Areal Editores.
- Parque Biológico de Vinhais [PBV] (2014a). *Parque Biológico de Vinhais*. Acedido a 18 de fevereiro de 2014, em <http://www.parquebiologicovinhais.com>
- Parque Biológico de Vinhais [PBV] (2014a). *Quem somos*. Acedido a 18 de fevereiro de 2014, em <http://www.parquebiologicodevnhais.com/homepage/quem-somos>
- Portela, J. (2003). Portugal chão: Que futuro futurível? In J. Portela & J. C. Caldas (eds.), *Portugal chão* (pp. 3-33). Oeiras: Celta Editora.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Reis, F. (2010). *Como elaborar uma dissertação de mestrado: Segundo Bolonha*. Lisboa: Pactor.
- Sousa, A. B. (2009). *Investigação em educação*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Vieira, C., & Figueiredo, E. (2011). Juntar a fome à vontade de comer: Ligação entre o turismo rural e os produtos agroalimentares regionais na Serra da Estrela. In E. Figueiredo (coord. geral), *O rural plural: O olhar o presente, imaginar o futuro* (pp. 105-120). Castro Verde: 100Luz.
- Wilkinson, J. (1999). A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares: Algumas considerações iniciais. *Ensaio FEE*, 20(2), 64-80.
- Yeoman, I, Brass, D., & McMahon-Beattie, U. (2007). Current issue in tourism: The authentic tourist. *Tourism Management*, 28(4), 1128-1138.