

Os impactos económicos da Covid-19 em eventos: o caso da Romaria de Santa Marta, Viana do Castelo

The **economic impacts** of Covid-19 on **events**: the example of Santa Marta de Portuzelo's *romaria*, Viana do Castelo

HUGO MARTINS * [hugomartins@ismai.pt]

Resumo | O turismo religioso em Portugal tem tido um papel de grande relevo para o desenvolvimento económico das regiões. Este tipo de turismo não se trata apenas de uma visita a locais sagrados. A Romaria de Santa Marta é uma das mais importantes romarias do Alto Minho (Portugal), logo atrás da Romaria da Sra. D'Agonia, inserida no ciclo das romarias de verão da região. Este ciclo inicia-se entre o final do mês de julho e culmina no início de setembro. A Romaria de Santa Marta é um evento que se realiza no segundo fim de semana de agosto, em Santa Marta de Portuzelo, Viana do Castelo, Portugal. Ao longo dos anos tem ganhado notoriedade rivalizando com outras romarias se atendermos ao crescente número deromeiros que atrai e ao volume das atividades que tem no seu programa. Este evento destaca-se, naturalmente, pela vertente religiosa, mas também pelas vertentes etnocultural, artística e desportiva. Procurámos realizar um estudo para perceber o impacto provocado pela Covid-19 do ponto de vista económico e em que medida a pandemia condicionou o plano de atividades para a concretização da Romaria. Metodologicamente, recorremos a uma análise de conteúdo analisando as receitas e despesas que a direção executiva das festas teve nos últimos anos, comparando-as com o ano de 2020, início da pandemia. Através do estudo, foi possível verificar que se registou uma adaptação à realidade então vivida. Os valores das despesas baixaram, mas em termos percentuais, curiosamente, as receitas aumentaram visto que continuou a atrair um grande número de visitantes, sobretudo por causa da vertente religiosa.

Palavras-chave | Turismo religioso, Covid-19, Romaria de Santa Marta, Santa Marta de Portuzelo, Viana do Castelo

Abstract | Religious tourism in Portugal has played a very important role in the economic development of all regions. This type of tourism is not just about visiting sacred places. Santa Marta de Portuzelo's romaria is one of the most important traditional events in the Alto Minho province (Portugal), right behind Viana's romaria dedicated to Nossa Senhora da Agonia (Our Lady of Sorrows). It is also part of a

* **Doutor em Turismo, Lazer e Cultura** pela Universidade de Coimbra (Portugal). **Professor Auxiliar convidado** na Universidade da Maia

series of festivals that take place during the summer, lasting from the end of July until early September. Santa Marta's *romaria* is celebrated on the second weekend of August, in Santa Marta de Portuzelo, Viana do Castelo, Portugal. Over the years, it has gained notoriety, rivaling other festivals due to the growing number of pilgrims it captivates and to the number of attractions included in its programme. This festival, naturally, stands out for its religious character, but also for its ethnocultural, artistic and sporting aspects. We tried to carry out a study to understand the Covid-19 economic impact and the way it affected the organisation of the *romaria*. We used content analysis methodology, assessing the income and expenses the festival committee had in recent years and comparing them with the year 2020, which marked the beginning of the pandemic. Through this study, it was possible to verify that there was an adaptation to reality. The values of the expenses decreased, but in percentual terms, curiously, the income increased as the event continued to attract a large number of visitors, mainly due to its religious character.

Keywords | Religious Tourism, Covid-19, Santa Marta's *romaria*, Santa Marta de Portuzelo, Viana do Castelo

1. Introdução

O setor do turismo desempenha um papel essencial na economia de muitos países. Com o incremento registado nas últimas décadas, este setor tornou-se o responsável por dinamizar a economia em termos globais (Castro et al., 2020). Segundo dados de 2019, em tempos de pré-pandemia, o turismo foi o responsável por 10,3% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, sustentando a vida de cerca de 330 milhões de pessoas (World Travel & Tourism Council, 2020). No entanto, este também é um setor muito vulnerável a desastres ou crises de várias índoles que podem ir desde desastres naturais ou ataques terroristas, até crises financeiras ou surtos de doenças (Adongo et al., 2021). No entanto, as pandemias são diferentes de muitos outros desastres e crises que o turismo já enfrentou (Hall et al., 2020). A pandemia provocada pela Covid-19 e os seus impactos não se conseguem comparar a nenhum outro desastre ou crise muito por causa da sua magnitude ao atingir a escala mundial e estagnar e/ou alterar substancialmente empresas, negócios, viagens, atividades diárias das pessoas (Higgins-Desbiolles, 2020) cau-

sando problemas económicos, políticos e socioculturais à escala global.

O turismo como atividade económica agrupa um conjunto de elementos com influência no território e, simultânea e consequentemente, em todo um vasto leque de atividades de cariz económico e social que integram as dinâmicas locais e/ou regionais. Assim, “os agentes económicos encaram cada vez mais o turismo como uma alternativa para o desenvolvimento de uma determinada área ou região” (Silva, 2011, p.17). O património e as tradições civis e religiosas foram de certa forma “apropriados e mercantilizados pela economia do turismo passando a fazer parte do segmento designado por turismo religioso” (Pereira & Peres, 2010, p.678) ou eventos onde se inclui a vertente religiosa.

Os eventos relacionados com a religião têm funcionado como promotores da interação social e cultural, potenciadores do desenvolvimento social e pessoal, bem como dinamizadores do território em termos económicos, da preservação e da valorização do património religioso. No noroeste de Portugal, pelo facto de existir um grande número de estruturas e tradições de ordem religiosa

afirma-se como um território em que o turismo contribui significativamente para atingir esse desenvolvimento (Silva, 2011). Este tipo de turismo religioso tem sido, nos últimos anos, “alvo da atenção de diversos agentes económicos, políticos e científicos” (Antunes et al., 2016, p.276).

Neste contexto, procuramos perceber qual o impacto económico provocado pela Covid-19 num evento religioso, concretamente na Romaria de Santa Marta (umas das romarias que se realiza no noroeste de Portugal). Para procurar perceber esse impacto foram definidos um conjunto de objetivos, nomeadamente identificar quais os valores envolvidos na realização da Romaria de Santa Marta, caracterizar os moldes em que se costuma realizar essa Romaria, caracterizar o contributo das instituições municipais para a concretização da Romaria e tentar perceber a viabilidade financeira num futuro próximo.

O presente trabalho visa contribuir para o colmatar da escassez de estudos relacionados com este tipo de eventos, as festas e as romarias. A escolha desta temática prende-se não só pela complexidade e atualidade do tema, mas também pelo evidente impacto causado pela pandemia em termos globais, atingindo direta e indiretamente todo o mundo, em particular o setor do turismo.

A presente investigação encontra-se dividida em três capítulos, à parte da Introdução e da Conclusão. No capítulo dois é feita uma revisão da literatura fazendo uma abordagem aos eventos populares e ao turismo religioso, incidindo no território em análise, Santa Marta de Portuzelo (Viana do Castelo), onde decorre anualmente a Romaria de Santa Marta (objeto de estudo). No capítulo três encontra-se a metodologia de investigação, caracterizando a análise de conteúdo, as receitas e as despesas que a organização tem tido nos últimos anos, comparando-as com o ano de 2020, início da pandemia. No capítulo quatro são apresentados os resultados e sua discussão. Por fim, são apresentadas as principais conclusões e recomendações do estudo.

2. Revisão da Literatura

O turismo é uma atividade económica muito importante “podendo desempenhar um papel decisivo em termos de desenvolvimento de determinadas regiões” (Martins & Morais, 2016, p.84), pois tem a capacidade de gerar riqueza e emprego para milhares de pessoas (Martins et al., 2021a) e contribuir direta ou indiretamente para a preservação e manutenção do património, bem como das tradições.

A prática do turismo pode ser interpretada como uma forma moderna de peregrinação (Burns, 2003), sendo que o turismo religioso é caracterizado por “uma ligação íntima entre o fenómeno turístico e o fenómeno religioso” (Antunes et al., 2016, p.275). Aldeias e cidades estão repletas de património, tradições e costumes, algo que une o sagrado e o profano fazendo com que atraiam visitantes para conhecer o território e participar nos eventos religiosos “caracterizados por procissões, bandas de música, marchas, desfiles etnográficos, grupos de dança e competições” (Faria et al., 2021, p. 409).

Segundo a Organização Mundial do Turismo, a religião é um dos motivos principais que faz com que mais de 300 milhões de pessoas viajem anualmente a locais de peregrinação. Independentemente da religião, existem lugares sagrados nos quais os respetivos fiéis se juntam para assistirem a cerimónias e eventos de carácter religioso. Os eventos religiosos têm características especiais que os distinguem, nomeadamente, não têm objetivos comerciais, a participação é voluntária, realizam-se em locais e edifícios como igrejas ou santuários, a oferta dos serviços turísticos nos destinos religiosos depende quase que exclusivamente dos eventos religiosos aí realizados e atraem turistas de todo o mundo independentemente da idade, sexo e poder de compra (Vieira, 2015). Aliado aos eventos religiosos, os turistas procuram conhecer o território e o seu património. Por conseguinte, atendendo que os turistas procuram cada vez mais produtos

autênticos, associando a experiência cultural à experiência espiritual, os eventos religiosos têm ganho grande notoriedade. O que atrai os visitantes no que concerne ao património religioso é certamente o facto “dos imóveis se tratarem de locais sagrados, ou seja, um local associado ao divino” (Silva, 2011, pp. 9-10), mas também o carácter histórico, cultural e artístico desses mesmos lugares. Para além disso, grande parte do património edificado visitado é, sem dúvida, o de natureza religiosa. A relação mais visível “entre turismo e religião consiste na enorme quantidade e diversidade de edifícios sagrados de real interesse turístico que são visitados pelos turistas” (Antunes et al., 2016, p. 275).

De acordo com Rinschede (1992), o turismo religioso pode ser entendido como uma confluência de polaridades opostas: por um lado, está a vertente sagrada e, por outro, a vertente profana, em que os visitantes se deslocam parcialmente ou unicamente por razões de ordem religiosa.

Os eventos de carácter religioso existem em todo mundo. Muitos desses eventos têm procurado preservar e divulgar o património material e imaterial de um determinado país, região ou localidade criando laços entre a comunidade, estimulando a atividade turística e, conseqüentemente, o desenvolvimento da economia (Passos, 2018). Nos eventos, a qualidade do planeamento e da sua organização assume uma relevância crucial devido à necessidade de salvaguardar o impacto positivo desse evento na imagem externa do destino turístico e garantir a correta utilização dos recursos financeiros disponibilizados por várias entidades colaboradoras. Para além disso, visa maximizar o impacto na procura desses serviços turísticos e a sua contribuição para a economia (Vieira, 2015).

Os eventos são considerados acontecimentos extraordinários que fogem ao comum e são altamente atrativos para os destinos (Mogollón et al., 2017). Em Portugal, “as romarias no Norte de Portugal não são exceção” (Faria et al., 2021, p. 409). Para a realização deste tipo de eventos, o

planeamento é uma ferramenta de gestão constituída por um processo com um “conjunto de fases e tarefas que são desenvolvidas por uma equipa especializada, tendo como objetivo a sua preparação e realização, maximizando os resultados e utilizando os recursos disponíveis” (Vieira, 2015, p. 101). Um evento só se organiza se o seu plano geral for aprovado pelo promotor e se este tiver decidido avançar com o evento. A organização é uma importante função de gestão que tem por fim realizar o evento, alcançando os objetivos (o sucesso através da satisfação dos atores), cumprindo os parâmetros (duração, data, segmento alvo) e respeitando as condições (financeiras, físicas, tecnológicas, políticas e sociais), definidas no processo de planeamento, isto é, nos vários planos e orçamentos aprovados previamente pelo promotor e aceite pelo diretor do evento (Vieira, 2015).

Estes eventos, que atraem inúmeras pessoas, podem inclusive ser de pequena ou de grande dimensão (Faria et al., 2021). As motivações podem ser de vários tipos, quer para os peregrinos que procuram cumprir as suas promessas, quer para os visitantes que vão a lugares sagrados. Enquanto os peregrinos se deslocam sobretudo por motivações de prática religiosa como prestar louvor a santos, cumprir promessas ou simplesmente para rezar, o turista religioso pode ser movido por motivações de cariz mais profano ou misto querendo “conhecer as tradições, a história, a natureza, a gastronomia, a música tradicional ou participar nas romarias e festas religiosas” (Sousa & Pinheiro, 2014, s.p.). De acordo com o Turismo de Porto e Norte de Portugal (2015, p. 5) “as festas e romarias do Norte de Portugal são um autêntico convite ao saudável convívio no meio de gente alegre e à visitação de um multifacetado território”, numa perfeita simbiose entre o sagrado e o profano, sendo o turismo religioso um dos produtos âncora da região do Minho (Martins et al., 2021b).

Jackowski (2000) estabeleceu classificações para locais de peregrinação denominando-os centros internacionais, centros suprarregionais ou re-

gionais, segundo a sua capacidade de atração. Alguns dos santuários do noroeste de Portugal podem ser considerados “centros suprarregionais, como o santuário do Bom Jesus do Monte em Braga ou o santuário de São Bento da Porta Aberta, em Terras de Bouro” (Silva, 2011, p.5), pois exercem um poder de atrair visitantes em termos regionais, embora não assumindo uma dimensão internacional.

Nolan e Nolan (1992) dividiram os lugares religiosos em três diferentes grupos de acordo com as motivações dos visitantes: a) locais de peregrinação, onde a devoção é a principal razão da visita, distinguindo-os de acordo com o maior ou menor poder de atração turística; a ocorrência de peregrinações festivas sazonais; a combinação entre o valor artístico /patrimonial, as peregrinações festivas e o culto; b) atrações turístico-religiosas, cuja motivação pelo património histórico ou artístico prevalece em relação à motivação religiosa, não sendo objeto de peregrinação; e c) locais onde ocorrem festivais religiosos, como as celebrações ou as procissões. De acordo com os autores, existem em Portugal 321 santuários cristãos, dos quais 168 consagram a sua veneração a Maria, 124 cuja devoção é devida aos santos e 29 consagrados a Jesus Cristo.

Em Portugal, as festas e as romarias ocorrem de várias maneiras: umas durante um final de semana, outras por uma semana ou mesmo ultrapassando os trinta dias. O horário de funcionamento pode variar “desde o período diurno e de final da tarde, até as que se desenrolam durante toda a noite e continuando no dia seguinte” (Passos, 2018, p. 2). São cerca de 14.282 eventos de carácter religioso distribuídos por todo Portugal (Passos, 2018). Porém, as festas e romarias populares em Portugal, apesar de ocorrerem durante todo o ano, estes eventos concentram-se durante o Verão (cerca de 6.900 eventos), seguido da primavera (cerca de 4.100 eventos). Os restantes estão divididos pelo outono e pelo inverno com o mesmo número aproximado. Fazendo uma análise por me-

ses, o maior número de eventos ocorre durante o mês de agosto (cerca de 3.600 eventos), seguido pelo mês de junho (cerca de 2.000 eventos), e os meses de julho e setembro (1.500 eventos cada um) (Passos, 2018).

Em termos de Poder Local, os concelhos têm procurado investir e valorizar este tipo de eventos pois é uma forma de incentivar e/ou desenvolver a economia da região, visto que, consoante o evento religioso e a sua capacidade de atração de fiéis, pode atrair milhares de pessoas. Nos grandes eventos religiosos “estima-se que circulam de um a dois milhões de pessoas pelas ruas das cidades, o que tem sido festejado pelos organizadores, uma vez que isto corresponde a milhares de euros circulando pelos municípios” (Passos, 2018, p. 4). O impacto económico é, pois, muito significativo, gerando riqueza e emprego para a população local e sobretudo para os que vivem deste tipo de eventos, nomeadamente feirantes que, devido à sazonalidade do evento e à quantidade de eventos que existem em Portugal, migram de festa em festa, de romaria em romaria.

Com a Covid-19 e com o confinamento iniciado em março de 2020 em Portugal, a realidade a que estávamos acostumados alterou-se drasticamente: a pandemia exerceu efeitos paralisantes na economia, sobretudo nas áreas das viagens e do turismo. Porém, os impactos negativos não foram apenas na economia no geral e no setor do turismo em específico. O mesmo aconteceu em termos sociais, em termos de saúde física e mental, por causa da angústia provocada pela pandemia e pela falta de interação entre as pessoas (Ma et al., 2020).

O impacto negativo da Covid-19 na economia global iniciou-se aquando da proibição das viagens na China no sentido de conter a sua propagação quando muitos países restringiram a mobilidade de pessoas que vinham das áreas inicialmente afetadas, tendo provocado o adiamento e/ou cancelamento de muitos eventos. De seguida, vários países desencadearam um conjunto de medidas para travar e conter a pandemia. Turismo, hotelaria,

restauração e eventos foram os setores mais prejudicados, visto que a paralisação das pessoas e o próprio clima de medo fez com que houvesse uma retração. O número de turistas reduziu drasticamente, muitas unidades hoteleiras tiveram que encerrar, muitos restaurantes tiveram também que encerrar ou passar para a modalidade take-away e muitos eventos foram, inicialmente, adiados e/ou cancelados. Como alternativa, no que respeita aos eventos, alguns eventos sociais transformaram-se em sessões online: muitos artistas que viram os seus eventos terem sido cancelados criaram sessões virtuais para partilhar as suas produções e performances.

Neste sentido, é importante procurar perceber de que forma as festas e as romarias se adaptaram a este contexto e quais serão as perspetivas de futuro. Para tal, o presente estudo procurou estudar um evento religioso que se realiza anualmente, a Romaria de Santa Marta, em Santa Marta de Portuzelo (Viana do Castelo).

2.1 O exemplo da Romaria de Santa Marta

Santa Marta de Portuzelo é uma das 27 freguesias do concelho e distrito de Viana do Castelo. Banhada pelo rio Lima, está situada a cerca de 5 Km da sede do concelho com cerca de 5 mil habitantes. Em termos de registos escritos, já na altura das inquirições de D. Afonso III, Santa Marta de Portuzelo aparece como pertencente ao bispado de Tui, sob a designação de "Sancta Marta". Atualmente, o território intitula-se como Coração do Folclore do Alto Minho. É terra rica em tradições culturais que produz bordados, trajes, velas votivas e palmitos de forma artesanal.

Em termos religiosos, Santa Marta é advogada das parturientes e donas de casa. As mães ou mulheres que ambicionam ser mães tudo fazem pelos filhos, por isso, era tradição, depois do parto, a mulher entregar a sua camisa de noite com uma peça de ouro (por norma um cordão) a Santa

Marta, em agradecimento pelo facto do parto ter corrido bem. O ouro que Santa Marta transporta ao peito é, pois, oferenda das promessas ao longo dos anos.

A Romaria de Santa Marta é uma festa de grande tradição religiosa, realizando-se no segundo fim de semana de agosto (sexta-feira, sábado e domingo), embora com atividades que se iniciam nos dois dias anteriores e no dia 15 de agosto (prova de ciclismo). A Romaria envolve várias vertentes formando uma simbiose perfeita entre o sagrado e o profano, destacando-se as vertentes etnocultural, artística, desportiva e, naturalmente, a vertente religiosa.

Uma das características desta Romaria é a enorme devoção, exemplo da majestosa procissão em honra da padroeira. O ponto alto da Romaria de Santa Marta é a procissão solene que acontece no domingo de manhã: os enormes e majestosos andores de Santa Marta (Figura 1) e de Santa Maria Madalena, carregados aos ombros de inúmeros homens, são acompanhados por dois "Coros de Virgens". Cada coro é composto por 12 meninas que vestem de branco e que entoam cânticos em louvor a Santa Marta e Maria Madalena. Para além disso, as devotas encarreiram a procissão com as velas de promessa (Figura 1), sendo um dos momentos mais carregados de emoção. Muitas devotas fazem o percurso descalças e muitas levam os filhos ao colo, em sinal de gratidão.

A Romaria de Santa Marta também é conhecida por ser a única festa do Alto Minho a ter dois cortejos completamente distintos, muito apreciados pelo público e aos quais anualmente acorrem milhares de visitantes: o cortejo noturno que se realiza na sexta-feira à noite, e o cortejo etnocultural que se realiza no sábado à tarde. De facto, o cortejo noturno já se tornou um dos ex-libris da Romaria e tem ganho cada vez mais notoriedade. É possível verificar isso por causa do número de programas específicos desse cortejo que a organização imprime: cada ano que passa são impressos cada vez mais. É um cortejo que retrata vivências



Figura 1 | Andor de Santa Marta | Procissão de 2019
Fonte: Ricardo Sousa (Fotógrafo)

da freguesia de Santa Marta de Portuzelo, o dia a dia das gentes, do que há de mais tradicional e autêntico. Com um toque lúdico, reina a alegria e a boa-disposição, uma vez que os figurantes interagem com o público. Todos os anos está relacionado com uma temática e são centenas as pessoas que nele participam e milhares que o esperam com expectativa. Já o cortejo etnocultural que se realiza no sábado à tarde, vai ao encontro do tema central da festa definido a cada ano. Esse tema une a maioria dos eventos, desde a ornamentação da igreja ao cortejo etnocultural. Este cortejo tradicionalmente evoca a memória de tempos passados, mas termina com carros alegóricos que mostram o que de mais genuíno se fez na freguesia. Neste cortejo é habitual participarem centenas de figurantes. No ano de 2019 foram mais de 800 figurantes.

Para além disso, a Romaria tem outros momentos que a engrandecem: a igreja completamente ornamentada de flores naturais é visita obrigatória durante os dias da festa (Figura 2); o desfile da mordomia à cidade, na sexta-feira de manhã; o desfilado das bandas de música, a partir de sábado à tarde; a concentração de grupo de bombos; o folclore no sábado à noite com o festival com grupos nacionais e internacionais que ilustra Santa Marta de Portuzelo como o coração do Folclore; a presença de Djs para animar as noites da Romaria; a

presença de um grupo musical ou artista no domingo à noite; uma prova de ciclismo a realizar no dia 15 de agosto, entre outros.

A organização das festividades cabe a uma comissão de festas. A sua direção é constituída por cerca de seis elementos podendo variar de número consoante os anos, sendo que o número total de elementos da comissão ronda os 60 elementos. Cabe à direção estabelecer as atividades que serão realizadas no fim de semana da festa. A comissão de festas tem por hábito definir o tema, para que todas as atividades se desenvolvam em torno dessa ideia. A título de exemplo, em 2013 o tema foi os “Tormentos do Linho”, atendendo que a produção do linho é um trabalho árduo até chegar ao produto final e que caracteriza os trabalhos das gentes da terra. Em 2014, o tema definido centrou-se à volta da vida terrena de Cristo, procurando relatar os seus principais momentos. Em 2015, atendendo que o grupo folclórico de Santa Marta de Portuzelo fazia 75 anos de existência, o tema incidiu na cultura e na tradição do folclore. Em 2016, o tema foram as profissões do século XX. Em 2017, o tema foi a vida de emigrante, dando-se enfoque a vários momentos ocorridos em Portugal, no geral, e em Viana do Castelo, em particular, de onde muitos emigrantes partiram na década de 1960. Em 2018, o tema foi o ouro: procurou dar-se enfoque a todo o processo de fabricação deste metal que faz parte

da génese da Romaria de Santa Marta pois o ouro que Santa Marta transporta ao peito é oferenda de promessas ao longo dos anos e que as mordomas (em devoção) também trazem ao peito. Em

2019, o tema foi a música, dando enfoque a toda a sua história quer em termos internacionais quer em termos nacionais, bem como a nível local.



Figura 2 | Igreja ornamentada com flores naturais
Fonte: Ricardo Sousa (Fotógrafo)

A organização das festividades pretende criar uma simbiose entre o sagrado e o profano, tendo em atenção a vertente cultural, etnocultural, artística e, naturalmente, religiosa. Pretende-se, pois, atrair diferentes faixas etárias, quer cidadãos nacionais, quer estrangeiros, bem como emigrantes. Para além disso, o turismo religioso que funciona como uma componente de desenvolvimento cultural, também funciona numa vertente social para a região, isto porque a festa não se realiza apenas pelos elementos da direção ou da comissão de festas: há um conjunto alargado de habitantes da freguesia que formam várias equipas e que ajudam na construção e elaboração dos eventos, nomeadamente a parte da carpintaria e serralharia na preparação dos cortejos, na ornamentação por parte das zeladoras da igreja, na exposição temática...

Cabe à direção das festas definir e celebrar contratos com várias participantes para os diversos eventos nomeadamente, com as Bandas de Música que atuam durante os dias da festa e vários os grupos de bombos que costumam estar presentes nos principais momentos (Figura 3).

A direção das festas fica também encarregue de promover o Festival Internacional de Folclore dentro das festividades da Romaria. Este realiza-se no sábado à noite e conta sempre com 4 ou 5 grupos nacionais e internacionais. Para além disso, é provida uma exposição, nas várias salas do Centro Paroquial, aberta durante os dias da festa em consonância com o tema definido. Contratam o grupo musical/artista que atua no domingo à noite. Para além disso, tratam de toda a logística, nomeadamente da iluminação, do fogo de artifício para os dias da festa, da segurança, da ornamentação no interior da igreja (a igreja costuma estar decorada com flores naturais, sendo que é passagem obrigatória a entrada dos visitantes para analisar o trabalho feito pelas zeladoras) bem como a criação de um cartaz e programa explicativo da obra feita, ligando a fé ao tema da festa.

Em 2020, ano que iniciou a pandemia, o tema proposto era a mulher. No entanto, face à pandemia, todas as ideias foram adiadas. No entanto, procurou realizar-se a Romaria de Santa Marta de outra forma, atendendo aos condicionalismos.



Figura 3 | Grupo de Bombos no Cortejo Etnocultural
Fonte: Ricardo Sousa (Fotógrafo)

3. Metodologia

No âmbito dos métodos de investigação foi elaborada a nossa questão de investigação à qual se pretendeu obter respostas: “Quais as consequências económicas da Romaria de Santa Marta derivadas do confinamento provocado pela Covid-19?”. Definida a questão de investigação, foi-nos possível direccionar o nosso olhar para a literatura especializada na área iniciando, deste modo, a segunda etapa das fases de investigação sugerida por Pizam (1994) e Tuckman (2005).

No que concerne à revisão da literatura, procurámos, de forma crítica e criteriosa, analisar o estado da arte da principal temática do tema de investigação, os eventos religiosos, incidindo em concreto na informação relativa ao território escolhido. Esta revisão passou pela leitura de vários artigos publicados nas principais revistas internacionais de cariz científico, livros de autores de referência nacional e internacional, dissertações e teses, websites institucionais e publicações de entidades oficiais.

Relativamente à Romaria de Santa Marta consultamos vários registos que nos foram facultados pela comissão de festas. Esta entidade tem contabilidade organizada, o que nos permitiu agrupar as despesas e as receitas em secções. Com isso, foi possível tratar a informação e fazer os apuramentos financeiros.

Para dar resposta à nossa questão de investigação foram identificados um conjunto de objetivos específicos: *a)* identificar quais os valores envolvidos na realização da Romaria de Santa Marta, antes e durante a pandemia; *b)* caracterizar os moldes em que se realiza a Romaria de Santa Marta antes e durante a pandemia; *c)* caracterizar o contributo das instituições municipais para a concretização da Romaria; e *d)* caracterizar a viabilidade financeira num futuro próximo.

Atendendo que os registos financeiros do período pré-Covid-19 eram muito semelhantes, recorreu-se a uma análise de conteúdo, analisando as receitas e as despesas dos últimos anos que a organização tem tido, comparando-as com o ano de 2020, início da pandemia.

Através desta análise de conteúdo pretendíamos perceber se as motivações que levam o visitante a deslocar-se à Romaria de Santa Marta foram abaladas ou não. Para estabelecermos uma comparação mais concreta, fez-se uma comparação entre o último ano em que houve Romaria em tempos de pré-Covid-19 (o ano de 2019) e em tempos de pandemia (o ano de 2020). Em relação aos outros anos anteriores, procuramos fazer uma análise global para percebermos a sua variação.

4. Análise dos resultados

A Romaria de Santa Marta realizou-se em 2020 de uma forma diferente dos anos anteriores, incidindo sobretudo na vertente religiosa. As outras vertentes estiveram presentes, mas recorreu-se ao digital, no sentido de relembrar os vários momentos da Romaria dos anos anteriores usando para esse fim as redes sociais.

Através dos dados recolhidos dos últimos anos foi possível perceber que entre 2017 e 2019, anos pré-Covid-19, a Romaria de Santa Marta registou uma despesa sempre superior a 80 mil euros: no ano de 2018 atingiu uma despesa de 85.688,59 euros, uma variação de 4,9% em relação a 2017, tendo um prejuízo de 4.727,03 euros (Quadro 1). O ano de 2019 foi aquele em que se registou uma menor despesa (81.114,94 euros) tendo uma variação negativa de -0,7% em relação a 2017 e um saldo positivo de 4.810,37 euros (Quadro 1).

Em termos de receitas foi possível aferir que nos anos que antecederam a pandemia, em média rondavam os 83 mil euros: o ano de 2018 foi aquele que teve uma receita inferior, tendo uma variação negativa de -2% em relação a 2017 e ob-

tido, consequentemente, um saldo negativo. De acordo com o quadro 1 é possível verificar que os valores baixaram drasticamente em 2020, devido à pandemia: gastou-se cerca de 73,2% a menos em relação a 2017. Por sua vez, em termos de receita também se registou um decréscimo a rondar os 87%. Por conseguinte, no ano em que se iniciou a pandemia registou-se uma diferença entre despesas e receitas bastante acentuada, tendo um saldo positivo de 10.778,10€. Por outras palavras, em 2020 registou-se um saldo bastante positivo, o maior dos últimos anos. Isto aconteceu muito por causa do formato da Romaria de 2020 pois centrou-se sobretudo no digital, o que possibilitou arrecadar mais receitas e ter menos despesas. Nos anos pré-Covid-19 a variação das despesas e das receitas rondavam sempre os valores entre 81 mil euros e os 85 mil euros. No ano de pandemia, em 2020, a diferença foi significativa, possibilitando arrecadar grande receita, não havendo grande despesa. Isto fez com que a organização reunisse nos anos de 2019 e 2020 cerca de 15 mil euros. Este valor dará provavelmente alguma estabilidade financeira e alguma folga orçamental na concretização dos próximos eventos religiosos.

Quadro 1 | Despesas e Receitas da Romaria de Santa Marta | 2017 - 2020

Ano	Despesas		Receitas		Diferença/saldo	
	€	Varição	€	Varição	€	Varição
2017	81.654,32	-	82.808,40	-	1.154,08	-
2018	85.688,59	4,9%	80.961,56	-2%	-4.727,03	-510%
2019	81.114,94	-0,7%	85.925,31	4%	4.810,37	317%
2020	21.856,57	-73,2%	11.078,47	-87%	10.778,10	834%

Fonte: Elaboração própria

Atendendo que os anos anteriores à pandemia são muito semelhantes, apenas nos focamos no ano de 2019 para estabelecer uma comparação com o ano de 2020. Através da figura 4, é possível analisar as fontes de receita que a comissão de festas conseguiu obter em 2019 e em 2020. É possível verificar que, em 2019, a principal fonte de receita foi o peditério que a comissão de festas fez pe-

las casas da freguesia, no período que antecede a Romaria (junho e julho), representando 38,3% da receita. No entanto, a comissão de festas também teve outras fontes de receita, nomeadamente os patrocínios empresas que colaboram com a Romaria (18,3%) (Figura 4). Esta parceria entre a organização e as empresas tem sido profícua, sendo que a comissão de festas procura divulgar e fazer publi-

cidade a essas mesmas empresas, pois em termos de marketing produz cerca de 10 mil exemplares de

programas que distribui pela região do Alto Minho (Portugal) e Galiza (Espanha).

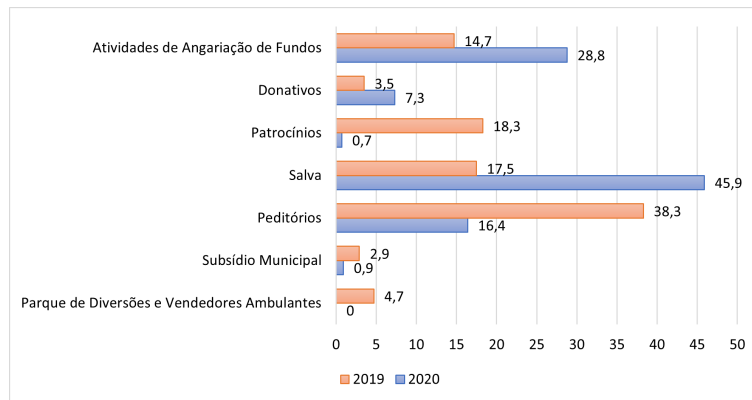


Figura 4 | Receitas da Romaria de Santa Marta em 2019 e em 2020 (%)
Fonte: Elaboração própria

Uma outra importante fonte de receita é a Salva. A Salva é o valor que os visitantes que passam pelas festividades deixam na igreja quando vão vê-la ornamentada e prestar devoção à padroeira Santa Marta. No ano de 2019, a Salva representou 17,5% do orçamento. Esta forma de receita está, pois, associada ao fenómeno religioso, lembrando que Santa Marta é a advogada das parturientes e donas de casa. As devotas de Santa Marta apresentam a sua veneração e as suas penitências quer neste momento, quer no momento da procissão que ocorre no domingo de manhã. Há, pois, uma motivação intrínseca por parte dos visitantes para visitar e fazer parte da Romaria ao engrossar, por exemplo, o conjunto de pessoas na procissão. Em 2020, em vez da procissão habitual, foi organizado uma visita móbil em que a imagem da padroeira percorreu os lugares da freguesia num veículo cujas laterais apresentavam ilustrações criadas originalmente pelo pároco da freguesia.

Outra fonte de receita tem sido as atividades que a organização realiza ao longo do ano com vista a angariar verbas para a Romaria (14,7%), nomeadamente teatros, almoços convívio, entre outros. Em termos estatais, o subsídio representa 2,9% das receitas, sendo o valor mais baixo de to-

das as fontes de receita em 2019 (Figura 4).

Em 2020, as fontes de receita foram as mesmas. No entanto, os valores foram substancialmente diferentes. No ano da pandemia, o suporte das receitas cingiu-se sobretudo nos valores da Salva e das atividades de angariação de receita (Figura 4). De referir que esta última teve uma percentagem de 28,8% sendo que as atividades desenvolvidas foram no período de pré-Covid-19. Em 2020, verificamos que houve um decréscimo enorme no que refere a patrocínios (de 18,3% em 2019 para 0,7% em 2020), consequência da crise económica provocada pela pandemia que enfraqueceu a capacidade financeira das empresas e também pelo facto da organização não conseguir concretizar a operação de marketing que vinha fazendo nos últimos anos. Outra fonte de receita que a organização viu reduzir foi o subsídio municipal. Em 2019 já era o valor mais baixo de todas as fontes de receita. Em 2020 esse valor reduziu ainda mais: de 2,9% para 0,9%. Por último destacamos a fonte de receita do parque de diversões e vendedores ambulantes. No ano de 2020, por imposição da Direção-Geral da Saúde era proibido atividades em espaços abertos e na via pública, nomeadamente desfiles, festas populares, manifes-

tações culturais ou outras de natureza qualquer. Por isso, enquanto em 2019 representou 4,7%, em 2020 não se registou qualquer receita.

No que concerne às despesas da Romaria de 2019, com base na figura 5 é possível verificar que a maior despesa se insere na parte da ornamentação, iluminação e som com 14,7%. Engloba-se aqui toda a logística, nomeadamente os arcos pelas ruas, as estruturas que iluminam a igreja, o som difundido pelas diversas artérias da freguesia, entre outros. De seguida, com valores muito próximos estão as despesas com as bandas de música (12,8%) e com o fogo de artifício (12,3%), elementos que estão presentes em todos os dias das festividades. Uma outra grande fonte de despesa

é a ornamentação da igreja (9,1%). Como referimos anteriormente, a igreja durante os 3 dias, está completamente ornamentada com flores naturais e as zeladoras costumam dar aso à criatividade criando imagens diferentes de ano para ano, de acordo com o tema da Romaria. Para além destas despesas, enquadram-se num patamar intermédio o marketing representando 5,8% (promoção e publicitação das festividades e dos patrocinadores), os cortejos com 5,6% (pois esta Romaria é a única no Alto Minho com dois cortejos, dando bastante enfoque à vertente etnocultural), a segurança dos vários recintos (5,3%) e o espetáculo de variedades (5,2%) (Figura 5).

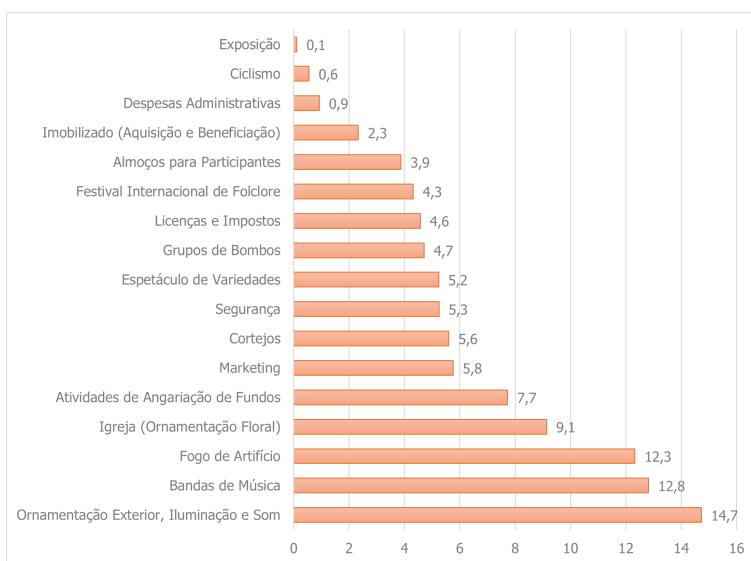


Figura 5 | Despesas da Romaria de Santa Marta em 2019 (%)
Fonte: Elaboração própria

As despesas que têm menos impacto no orçamento da Romaria são constituídas pela Exposição que está sempre enquadrada com o tema da festa (0,1%); o ciclismo (0,6%), pois nesta Romaria também há espaço para a vertente desportiva com a realização no dia 15 de agosto de uma prova de ciclismo que percorre o território envolvente de Viana do Castelo pela equipa da terra (Grupo Desportivo de Ciclismo de Santa Marta de Portuzelo);

e as despesas administrativas (0,9%) (Figura 5).

A fim de perceber melhor o que se passou em termos económicos, antes e o durante a pandemia, procurámos analisar detalhadamente as grandes diferenças que se registaram, pois como referimos, a Romaria de 2020 realizou-se dando especial enfoque à vertente religiosa. Assim, através do quadro 2 é possível verificar que não houve receitas em 2020 nas diversões e vendedores, pois não

foi possível realizar esse tipo de eventos para evitar ajuntamentos. Em 2019, as três principais fontes de receita foram os peditórios, a Salva e os patrocínios. Em 2020, as principais receitas foram a Salva (representando quase metade do orçamento com 45,9%), as atividades de angariação realizadas antes do início da pandemia (28,8%) e os peditórios (16,4%). Com as contribuições dos visitantes que vieram venerar a advogada das parturientes em 2020, a organização conseguiu ter um saldo muito positivo: o valor dessa fonte de receita quase que conseguia cobrir toda a despesa desse ano. No entanto, a diferença de valores da Salva entre 2019 e 2020 foi cerca de 5 mil euros (15.043,89 euros em

2019 e 10.040,01 euros em 2020), demonstrando que a Covid-19 teve impacto direto na deslocação de visitantes à Romaria, não apenas na vertente cultural, artística, mas também religiosa (Quadro 2).

Acerca das atividades de angariação de fundos, note-se também que em 2019 a organização fez cerca de 11 atividades para conseguir fazer face às despesas do evento. Em 2020 só foi possível realizar menos de metade das atividades do ano anterior (5 atividades). O subsídio atribuído pelo município à Romaria existiu em 2020 mas continuou a ser uma das mais baixas fontes de receitas (0,9%) (Quadro 2).

Quadro 2 | Receitas da Romaria de Santa Marta | 2019 e 2020

Receitas	2019		2020	
	€	%	€	%
Diversões e Vendedores	4.040,00	4,7	-	-
Subsídio Municipal	2.500,00	2,9	200,00	0,9
Peditórios	32.880,50	38,3	3.575,00	16,4
Salva	15.043,89	17,5	10.040,01	45,9
Patrocínios	15.760,04	18,3	150,00	0,7
Donativos	3.049,25	3,5	1.600,00	7,3
Atividades de Angariação de Fundos	12.651,63	14,7	6.291,56	28,8
Total	85.925,31	100	21.856,57	100

Fonte: Elaboração própria

Como é possível verificar no quadro 3 em termos de despesas, em 2020, ano em que iniciou a pandemia, não houve possibilidade de realizar a Romaria com todas as rubricas como nos anos anteriores, nomeadamente a contratação das bandas de música, os grupos de bombos, o Festival Internacional de Folclore, os cortejos, a exposição, o fogo de artifício, entre outros. Em termos concre-

tos houve um corte bastante acentuado nas despesas, pois das 17 rubricas, apenas houve despesas efetivas em 9 delas.

No entanto, todos os contratos que estavam celebrados tiveram que ser renegociados para 2021 como, por exemplo, no caso do espetáculo de variedades, onde se registou uma despesa de 13,5% para assegurar o grupo musical/artista (Quadro 3).

Quadro 3 | Despesas da Romaria de Santa Marta | 2019 e 2020

Despesas	2019		2020	
	€	%	€	%
Bandas de Música	10.400,00	12,8	-	-
Grupos de Bombos	3.824,50	4,7	-	-
Espetáculo de Variedades	4.250,00	5,2	1.500,00	13,5
Festival Internacional de Folclore	3.500,00	4,3	-	-
Cortejos	4.546,16	5,6	-	-
Exposição	92,50	0,1	-	-
Imobilizado (Aquisição/Beneficiação)	1.892,94	2,3	2317,27	20,9
Igreja (Ornamentação floral)	7.411,05	9,1	1.812,05	16,4
Fogo de Artifício	10.000,00	12,3	-	-
Segurança	4.259,23	5,3	214,05	1,9
Licenças e Impostos	3.708,47	4,6	106,17	1,0
Ornamentação, Iluminação e Som	11.948,50	14,7	2189,4	19,8
Despesas Administrativas	751,16	0,9	572,09	5,2
Marketing	4.672,17	5,8	1.568,89	14,2
Almoços para Participantes	3.141,04	3,9	-	-
Ciclismo	450,00	0,6	-	-
Atividades de Angariação de Fundos	6.267,22	7,7	798,55	7,2
Total	81.114,94	100	11.078,47	100

Fonte: Elaboração própria

5. Conclusões

A Romaria de Santa Marta enquadra-se na classificação de Nolan e Nolan (1992) na primeira categoria, sendo um local onde a religiosidade é a principal razão/motivação da visita, havendo uma combinação entre a vertente religiosa com a artística, cultural e mesmo desportiva. Para além disso, esta Romaria tem ganho notoriedade acabando por abarcar uma simbiose entre o sagrado e o profano.

Atendendo aos objetivos da presente investigação, foi possível verificar que em anos “normais” o orçamento da Romaria de Santa Marta situa-se em valores superiores a 80 mil euros. No ano em que iniciou a pandemia teve como despesas cerca de 10% desse valor. A comissão de festas, para a Romaria de 2020, procurou incidir sobretudo na componente religiosa para que a tradição se mantivesse. Apesar de em 2020 não ter havido uma romaria nos moldes dos anos anteriores, a motivação religiosa continuou a atrair visitantes à localidade. No entanto, a diferença de valores da

Salva entre 2019 e 2020 foi cerca de 5 mil euros, demonstrando que a Covid-19 teve impacto direto na deslocação de visitantes à Romaria, não apenas na vertente cultural, artística, mas também religiosa. Evidentemente que o período de pandemia fez abalar a motivação, mas a organização procurou manter viva a tradição e o culto.

Em termos de fontes de receita, as instituições municipais atribuem um subsídio, sendo este uma das fontes de receita mais baixas que a organização recebe. É importante também que haja uma atenção da parte das instituições civis para continuar a apostar no desenvolvimento da região, sendo que não devem descurar o seu envolvimento neste tipo de festividades que envolvem vários elementos e que atraem inúmeros visitantes das localidades perto, mas também de longe.

Em termos económicos, considerando os anos de 2019 e 2020, a Romaria teve nesses últimos dois anos um saldo bastante positivo, sendo superior a 15 mil euros, o que faz com que garanta alguma estabilidade financeira e alguma folga orçamental na concretização das futuras Romarias podendo con-

tinuar a afirmar-se no contexto do turismo religioso do norte de Portugal. Deve haver uma aposta mais consistente, quer por parte da organização desta romaria quer por parte do município, de modo a potenciar esta forma de turismo com vista, por um lado, a criar um aumento de receitas e, por outro, desenvolver e manter a tradição e a preservação do património local. Já tem havido um trabalho ao nível do marketing, no sentido de projetar esta Romaria, nomeadamente através das parcerias com o Turismo de Porto e Norte de Portugal, através das rádios locais e regionais, mas deve ser progressivo e consistente nos próximos anos.

Como sugestões para futuras investigações, seria interessante tentar perceber e especificar quais os tipos de motivações dos visitantes de acordo com as diferentes faixas etárias, quer do ponto de vista da fé, quer do profano.

Referências

- Adongo, C. A., Amenumey, E. K., Kumi-Kyereme, A., & Dubé, E. (2021). Beyond fragmentary: A proposed measure for travel vaccination concerns. *Tourism management, 83*, 104180.
- Antunes, J., Novais, C., & Dias, H. (2016). A importância do turismo religioso no desenvolvimento das regiões: o caso do santuário da nossa senhora da lapa. *International journal of scientific management and tourism, 2*(1), 273-285.
- Burns, P. (2003). *An introduction to tourism and anthropology*. Routledge.
- Castro, D., Robalinho, J., Bessa, L., Ramalho, M., & Au-Yong-Oliveira, M. (2020). Soluções para o impacto do turismo nas alterações climáticas. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, (E36)*, 114-126.
- Faria, D., Vareiro, L., & Malheiro, A. (2021). Autenticidade e Motivações em Eventos Tradicionais: O caso da Festa das Cruzes. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 36*(1), 409-425. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.9671>
- Hall, C., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies, 22*(3), 577-598.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies, 22*(3), 610-623.
- Jackowski, A. (2000). Religious tourism: problems with terminology. *Peregrinus Cracoviensis, (10)*.
- Ma, S., Zhao, X., Gong, Y., & Wengel, Y. (2021). Proposing “healing tourism” as a post-COVID-19 tourism product. *Anatolia, 32*(1), 136-139.
- Martins, C., & Morais, A. (2016). O contributo do turismo para o desenvolvimento das regiões. *Gaia Scientia Edição Especial Europa, 10*, 84-91.
- Martins, H., Carvalho, P., & Almeida, N. (2021a). Destination Brand Experience: A Study Case in Touristic Context of the Peneda-Gerês National Park. *Sustainability, 13*(21). <https://doi.org/10.3390/su132111569>
- Martins, H., Silva, C., Pinheiro, A., & Gonçalves, E. (2021b). A importância da marca no turismo: o caso da entidade regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal. *Revista PASOS de Turismo e Patrimônio Cultural, 19* (4), 753-762. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.049>
- Mogollón, J. M. H., Fernández, J. A. F. & Cerro, A. M. C. (2017). Eventos baseados em reconstituições militares históricas como estratégia dinâmica para o turismo local: O caso da batalha de La Albuera (Espanha). *Revista Turismo & Desenvolvimento, 1*(27/28), 1071-1082.
- Nolan, M., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of tourism research, 19*(1), 68-78.
- Passos, R. S. (2018). *O Som e o Ruído em Festas e Romarias Populares*. (Tese de doutoramento). Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Pereira, V., & Peres, A. (2010). Turismo cultural e religioso em Braga e Santiago de Compostela: proposta de criação de um produto conjunto. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 2*(13/14), 677-686.
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of tourism Research, 19*(1), 51-67.
- Silva, J. (2011). *O turismo religioso no noroeste de Portugal: contributo para a compreensão do papel dos santuários no desenvolvimento do território*. (Tese de Doutoramento). Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Sousa, A., & Pinheiro, C. (2014). O papel do turismo religioso nos territórios – caso de Lamego (Portugal). *TURYDES, 7*(17).

Turismo de Porto e Norte de Portugal (2015). *Festas e Romaria do Norte de Portugal*. TPNP. Rainho & Neves, Lda. – Artes Gráficas

Vieira, J. (2015). *Eventos e turismo-Planeamento e organização-Da teoria à prática*. Edições Sílabo.

World Travel & Tourism Council. (2020). To recovery & beyond: The future of travel & tourism in the wake of COVID-19. <https://wtcc.org/Initiatives/To-Recovery-Beyond>