



UNIVERSIDADE DE  
COIMBRA



Roberto Carlos Pinto dos Reis

AS RECRIAÇÕES HISTÓRICAS EM PORTUGAL  
VIAGEM MEDIEVAL EM TERRA DE SANTA MARIA

Tese de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura, Ramo Património e Cultura,  
orientada pelo Professor Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos,  
apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Agosto de 2018





# **As Recriações Históricas em Portugal**

## **Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**

### **Ficha Técnica:**

<b>Tipo de trabalho</b>	Tese de Doutoramento
<b>Título</b>	<b>As Recriações Históricas em Portugal</b> <b>Viagem Medieval em Terra de Santa Maria</b>
<b>Autor</b>	Roberto Carlos Pinto dos Reis
<b>Orientador</b>	Professor Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos
<b>Identificação do Curso</b>	3º Ciclo em Turismo, Lazer e Cultura
<b>Área científica</b>	Geografia   Turismo
<b>Especialidade/Ramo</b>	Património e Cultura
<b>Data</b>	2018



Dedico este trabalho à minha esposa Carla,  
aos meus filhos Paulinho e Maria Inês, aos  
meus Pais e Restante Família



## **AGRADECIMENTOS**

Estas breves linhas servem para expressar a minha eterna gratidão a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que fosse possível a realização deste trabalho de investigação.

Em primeiro lugar, ao Professor Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos pela orientação e pelos ensinamentos muito valiosos que me foi dando ao longo de todo este percurso, sem os quais esta dissertação não teria sido possível.

Muito obrigado pelo acompanhamento e preocupação constantes, pela motivação que me foi inculcando e pela simpatia, paciência e companheirismo que sempre demonstrou, tornando-se numa referência intelectual e humana no meu percurso de vida.

A todos os Professores do Curso de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura, pelos valiosos conhecimentos e ensinamentos que me foram transmitindo desde o primeiro momento em que iniciámos esta caminhada, em particular a Professora Fernanda Cravidão, que desde o início me motivou a apresentar a dissertação.

Aos meus amigos e colegas do Curso de Doutoramento que partilharam esta aventura comigo com amizade e companheirismo.

A todas as pessoas que gentilmente aceitaram colaborar neste projeto, pelos dados disponibilizados, em particular o presidente do Município de Santa Maria da Feira, Dr. Emídio de Sousa e ao Vereador do Pelouro da Cultura, Turismo, Museu e Bibliotecas, Dr. Gil Ferreira e o incentivo permanente das Professoras Fátima Velez e Noémi Araújo.

Por último, às pessoas que me estão mais próximas e que acompanharam muito de perto esta longa caminhada, a minha família e os meus colegas do Município de Santa Maria da Feira em particular a Manuela Coelho, a Ana Teresa Adriana, a Paula Magalhães e o Pedro Marques.

A todos o Muito Obrigado



## RESUMO

No âmbito do meu doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura pela Universidade de Coimbra, desenvolvi um estudo sobre o impacto das recriações históricas em Portugal, especialmente a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria.

A recriação histórica tem tido uma grande expansão nos últimos anos em Portugal, o que justifica o debate sobre este fenómeno - tanto para um melhor conhecimento intrínseco como para a disseminação dos instrumentos associados.

Numa altura em que as autarquias portuguesas estão a ganhar uma crescente consciência do seu património turístico cultural, e de que a memória coletiva da região, consciente ou inconscientemente, pretende ser notada, é urgente fazer algumas perguntas.

Nos dias de hoje, aproveitar essa “modalidade” cultural, que pode ter várias valências - no turismo ou na cidadania - de forma sustentável, pode ser importante para ajudar certas áreas geográficas, ricas em história, mas sem grande fator produtivo, a desenvolverem-se.

Entender a necessidade do envolvimento da comunidade local, consciencializando-a para a importância de sua história e como esta, tornando-se um produto de qualidade, pode ser benéfica para todos, pode ser mais uma ferramenta para o desenvolvimento de vários setores da região.

O objetivo deste trabalho, através de um estudo comparativo de várias recriações históricas medievais em Portugal, é compreender o seu impacto: se são criados empregos sazonais ou permanentes, se se gera riqueza, se envolvem mobilidade demográfica, e se têm um impacto económico decisivo para o desenvolvimento de uma determinada comunidade, nomeadamente de Santa Maria da Feira.

O estudo que estamos a desenvolver permitirá a obtenção de um instrumento que será de grande utilidade para os Municípios, a fim de impulsionar os vários eventos de recriação que têm sido desenvolvidos ao longo dos anos.

Durante o estudo, teremos alguns momentos importantes: uma revisão da literatura através da leitura de 63 títulos, a apresentação de inquéritos a visitantes, recriadores e artesãos durante as edições de 2015 e 2016 da Viagem Medieval.

Como estudo de caso, escolhemos Santa Maria da Feira, que é reconhecida por participantes e visitantes como o mais importante evento de recriação em Portugal. Em 2015 e 2016, foram realizados inquéritos a visitantes, participantes e residentes durante a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, com a relação de tamanho da população com a amostra (tabela a 95%) e o erro aceite no desvio padrão a 0,1): Visitantes: 384 - Participantes - 278, Residentes - 383.

Esta pesquisa pretende avaliar diversas características, nomeadamente compreender a dispersão geográfica do evento e o seu impacto econômico, grau de satisfação e sugestões de melhoria de desempenho. O objetivo é comparar os resultados nos anos de 2015 e 2016.

Este trabalho é também uma reflexão sobre as relações e dinâmicas que podem ser estabelecidas entre Turismo, Património Cultural, História, Planeamento e Preservação. Destacaremos as recriações históricas, a renovação urbana e o sonho de um parque temático para aproveitar melhor o património de Santa Maria da Feira, uma vez que o Turismo é uma das atividades que ajudam a obter resultados relevantes em termos de preservação da memória e identidade, apresentando aos turistas e/ou visitantes a essência e os significados do património local. Por sua vez, a dinâmica obtida permitiu à cidade regenerar o seu Centro Histórico, Vale do Rio Cáster e a Quinta do Castelo.

Santa Maria da Feira, pelo seu património, tradição histórica e os numerosos eventos que organiza em torno de recriações históricas, e após as várias obras de renovação urbana estimuladas por esses eventos, é um local privilegiado para a possível implementação de um parque temático.

Como conclusão, podemos dizer que atualmente o investimento em parques temáticos é válido, uma vez que, juntamente com o turismo temático, estes geralmente criam novas sinergias nas regiões ou localidades em que estão instalados e podem ser usados para rejuvenescer os destinos turísticos tradicionais, pois atraem novos segmentos de mercado, melhoram a imagem desses destinos e diversificam a sua oferta.

Palavras-chave: Turismo, Eventos, Viagem Medieval; Recriação Histórica, História Viva, Cultura, Novo Turismo

## **ABSTRACT**

Under the scope of my PhD in Tourism, Leisure and Culture at the University of Coimbra, I developed a study on the impact of historical re-enactments in Portugal, especially The Medieval Journey in Santa Maria da Feira.

Historical re-enactment has expanded greatly in recent years in Portugal, which justifies the debate about this phenomenon - both for a better intrinsic knowledge and for the dissemination of the associated instruments.

In a time when local Portuguese government is becoming increasingly aware of its tourism and cultural heritage, and of what the collective memory of the region, consciously or unconsciously, intends to get noticed, it is urgent to ask some questions. These days, taking advantage of this cultural "modality", which can have several valences - in tourism or citizenship - in a sustainable way, can be important to help certain geographic areas, rich in history but without great productive factor, to develop and the according of International Year of Sustainable Tourism for Development.

Understanding the need for the involvement of the local community, by raising awareness of the importance of its history and of how, by making it a quality product, it can become beneficial for all, can be another tool for the development of various sectors of the region.

The aim of this work, through a comparative study of various historic medieval re-enactments in Portugal, is to understand their impact: whether seasonal or permanent jobs are created, if wealth is generated, whether demographic mobility is involved, and if they have an economic impact which is decisive for the development of a certain community, particularly Santa Maria da Feira.

The study which is being developed will allow us to obtain an instrument that will be of great utility for the Municipalities, in order to boost the various re-enactment events that have been developed over the years.

During the study we will have some important moments: a review of the literature through the reading of 63 titles, the submission of surveys to visitors, re-enactors and craftsmen during the Medieval Journey of 2015 and 2016.

As a case study, we chose Santa Maria da Feira, which is recognized by participants and visitors as the most important re-enactment event in Portugal. In 2015 and 2016, surveys were conducted on visitors, participants and residents during the Medieval Journey in the Land of Santa Maria, with the population size relation with the sample (table at 95%) and the accepted error in standard deviation at 0,1): Visitors: 384 - Participants - 278, Residents - 383.

This survey intends to assess several features, namely to understand the event's geographic dispersion and the economic impact, the degree of satisfaction as well as suggestions for performance improvement. The aim is to compare results in the years 2015 and 2016.

This work is also a reflection on the relationships and dynamics that can be established between Tourism, Cultural Heritage, History, Planning and Preservation. We will highlight historical re-enactments, urban renewal and the dream of a theme park in order to make better use of the Santa Maria da Feira's heritage, since Tourism is one of the activities that help to obtain relevant results regarding the preservation of memory and identity, by presenting tourists and / or visitors with the essence and meanings of local heritage. In turn the dynamics obtained allowed the city to regenerate its Historic Centre, the Valley of the Caster River, and the Castle Farm.

Santa Maria da Feira, for its heritage, historical tradition and the numerous events it organizes around historical re-enactments, and after the various works of urban renewal stimulated by those events, is a privileged place for the possible implementation of a theme park.

As a conclusion, we can say that presently the investment in theme parks is a valid one, since, together with thematic tourism, they generally create new synergies

in the regions or localities in which they are installed and can be used to rejuvenate traditional tourist destinations, since they attract new market segments, enhance the image of those destinations and diversify their offer.

Keywords: Tourism, Events Medieval Journey; Historic Re-enactment, Living History, Culture, New Tourism

# ÍNDICE

<b>RESUMO.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE TABELAS.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>xviii</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
1.1. Introdução ao tema da investigação.....	1
1.2. Aproximação do problema a investigar .....	2
1.3. Objetivos e alcance do problema a investigar .....	3
1.4. Importância e interesse do problema a investigar: as recriações históricas e os seus fundamentos .....	4
1.5. Conteúdo e estrutura da investigação .....	21
<b>CAPÍTULO 2. SECTOR TURÍSTICO.....</b>	<b>33</b>
2.1 Introdução - As origens do Turismo .....	33
2.2. Epistemologia do turismo e Modelos teóricos aplicados ao turismo.....	37
2.2.1. Definição de Turismo .....	42
2.2.2. Tipos de Turismo .....	50
2.2.3. Consideração económica do Turismo .....	51
2.2.4. Evolução do turismo.....	54
2.3. O Sector turístico Internacional .....	56
2.3.1 Perspetivas a Longo Prazo do Turismo Internacional .....	57
2.3.2. Evolução das Chegadas Internacionais .....	58
2.3.3. Evolução das Receitas e dos Gastos Internacionais .....	60
2.3.4. Tendências do Turismo Internacional .....	62
2.4. O Sector turístico português e os seus primórdios .....	71
2.4.1. O Turismo português no Mundo .....	79
2.5. A origem dos eventos.....	83
2.5.1. Turismo de eventos: fundamentação .....	87
2.5.2 Classificação de eventos.....	88
2.5.3. Os Eventos em Portugal .....	95

2.5.4 Turismo de Eventos em Portugal. A atualidade .....	103
2.5.5 Eventos no contexto do turismo cultural .....	106
2.5.6. As recriações históricas e acontecimentos históricos .....	109
<b>CAPÍTULO 3. RECRIAÇÕES HISTÓRICAS, VIAGEM MEDIEVAL E PROPOSTAS INOVADORAS .....</b>	<b>115</b>
3.1. As Recriações Históricas no Mundo .....	134
3.2. As Recriações Históricas em Portugal .....	138
3.3. A Terra de Santa Maria e as recriações históricas.....	143
3.4. Outras Recriações Históricas que se realizam em Santa Maria Feira .....	154
3.5. A Viagem Medieval em Terra de Santa Maria .....	166
<b>CAPÍTULO 4. O CONCELHO DE SANTA MARIA DA FEIRA .....</b>	<b>235</b>
4.1. Território.....	236
4.2. Economia e Emprego.....	240
4.2.1 População Sénior, em particular seniores em situação de fragilidade social .....	245
4.3. Síntese Histórica do Concelho de Santa Maria da Feira .....	248
4.4 Acessibilidades a Santa Maria da Feira.....	283
4.5. Sistema Turístico Local .....	287
4.5.1. Oferta turística de Santa Maria da Feira .....	291
4.5.2. Procura .....	296
<b>CAPÍTULO 5. METODOLOGIA - FORMULAÇÃO DAS HIPÓTESES E METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO.....</b>	<b>303</b>
5.1. Desenho da Investigação.....	307
5.1.1 Descrição da metodologia da Investigação .....	307
5.1.2. Etapas de Investigação .....	312
5.2. Caracterização da amostra que participou no estudo - População Residente .....	313
5.3. Participantes na Viagem Medieval: associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional .....	331
5.4. Visitantes da Viagem Medieval .....	348
5.5 Impactos positivos das Recriações Históricas .....	365
5.6 Impactos positivos da Viagem Medieval .....	368
5.7 Impactos negativos da Viagem Medieval.....	395
5.8 A adulteração da História .....	397

5.8.1 Do Folclore medieval à Recriação com Rigor Histórico.....	404
<b>CAPÍTULO 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>409</b>
6.1 Limitações .....	422
6.2 Propostas de Investigação.....	423
6.3. Contributos e Recomendações .....	424
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>427</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>445</b>
ANEXO I – QUESTIONÁRIOS APLICADOS À POPULAÇÃO RESIDENTE .....	447
ANEXO II – QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS PARTICIPANTES: ASSOCIAÇÕES: ANIMAÇÃO, TABERNAS; VOLUNTÁRIOS; ARTESÃOS; REGATÕES; MERCADORES; ANIMAÇÃO PROFISSIONAL..	456
ANEXO III - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS VISITANTES .....	466
Anexo IV .....	474
Anexo V .....	475
Anexo VI .....	476
Anexo VII .....	478
Anexo VIII .....	481
Anexo IX.....	482

# ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Tipos de Turismo.....	50
Tabela 2: Influência das taxas de câmbio no turismo .....	52
Tabela 3: Receitas e despesas que determinam a Balança de Pagamentos do Turismo .....	53
Tabela 4: Chegadas de turistas Internacionais.....	60
Tabela 5: Receitas do turismo internacional.....	61
Tabela 6: Despesas de turismo internacional.....	61
Tabela 7: Receitas de turismo internacional.....	62
Tabela 8: Chegada de Turistas internacionais.....	65
Tabela 9: O Turismo até 2030: Turismo Internacional por região de destino.....	66
Tabela 10: Diferenças entre as motivações e os comportamentos dos turistas fordistas e pós-fordistas .....	68
Tabela 11: eventos primitivos .....	86
Tabela 12: Eventos que se realizaram em Portugal .....	96
Tabela 13: Programa de eventos – principais eventos em Santa Maria da Feira e Óbidos .....	99
Tabela 14: Outros eventos que se realizaram em Portugal .....	100
Tabela 15: Possíveis impactes resultantes dos eventos sobre as comunidades recetoras.....	105
Tabela 16: Metas e Objetivos do Turismo de Eventos .....	108
Tabela 17 - Entidades Envolvidas na Organização da Viagem Medieval de 1996 a 2017 .....	181
Tabela 18: Viagem Medieval em números – 2004 .....	191
Tabela 19: Viagem Medieval em números – 2005 .....	191
Tabela 20: Viagem Medieval em números – 2006 .....	192
Tabela 21: Viagem Medieval em números – 2007 .....	194
Tabela 22: Viagem Medieval em números – 2008 .....	195
Tabela 23: Viagem Medieval em números – 2009 .....	196
Tabela 24: Viagem Medieval em números – 2010 .....	198
Tabela 25: Viagem Medieval em números – 2011 .....	201
Tabela 26: Viagem Medieval em números – 2012 .....	203
Tabela 27: Viagem Medieval em números – 2013 .....	204
Tabela 28: Viagem Medieval em números – 2014 .....	206

Tabela 29: Viagem Medieval em números – 2015.....	209
Tabela 30: Viagem Medieval em números – 2016.....	211
Tabela 31: Viagem Medieval em números – 2017.....	212
Tabela 32: Viagem Medieval em números – 2018.....	214
Tabela 33: População Residente por Freguesias / União de Freguesias e Grupo Etário .....	239
Tabela 34: População Empregada segundo o Tipo de Contrato e o Regime de Duração.....	243
Tabela 35: Os tempos de viagem – distância em km desde Santa Maria da Feira .....	287
Tabela 36: Principais recursos do concelho de Santa Maria da Feira .....	288
Tabela 37: Análise SWOT de Santa Maria da Feira – Turismo .....	289
Tabela 38: Recursos Turísticos de Santa Maria da Feira .....	291
Tabela 39: Procura de Alojamento.....	296
Tabela 40: Avaliação do serviço de alojamento.....	298
Tabela 41: Ficha técnica da Investigação .....	308
Tabela 42: Impacto financeiro da Viagem Medieval.....	351
Tabela 43: Grau de Importância da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria para Residentes, Participantes e Visitantes.....	412
Tabela 44: Comparação dos Impactos Positivos .....	413
Tabela 45: Comparação dos Impactos Negativos .....	414
Tabela 46: Impactos Positivos e Negativos no Turismo .....	414
Tabela 47: Caracterização da População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes.....	415
Tabela 48: Avaliação da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes.....	416
Tabela 50: Impactos Sociais Negativos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes.....	419
Tabela 51: Impactos Culturais Positivos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes.....	420
Tabela 52: Impactos Ambientais Negativos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes.....	421

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Etapas de procedimento científico, segundo Quivy e Campenhoudt .....	25
Figura 2: Etapas de procedimento científico, segundo Pardal Lopes.....	28
Figura 3: Estrutura da atual dissertação.....	31
Figura 4: Criação do conhecimento em turismo na perspetiva de John Tribe.....	38
Figura 5: Modelo teórico de enfoque estrutural de Hall.....	40
Figura 6: Modelo teórico de enfoque estrutural de Beni.....	42
Figura 7: Perfis psicológicos de turistas segundo Plog.....	47
Figura 8: Evolução do ciclo de vida do Turismo .....	49
Figura 9: Características do Novo Turismo.....	56
Figura 10: Turismo receptor por meio de transporte .....	63
Figura 11: Turismo recetor por motivo de visita .....	63
Figura 12: Imaginarius Centro de Criação, Arte e Espaço Público.....	70
Figura 13: Exposição do Mundo Português, Lisboa, 1940.....	96
Figura 14: Tipologia dos eventos projetados para 2018 .....	100
Figura 15: Impactos dos eventos.....	104
Figura 16: Viagem Medieval em Santa Maria da Feira.....	142
Figura 17- Monjas Cistercienses.....	146
Figura 18 - Vir a Banhos.....	148
Figura 19: Recriação histórica da assinatura da convenção do Gramido.....	149
Figura 20: Era uma vez, mercado à moda antiga .....	150
Figura 21: Recriação Histórica da Visita de D. Maria II a Ovar .....	151
Figura 22: Feira Medieval de Vilar de Andorinho.....	153
Figura 23: Fogaça de Santa Maria da Feira.....	155
Figura 24: Fogaceiras.....	156
Figura 25: Cartaz Semana Santa .....	157
Figura 26: Centenário da inauguração da linha do vale do Vouga.....	161
Figura 27: Invasões Francesas de Arrifana .....	162
Figura 28: Centenário da República .....	164
Figura 29: Turno da Noite no Museu do Papel.....	165

Figura 30: Viagem Medieval em Terra de Santa Maria.....	166
Figura 31: 1º cartaz da viagem medieval .....	169
Figura 32: Nossa Senhora do Castelo. Imagem em Calcário (Século XIV e XV).....	171
Figura 33: João Álvares Pereira (2.º Senhor da Terra de Santa Maria).....	172
Figura 34: Carta de feira da Terra da Feira.....	172
Figura 35: Repasto no Povoado da Viagem Medieval.....	176
Figura 36: Foto da 1:ª Edição da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria de 1996.....	179
Figura 37: Cartaz da edição de 2000 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria .....	184
Figura 38: Um dos Orçamentos da empresa Oficinas Medievais.....	186
Figura 39: Cartaz da edição de 2003 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria .....	189
Figura 40: Pendões nas varandas e janelas das habitações de Santa Maria da Feira.....	193
Figura 41: Cartaz da edição de 2011 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria .....	200
Figura 42: Visitas à Igreja Matriz, com personagens históricas .....	208
Figura 43: Cartaz da edição de 2018 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria .....	213
Figura 44: Puy du Fou.....	220
Figura 45: Estratégia territorial do Turismo .....	227
Figura 46: Projeto de Intervenção da Quinta do Castelo.....	228
Figura 47 - Projeto de Intervenção da Quinta do Castelo.....	229
Figura 48: Enquadramento da Terra de Santa Maria.....	235
Figura 49: Mapa do Concelho da Feira.....	236
Figura 50: Percentagem da População Residente no Concelho 139 312 pessoas, por Grupo Etário .	238
Figura 51: População Empregado por Setor de Atividade de acordo com os censos de 2011.....	241
Figura 52: População Empregada por Setor de Atividade e Género de acordo com os censos de 2011 .....	242
Figura 53: População Empregada por Situação na Profissão.....	243
Figura 54: Seniores e Jovens que integram o Festim da Viagem Medieval .....	248
Figura 55: Castelo de Santa Maria da Feira.....	249
Figura 56: Limite da Terra de Santa Maria nos séculos X e XI.....	252
Figura 57: Torneio Medieval .....	255
Figura 58: Torneio Medieval .....	256
Figura 59: Concelhos que integram atualmente a Terra de Santa Maria .....	257

Figura 60 Capela de santa Maria do Campo aa Igreja de sam Nicolao da feira - 2 de setembro da era de 1343 (ano de 1305). Censual do Cabido da Sé do Porto. fl s. 288.....	259
Figura 61: Carta de doação feita pela condessa D. Leonor .....	260
Figura 62: 1ª Página do Foral da Feira e Terra de Santa Maria .....	266
Figura 63: 1.ª Retrato do Conde da Feira Manuel Forjaz Pereira e Pimentel. Autoria de Paulos Pontius (Gravador) e Antoon Van Dyck (Pintor).....	268
Figura 64: Castelo da Feira em 1841 .....	270
Figura 65: Banhos de S.Jorge.....	273
Figura 66: Banhos de S. Jorge .....	274
Figura 67: Santa Maria da Feira nos finais do século XIX .....	276
Figura 68: Visita D. Manuel II ao Castelo da Feira em 23 de novembro de 1908 .....	277
Figura 69: Castelo da Feira em 4 de junho de 1940 .....	278
Figura 70: Preparação do Repasto no espaço temático, Povoado.....	280
Figura 71: Preparação do Porco no Espeto numa das tabernas da Viagem Medieval.....	281
Figura 72: Ementa de um dos Restaurantes da Viagem Medieval em 2018.....	283
Figura 73: Esquema das Principais Acessibilidades das Freguesias do Concelho de Santa Maria da Feira .....	285
Figura 74: Visitantes e equipamentos culturais 2017 .....	295
Figura 75: Visitantes aos equipamentos culturais 2017 por meses .....	295
Figura 76: Dormidas de turistas nas unidades de alojamento em Santa Maria da Feira.....	297
Figura 77: Distribuição mensal de dormidas por cidadãos nacionais e estrangeiros .....	298
Figura 78: Distribuição mensal dos Visitantes da Loja Interativa de Turismo.....	300
Figura 79: Nacionalidade dos Visitantes da Loja Interativa de Turismo .....	301
Figura 80: Origem dos Visitantes da Loja Interativa de Turismo.....	301
Figura 81: Eventos marcantes de Santa Maria da Feira .....	305
Figura 82: Localização do Município de Santa Maria da Feira em Portugal Continental.....	314
Figura 83: Identificação das freguesias que fazem parte do Município Santa Maria da Feira .....	315
Figura 84: Mapa da Terra de Santa Maria .....	316
Figura 85: Composição da amostra dos respondentes ao inquérito por questionário por grupos etários.....	317
Figura 86: Habilitações da população residente que respondeu ao inquérito por questionário .....	318
Figura 87: População residente que respondeu ao inquérito por questionário por naturalidade, em Portugal por NUT III.....	319

Figura 88: Número de Questionários da População Residente por Freguesia do Concelho de Santa maria da Feira.....	320
Figura 89: Rendimento do agregado familiar da População residente inquirida .....	321
Figura 90: Avaliação Viagem Medieval por parte da população residente inquirida .....	321
Figura 91: Importância da Viagem Medieval nos próximos 10 anos para a população residente inquirida .....	322
Figura 92: Perceção da população residente em relação ao Aumento da Poluição.....	323
Figura 93: Opinião da População residente sobre a Viagem Medieval quanto às Oportunidades de Negócio .....	323
Figura 94: Drogaria dos Tempos Modernos ajusta o seu negócio às necessidades do evento .....	324
Figura 95: Opinião da População residente em relação ao Aumento de Trânsito .....	324
Figura 96: Nível de concordância da população residente inquirida sobre o contributo da Viagem Medieval para a identidade de Santa Maria da Feira .....	325
Figura 97: Opinião da População residente do contributo da Viagem Medieval para a melhoria do Artesanato local .....	326
Figura 98: Opinião da População residente do contributo da Viagem Medieval para a dinamização comércio local .....	326
Figura 99: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre a imagem da organização da Viagem Medieval.....	327
Figura 100: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre o desempenho da organização da Viagem Medieval.....	327
Figura 101: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre o Horário .....	328
Figura 102: Nível de satisfação da população residente inquirida com as condições da Viagem Medieval.....	328
Figura 103: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre o espaço ocupado pelo evento .....	329
Figura 104: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre as condições sobre o Estacionamento.....	330
Figura 105: Nível de satisfação da população residente inquirida com os preços praticados na Viagem Medieval.....	330
Figura 106: Participantes na Animação na Viagem Medieval em Terra de Santa Maria .....	331
Figura 107: Associações Federadas na Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira, por freguesia. ....	332
Figura 108: pessoas das associações federadas envolvidas nos projetos de animação em 2016 .....	333
Figura 109: número de horas na preparação dos projetos.....	334
Figura 110: Habilitações literárias dos participantes na Viagem Medieval inquiridos .....	336

Figura 111: Residência dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.....	337
Figura 112: Situação Laboral dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016. ....	337
Figura 113: -Condições de participação dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016. ....	338
Figura 114: avaliação da Viagem Medieval pelos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016. ....	338
Figura 115: Opinião sobre o papel e importância da Viagem Medieval nos próximos 10 anos pelos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016. ....	339
Figura 116: Opinião sobre o evento mais importante na perspectiva dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016. ....	339
Figura 117: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre a criação de emprego. ....	340
Figura 118: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre oportunidades de negócio que o evento proporciona.....	340
Figura 119: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre aumento de trânsito na cidade. ....	341
Figura 120: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre aumento de rendimentos .....	341
Figura 121: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre aumento turismo. ....	342
Figura 122: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o aumento de lixo. ....	342
Figura 123: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o impulso artesanato local. ....	343
Figura 124: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o aumento do comércio. ....	343

Figura 125: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o aumento da criminalidade.....	344
Figura 126 Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre a criação de empresas turísticas. ....	344
Figura 127: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre a imagem da organização do evento. ....	345
Figura 128: Satisfação dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre os horários. ....	346
Figura 129: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre as Oportunidades proporcionadas pela Viagem. ....	346
Figura 130: Avaliação dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, do evento. ....	347
Figura 131: Visitantes da Viagem Medieval .....	348
Figura 132: Composição da amostra dos respondentes ao inquérito por questionário por grupos etários.....	352
Figura 133: Habilitações dos Visitantes que respondeu ao inquérito por questionário.....	353
Figura 134: Residência da população residente que respondeu ao inquérito por NUT III e País.....	353
Figura 135: Residência dos Visitantes da Viagem Medieval por Concelhos .....	354
Figura 136 Situação Profissional dos Visitantes .....	355
Figura 137: Motivo dos visitantes para a visita a Santa Maria da Feira.....	355
Figura 138: Meios de deslocação a Santa Maria da Feira pelos Visitantes.....	356
Figura 139: Respostas dos inquiridos à questão se já tinham visitado Santa Maria da Feira.....	356
Figura 140: Acompanhantes dos inquiridos na visita à Viagem Medieval.....	357
Figura 141: Duração da Permanência dos visitantes inquiridos em Santa Maria da Feira.....	358
Figura 142: Alojamento dos visitantes inquiridos em Santa Maria da Feira.....	358
Figura 143: Nível de Satisfação dos Visitantes com os preços praticados para entrada no recinto da Viagem Medieval.....	359
Figura 144: Nível de Satisfação dos Visitantes em relação ao estacionamento .....	360
Figura 145: Nível de Satisfação dos Visitantes com os preços praticados na Viagem Medieval .....	360
Figura 146: Nível de Satisfação dos Visitantes em relação à gastronomia da Viagem Medieval .....	361
Figura 147: Nível de Satisfação dos Visitantes com a hospitalidade dos residentes .....	362

Figura 148: Opinião dos visitantes sobre a Viagem Medieval.....	362
Figura 149: Perceção sobre se os visitantes já tinham visitado anteriormente a Viagem Medieval..	363
Figura 150: Conhecimento da vontade de os visitantes recomendarem a visita a Santa Maria da Feira aos amigos.....	363
Figura 151: satisfação global dos visitantes na visita a Santa Maria da Feira .....	364
Figura 152: Gastos dos Visitantes nas edições de 2015 e 2016 da Viagem Medieval .....	365
Figura 153: Delícias do Castelo.....	368
Figura 154: Carlos Moisés – Museu da Fogaça.....	369
Figura 155: Estrela Melo - Artesã Medieval .....	370
Figura 156: Rei da Fogaça.....	371
Figura 157: Localização dos Parques Manus na Viagem Medieval .....	379
Figura 158: Mapa de 1781 de José Monteiro Sallazar .....	380
Figura 159: Fotografia panorâmica de Santa Maria da Feira, data de 1870 .....	382
Figura 160: Escoramento do prédio que ardeu no Centro Histórico de Santa Maria da Feira .....	385
Figura 161: Mapa Centro Histórico .....	385
Figura 162: Castelo da Feira, durante a Viagem Medieval.....	386
Figura 163: Praça da República antes da última intervenção .....	388
Figura 164: Hostel da Praça.....	389
Figura 165: Espetáculo da Viagem Medieval no Parque das Guimbras – Vale do Cáster.....	390
Figura 166: Intervenção na Rua dos Descobrimentos - Centro Histórico .....	391
Figura 167: Rio Cáster.....	393
Figura 168: Carnaval de Sanguedo .....	398
Figura 169: Desfile de Moda Medieval.....	399
Figura 170: Sunset Medieval .....	400
Figura 171: Trail Medieval .....	400
Figura 172: Festival Erótico Medieval.....	402
Figura 173: Pedinte na Viagem Medieval.....	404

# **CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO**

“Viajamos por longas estradas e cruzamos águas para ver aquilo que não prestamos atenção quando está sob nossos olhos. Isso acontece porque a natureza colocou as coisas de forma que saíamos em busca do que está muito distante e permaneçamos indiferentes ao que está próximo, ou porque qualquer desejo perde sua intensidade quando é satisfeito com facilidade, ou porque deixamos para depois o que quer que possamos ver a qualquer momento, sabendo que o veremos muitas vezes. Qualquer que seja a razão, há uma série de coisas em nossa cidade e em seus arredores das quais nem ao menos ouvimos falar, muitos menos vimos. Mesmo assim, se elas estivessem no Egito ou na Ásia.... Teríamos ouvido falar delas, lido a seu respeito, olhado para tudo o que há para ver”.

Plínio, o jovem, século II d.C.

## **1.1. Introdução ao tema da investigação**

A Recriação Histórica é sem dúvida uma atividade em grande expansão nos últimos anos em Portugal, pelo que se justifica o debate sobre este fenómeno quer para melhor conhecimento intrínseco, quer para a divulgação dos instrumentos a si associados.

Cada vez mais, as Câmaras Municipais e as Juntas de Freguesias portuguesas apresentam-se mais sensibilizadas, quer para a divulgação do seu património turístico-cultural, quer para a memória coletiva da região, e por isso urge colocar algumas questões sobre a imagem dos Municípios, o potencial económico, o rigor histórico e o futuro deste tipo de eventos.

Tomando como case study o evento de Santa Maria da Feira (Viagem Medieval em Terra de Santa Maria), pretende-se ainda a melhor utilização dos patrimónios do Concelho, potenciando o Turismo local e regional, uma vez que constitui uma das atividades que promove a obtenção de resultados relevantes, no que concerne à preservação da memória e identidade territorial, ao apresentar aos turistas e/ou visitantes a essência e os significados do património local, com excelentes resultados económicos.

O propósito da tese (material e imaterial) de Doutoramento, é perceber as razões que levaram ao exponencial crescimento deste tipo de eventos e perceber os seus impactos económicos e de satisfação junto dos visitantes, participantes e moradores.

Analisando o evento Viagem Medieval em Terra de Santa Maria que se organiza em Santa Maria da Feira, verificamos que é um exemplo de rentabilização dos recursos patrimoniais através daquilo que Jesús Pena Castro (2004. p1) designa no seu trabalho *El negocio de la historia en la Feria Medieval de Noia*, como sendo o "mercado da história, das suas narrativas e dos espaços, bem como os níveis de autenticidade vividos e apreciados na recriação".

## **1.2. Aproximação do problema a investigar**

Em termos de objetivos, procuram-se ainda avaliar as possibilidades de aproveitamento deste evento cultural de Santa Maria da Feira para a constituição de novos roteiros turísticos temáticos, a fim de incrementar a atividade turística na cidade e região, uma vez que a comercialização dos destinos de Recriação Histórica leva cada vez mais os responsáveis dos destinos, a valorizar o seu património e a potenciá-lo com ofertas culturais diversificadas nos espaços envolventes, que extravasam as tradicionais festividades e eventos de Recriação Histórica, com produto e atração complementar.

Neste sentido, desenvolve-se ao longo deste trabalho uma reflexão sobre a realidade atual do produto Turismo de Eventos / Recriações Históricas, tendo como foco central a cultura e como componentes estruturais, o património, o turismo e os valores económicos envolvidos. Esta abordagem obriga a uma reflexão mais aprofundada de qual deve ser o posicionamento deste produto artístico, que é objeto de um poder de atração singular, deveras significativo na competitividade dos destinos turísticos.

Neste contexto importa considerar os conceitos: "Recriação Histórica", "Living History" enquanto redescoberta do passado em todas as modalidades (civil, tecnológica, cultural, científica, artística ou militar) e, numa perspetiva mais ampla, o "Re-enactement" enquanto recriação de um determinado evento histórico sobre o

qual se colocam em cena os factos e os seus desenvolvimentos; entre a identidade, a autenticidade e a encenação.

Está, portanto, claro que, por norma, todos os grupos, associações ou simplesmente pessoas empenhadas na "Recriação Histórica" fazem comumente "Living History", enquanto os que recriando apenas um preciso evento histórico fazem aquilo que designamos de "Re-enactement".

A Recriação Histórica é um produto recorrente na dinamização turística de espaços, além de dar um substancial contributo para o desenvolvimento da iniciativa local, da importância da atividade cultural e da valorização do património monumental.

É reconhecido pelos decisores, pelo conjunto dos stakeholders e nas políticas do turismo que os produtos potenciadores do crescimento das recriações históricas são: o City Break, o Touring Cultural, o Turismo de Negócios, a Gastronomia (no caso específico a Vitela Arouquesa, a Lampreia, a Fogaça) e Vinhos (Vinho do Porto). (Fonte: O EDV e as prioridades de programação estrutural para 2014-2020  
Assim, consideramos que potenciando este tipo de eventos, os mesmos poderão resultar em eventos temáticos, com expressão espacial capaz de definir parques turísticos, serviço ainda pouco desenvolvido em Portugal, pelo que se propõe a reflexão tendo em vista a criação de um Parque de âmbito educativo e de entretenimento.

### **1.3. Objetivos e alcance do problema a investigar**

Este trabalho terá como objetivo discutir e aprofundar os conceitos de Recriações Históricas, tendo por base a bibliografia, a metodologia e a reflexão sobre a crescente tendência de valorização dos principais locais de recriação sobre a temática medieval e respetivas zonas envolventes, como reforço da atratividade dos destinos turísticos, bem como os seus impactos, em termos económicos, sociais, demográficos, na perspetiva da população residente, dos participantes e dos visitantes.

### **Objetivos gerais**

Caracterizar as Recriações Históricas em Portugal

Perceber como os eventos contribuem para valorizar os destinos turísticos

Analisar a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria da Feira

Estudar as consequências económicas das atividades de recriação

Estabelecer critérios para uma intervenção estratégica que permita a valorização do evento Viagem Medieval enquanto atração principal do território de Santa Maria da Feira

### **Objetivos específicos**

Definir o Perfil dos residentes em Santa Maria da Feira, dos participantes e dos visitantes da Viagem Medieval

Analisar a Satisfação dos participantes, residentes e hospitalidade dos residentes

Justificar Rigor Histórico do Evento Viagem Medieval

Relacionar a Viagem Medieval com atratividade Turística do território

Perceber os impactos negativos da Viagem Medieval

#### **1.4. Importância e interesse do problema a investigar: as recriações históricas e os seus fundamentos**

Uma recriação histórica nada mais é do que uma "cena" de um evento histórico, com tudo o que isso implica; é uma espécie de uma peça de teatro gigante, todavia com diferenças bem acentuadas: a diferença entre a recriação e a peça de teatro é o grau de imersão na mesma, bem como a possibilidade de improvisação.

A recriação histórica pretende apenas «contar algo», mas também envolver o espectador na história do acontecimento. Não divulga apenas a História, mas também trata de revivê-la, para que o público que está a assistir "sinta e viva" o que está a ser recriado, em suma, que se meta na pele daqueles que realmente viveram o acontecimento, é um dos objetivos das recriações históricas (Hadden, 1999).

É uma atividade na qual os participantes recriam alguns aspetos de um evento ou período histórico. Pode ser um período muito definido, como uma guerra ou outro evento, ou um outro de mais ampla cobertura.

Uma recriação histórica é uma “viagem retrospectiva”, denotando o “re” em “recriação” um regresso a algo que já teve lugar, real ou imaginário. Habitualmente representadas por grupos especializados, as recriações incorporam diversos géneros, desde a reprodução de um género histórico, tal como os torneios medievais ou as recriações de batalhas, até aos espetáculos de “história viva”. Também se organizam recriações no âmbito de exposições museológicas, em séries de televisão e filmes. A prática da recriação pode ser usada com fins turísticos ou educativos, ou a um nível mais pessoal. Um aspeto comum a todas estas diversas formas de recriação é “... uma preocupação com a experiência pessoal, as relações sociais e o quotidiano, e com as interpretações conjecturais e provisórias do passado.” (Agnew, 2007).

As atividades relacionadas com a «recriação» não são novas. Os torneios na Idade Média abordavam temas romanos ou mais antigos. Os romanos organizaram recriações de batalhas navais famosas (naumaquia) e terrestres dentro de seus coliseus como uma forma de espetáculo público, e na época vitoriana recriaram-se objetos medievais como tapetes.

Mais recentemente, o historiador Helmut Walser Smith (2007) defendeu que “Na alta Idade Média, os cristãos acreditavam que os judeus crucificavam rapazes cristãos para recriar a morte de Cristo. Esta crença resultou em atos violentos de cristãos sobre judeus, não só como vingança pela morte de Cristo no passado, mas também pela recriação no presente. Conforme Smith salienta, é, portanto “... tentador argumentar que as recriações ritualizadas mantiveram viva a memória das devastações medievais”. De modo semelhante, no norte das Filipinas, os filipinos cristãos recriam todos os anos a crucificação de Cristo como manifestação de devoção. Pregados às suas próprias cruces, rezam ao Senhor pedindo perdão, riqueza e prosperidade.”

Tais recriações atraem milhares de espectadores.

Podemos também unir ao termo história viva (Living History, conforme a sua denominação em inglês), pois descreve as tentativas de trazer a história à vida, seja para uma audiência ou para os participantes.

Tudo se engloba e inclui numa atividade contínua, que vai desde a pesquisa efetuada corretamente para recriar um facto histórico conhecido com fins educativos, através de representações com elementos teatrais, ao entretenimento.

Muitos museus e localidades ou lugares históricos, empregam grupos de recriadores que vivem a história com um alto nível de autenticidade, para ajudar a transmiti-la ao público, isto é, estão geralmente vocacionados para a educação e pedagogia.

A Living History não tem necessariamente que ser uma batalha (ou mais bem-dito um simulacro de uma batalha), mas também está destinada a retratar a vida, o estilo de vida da gente da época.

Com frequência, inclui tanto a parte militar como a civil. Isto é, misturam-se demonstrações de artesanato e gastronomia, atividades de lazer e conferências juntamente com o treino militar, duelos ou combates.

A recriação histórica (ou Re-enactement) pode ser utilizada como um meio para educar as pessoas em temas históricos (Thelen, 2003).

As pessoas, e em particular as crianças vão ver um espetáculo, e sem darem conta, ao falarem com os participantes, tanto antes como após o ato ou a contenda recriada, aprendem coisas que nunca mais esquecerão (Peers, 1986).

Uma recriação histórica, de alguma batalha em particular, deve seguir regras para que verdadeiramente seja uma «recriação».

É por isso que se tenta sempre que os uniformes, as armas e os detalhes sejam corretos, para mostrar aos espectadores como se vivia noutras épocas da história. Isto leva a críticas sobre a recriação histórica (e os recriadores), porque muita das vezes não são compreendidos pela maioria das pessoas, que não entendem, como se pode “gastar mal o nosso tempo» neste tipo de atividades” (Stanton, 1999).

Outras críticas mais comuns giram em torno da motivação, bem como as preocupações sobre o nível de rigor ou da ideologia de algumas pessoas ou grupos, em particular as que envolvem conflitos do século passado. Outro elemento é a média de idade dos recriadores, que é geralmente muito maior que a verdadeira

idade dos soldados que participavam na maioria dos conflitos com a exceção de altas patentes, e são poucos os grupos de recriação histórica que permitem ou impedem a participação, com base na idade e condição física de cada um.

E dentro dos próprios grupos de recriadores, existem divisões a respeito da inclusão ou não das mulheres nas unidades de combate. Um assunto que por vezes é fácil de solucionar, vestindo-se como homens. Outro problema é tendência dos recriadores em escolher unidades de «elite» tais como por exemplo na segunda Guerra Mundial, comandos, para-quedistas ou unidades Waffen-ss ou a tendência na Grã-Bretanha, no período napoleónico de unir-se massivamente a Batalhões que se destacaram, ou à multidão de cavaleiros da época medieval.

### **O que é um recriador histórico?**

A maioria dos recriadores são aficionados que amam e procuram a história como um hobby, e as idades dos participantes oscilam entre crianças pequenas, que acompanham os pais aos eventos e os idosos.

Entre os participantes adultos, podemos encontrar representados todos os setores da sociedade civil: estudantes universitários, bombeiros, advogados, militares, médicos, e inclusive, historiadores. (Asensio, 2013).

Na realidade, é o culminar de uma etapa de estudo e de aprendizagem do passado que é levado a um novo plano, a própria experimentação. (Swart, 2010)

Os Recriadores Históricos (Re-enactors) habitualmente dedicam-se à Living History, que na maioria das vezes, está relacionada com a valorização da História e do Património num determinado lugar, que estudam e procuram manter o quotidiano da época que representam. Isto pode ser descrito como História processada através da mitologia, da ideologia, do nacionalismo, do orgulho local, da ideia romântica, ou simplesmente marketing, como um produto (Crang, 1996).

Apenas alguns estudos consideram a Living History como uma atividade de ócio (Hunt, 2004). Nas investigações acerca dos recriadores da Guerra Civil Americana, Allred (1994) concluiu que um recriador escolhe normalmente um personagem, histórico ou hipotético, sobre os quais elabora o uniforme, equipamento, armas e até mesmo o uso ou não de barba.

Na Recriação, o que está devidamente documentado tende a converter-se na realidade primordial da História, porque a Recriação trata de “comprimir” o passado

numa experiência do presente. Hoje em dia os turistas visitam os locais onde se realizam este tipo de eventos não só como público/consumidores das Recriações Históricas, mas também como participantes, destacando-se nos grandes eventos na qualidade Recriadores, como é o caso do objeto de estudo, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria

Na última década surgiram imensas publicações relacionadas com a temática, o que explica a crescente popularidade da Living History (História ao Vivo) ou Re-enactement (Recriação) (Hunt, 2004). No entanto poucos estudos consideram a Recriação como uma verdadeira atividade de ócio, (Glancy, 1996).

Também, não foi encontrada qualquer investigação que se centrasse na identificação dos fatores motivacionais e na sua influência, que fosse determinante para que as pessoas visitassem os eventos de Recriação Histórica, quer como recriadores ou como visitantes. A maioria dos estudos que abordaram Recriações e o Turismo focaram-se mais nas características das Recriações, do que nas motivações das pessoas para se deslocarem para esse tipo de eventos.

Com a recriação histórica, fazem-se as réplicas das coisas que vimos nos museus e em livros e ao usá-las aprendemos como se desenvolviam as tarefas quotidianas com essas roupas ou esses instrumentos da época que se está a abordar.

Para conseguir esse objetivo, recorre-se às numerosas empresas e lojas (muitas delas artesanais) que fornecem não só os materiais, bem como outros produtos prontos a serem utilizados, dependendo da época.

Uniformes e vestimentas feitas com materiais naturais, tingidos e cosidos à mão, utilizando as técnicas da época, por exemplo.

A atenção ao detalhe, a autenticidade no projeto que abrange todos os aspetos, desde os chapéus ao calçado, óculos, material de campismo, munições, equipamento militar, armas, etc.

Estes artigos (que são cada vez mais caros à medida que vamos recuando na época a recriar) oferecem ao recriador uma experiência real no uso de materiais, confeção e técnicas de fabrico, estando o mais próximo do original.

O aprender a comportar-se de acordo com as atitudes da época escolhida, na maneira de expressar-se, de cumprimentar, de dançar, é outra das matérias que o

recriador interessado em fazer bem seu papel pesquisa e complementa para concretizar e executar a sua atividade.

No ponto de vista do recriador militar esse aspeto é mais que necessário, não só pelo aspeto estético ou de articulação das unidades, mas pelos três principais elementos que se têm de seguir: segurança, segurança e segurança.

Tem de se cumprir sempre, acima de tudo tanto para os integrantes da recriação, como para os espectadores (Vanderstel, 2002).

Os recriadores costumam-se dividir em várias categorias definidas em termos gerais, com base no nível de preocupação pelo realismo e pela autenticidade.

Normalmente a instrução básica costuma fazer-se uma vez por mês. Que se intensifica durante as recriações, destinando várias horas à mesma, até poder fazer todas as manobras sem dificuldade.

Cortadella (2011), aponta três categorias de recriadores:

- a) Farbs. Os «farbs» ou «soldados de poliéster», são os recriadores que não têm muito tempo ou dinheiro para a manutenção da autenticidade em relação aos uniformes, acessórios, e inclusive no comportamento do período. Apresentam anacronismos no comportamento, na utilização de roupa em material sintético, até aos fechos das mesmas, calçado de plástico. Um «farb» dentro da comunidade recriacionista é exatamente o contrário de um «autêntico».
- b) Mainstream. Um meio-termo, aqui os recriadores esforçam-se em aparentar uma verdadeira autenticidade, mas se não estão em frente ao público, comportam-se de maneira «actual ou moderna», por exemplo utilizando tablets ou telemóveis. Utilizando ferramentas ou utensílios modernos de maneira oculta, também a roupa não visível pode estar cosida à máquina e a roupa interior pode não ser de época.
- c) Progressive (ou Hardcore). Denominados autênticos. Estes recriadores valorizam a investigação a fundo. De uma forma geral, procuram uma experiência total recriando e tratando de viver, na medida do possível, como

alguém da época, são os denominados autênticos. Isto inclui comer alimentos apropriados e preparados da época, penteados, costurar toda a roupa de maneira apropriada e viver a personagem durante todo o evento.

A História ao Vivo, que se implementou em Portugal graças à Associação Portuguesa de Museologia - Colóquio APOM-1986 e cujo conceito foi referenciado pela primeira vez em Portugal, a técnica de História ao Vivo teve seguimento no colóquio do ano seguinte, onde os participantes aperceberam-se da importância desta técnica e que a mesma poderia ser utilizada como instrumento do seu próprio trabalho; a exposição História ao Vivo: Propostas de Animação Cultural segundo a Técnica "Living History", organizada pela APOM; a primeira ação utilizando a técnica de História ao Vivo realizada pela APOM: «Um Dia de Primavera de 1537 na Ribeira das Naus», em 1988 e a comunicação de Maria Manuela Mota: «O Museu e o Ensino da História», que de alguma forma sintetizou as práticas até aqui realizadas, afirmando esta técnica como ferramenta fundamental para a divulgação do património e do turismo cultural, nas escolas, museus, e Municípios,(Mota, 1995). Indubitavelmente que a História ao Vivo é um excelente método didático, que de uma forma lúdica permite a obtenção dos conhecimentos, que se pretendem difundir.

Todavia em Portugal, a técnica não é nova: em certas festividades religiosas, como a do Corpus Christi (Braga, Lisboa, Porto), recorriam-se a figurantes que representavam quadros Bíblicos, juntando o povo e o clero, bem como episódios do sagrado e do profano.

«Desde muito cedo, no entanto, que se entendeu esta manifestação religiosa como uma representação teatral, cujo tema seria o Triunfo da Fé Eucarística sobre a heresia, onde todos os crentes poderiam participar. Este facto foi muito bem aproveitado pelas massas populares católicas que a transformaram no momento mais exuberante e extravagante de todo o ciclo anual das festas litúrgicas. Ao participar nela, o povo aproximava-se diretamente da divindade. Conviviam com ela de forma inteligível, pois os ritos latinos das principais celebrações litúrgicas provocavam um certo distanciamento entre Deus e os seus crentes», (Tedim, 2000).

## **A Recriação Histórica - Definição, caracterização e perspetiva de aplicação Definição, formas, exemplos:**

A Recriação Histórica é uma atividade relativamente nova. E poderíamos dizer que esta afirmação exerce uma validade quer em Portugal quer em Espanha, embora não nos referíssemos assim comparativamente ao resto do continente europeu, onde a recriação ou Re-enactement, tem uma tradição anterior e muito mais desenvolvida. O nosso país é um caso concreto com características muito específicas.

O próprio termo, Re-enactement, é referenciado ao que hoje em dia podemos conhecer na Península Ibérica, como “Recriação Histórica” (do mesmo modo, que se fala de Historical Re-enactement) e tem a sua origem no mundo anglo-saxão, lugar em que nasce e se desenvolve este tipo de atividade. Desde recriações ou “reconstruções” da batalha de Gettysburg, nos Estados Unidos, até às reconstruções de batalhas muito mais próximas, como a de Hastings, que teve uma das suas primeiras edições com uma grande participação no ano de 1984 e que vem reunindo centenas, talvez milhares, de participantes em cada ano que passa: de recriadores ou re-enactors.

A Recriação Histórica é uma atividade difícil de definir, entre outras coisas porque se está a abrir um caminho para se transformar num conceito dos nossos dicionários. Não se trata de “recriação” por um lado, e “histórica” por outro: trata-se de “Recriação Histórica”, um conceito novo e único que não significa necessariamente o que o dicionário nos oferece para cada uma das partes. Denominou-se esta atividade como um “rol” ou como “festa popular”, no entanto estaremos parcialmente contra este tipo de terminologia, na medida em que as motivações e características que definem realmente este conceito transcendem claramente estas classificações, embora, por outro lado, elementos como o “rol” ou mesmo o próprio teatro se convertam em ferramentas ao serviço da Recriação Histórica” (Cortadella, 2011). Em qualquer caso, por outro lado, certamente que as pessoas que se aproximam a ela, coincidem em afirmar que tem múltiplas manifestações, e cada uma delas resulta de forma diferente em comparação às outras.

O primeiro problema que nós enfrentamos, portanto, é a identificação da atividade e da sua definição: um problema que reside na linguagem e na forma a

que nos referimos a uma das atividades que não se encontram identificadas com uma palavra, que hoje em dia, se utiliza de forma ligeira pelos jornalistas, políticos, empresários, entre outros.

A Recriação Histórica é uma atividade em que um grupo de pessoas, geralmente com um elevado grau académico (embora esta não seja uma condição sine qua non) documentam e investigam sobre uma determinada realidade histórica (Quesada,2008). Superado este tempo e com a ajuda de determinadas técnicas, reconstroem ou fabricam com a máxima fidelidade possível a realidade documentada. (Quesada, 2008).

E, finalmente, uma vez terminada esta reconstrução, difundem ou divulgam a dita realidade, através de diversas atividades, geralmente relacionadas com explicações, oficinas, seminários, palestras, conferências ou demonstrações. É uma atividade, que pelas suas próprias características, poderá ser “irmã” da Arqueologia Experimental devido à partilha de pelo menos dois dos seus pilares fundamentais (em ambos os casos documentam um elemento, e posteriormente os reconstrói). (Ramos, Gonzalez e Baena 2007).

Diferem, no entanto, no terceiro, uma vez que a Arqueologia Experimental persegue a investigação e o contraste das fontes, enquanto a Recriação Histórica persegue a divulgação e a didática, no entanto, este último aspeto não se deve considerar como uma perda de rigor científico. São muitos os grupos de investigação ou de projetos que realizam um impressionante trabalho científico na reconstrução dos materiais, profundamente documentados. Pelo contrário, o passo seguinte, é mostrar ao público mais ou menos científico como funcionam. E é aí onde a Arqueologia Experimental e a Recriação Histórica dão as mãos: a primeira para a investigação e prova dos materiais e a segunda para a demonstração e divulgação dos conteúdos.

Não dedicaremos demasiado tempo a destacar a importância da divulgação científica na nossa sociedade atual, mas entendemos que é um ativo realmente importante e um elemento que se deve considerar, se queremos que o conhecimento se transcenda e não se limite às esferas mais altas da investigação. E isto tanto se aplica nas ciências biológicas, informáticas, etc., como nas humanidades. Aí a Recriação Histórica tem muito a dar.

Portanto, o seguinte passo natural para uma pessoa é eliminar aqueles elementos que não são uma Recriação Histórica, mas que, devido ao exposto anteriormente, compartilham este termo.

Uma das coisas piores que tem experimentado este conceito, tem sido a sua automática identificação com os pequenos mercados supostamente medievais, as festas populares e as verbenas que, por outro lado, têm utilizado o seu nome como marca de qualidade.

Tratam-se de uma série de atividades, todas elas muito respeitáveis e de imenso valor turístico, mas que não respondem às características da Recriação Histórica, pois não encontramos nelas nenhum dos três pilares expostos anteriormente: documentação, reconstrução e divulgação.

É certo que em todo o território português se podem encontrar festas ou atividades que, na sua forma, podem assemelhar-se com a Recriação Histórica. É o caso de grandes eventos anuais como a comemoração dos 500 Anos dos Forais Manuelinos (Porto, Vila Nova de Gaia, Vila do Conde, Santa Maria da Feira, Alcobaca, Póvoa do Varzim entre outros), para dar apenas alguns exemplos.

No entanto, pese o seu elevado valor turístico e apesar do esforço e da dedicação (às vezes a nível da documentação), dos moradores, das autoridades e de outro tipo de apoios que costumam dedicar à celebração destes eventos, muito poucas vezes, senão nenhuma, se ajustam a uma verdadeira Recriação Histórica (normalmente falham os dois últimos pilares da escala, apesar de muitas vezes haver uma correta documentação, rara vezes se realizam reconstruções cientificamente fiéis aos originais e muito excecionalmente se realizam estas atividades com fins divulgativos e didáticos, colocando-se na maioria das ocasiões o espetáculo, a diversão ou o lucro acima do rigor).

São atividades totalmente recomendáveis, mas não são, em absoluto, Recriações Históricas, enquanto conceito tal e qual o vimos definindo.

Noutros países, distinguem-se estes conceitos, por exemplo em Itália usa-se o termo rievocazione storica para falar de Recriação Histórica, e de evocazione, para outros períodos, festas, atos e outras atividades que não estão exatamente relacionadas.

Não seria justo, em nossa opinião, que compartilhassem o mesmo nome uma série de atividades tão distintas que exigem condições tão diferentes e perseguem objetivos tão díspares.

A definição da recriação, ajustada aos seus métodos e objetivos, parece, portanto, bastante clara: um processo de documentação científica, um trabalho de reconstrução fiel e um trabalho de divulgação direta. Mas, apesar destes elementos, aos que designaremos como “método recriacionista”, existem outros elementos que ajudam a caracterizar a recriação, permitindo não só identificá-la, mas também caracterizá-la.

O elemento mais importante da Recriação Histórica é o rigor: precisão na qualidade da documentação e na exatidão da mesma; precisão no momento de se reconstruir um elemento para que seja tão fiel quanto o possível ao original (desde logo, uma má Recriação Histórica não se distingue facilmente de algo que não seja Recriação Histórica); rigor no momento de divulgar e difundir um determinado elemento histórico para que não se induza em erro, e dúvida ou confusão nos interessados nesta temática. O cinema tem realizado algumas Recriações Históricas de grande qualidade, que muitas vezes têm desembocado mais em documentários do que em filmes (recordemos que o objetivo é a divulgação e não necessariamente o entretenimento), como tem sido o caso do projeto 1066 ou 778, a Chanson de Roland.

Nelas pode-se contemplar um filme-documentário, no qual a documentação, a reconstrução e a divulgação dos conteúdos históricos encontram-se como objetivos de primeira linha.

Por outro lado, algumas séries televisivas ou filmes têm realizado de forma correta alguns dos passos, que uma Recriação Histórica contempla, mas, no entanto, têm optado também por outras opções quanto aos fins da mesma ou quanto aos restantes passos.

Séries espanholas como Toledo, efetuaram uma pequena tentativa de documentar, reconstruir ou divulgar a História da Espanha Medieval, preferindo optar, sem que isto seja uma crítica da mesma, por elementos situados a meio do caminho entre a realidade e a fantasia.

No entanto, outras séries de televisão, como Band of Brothers, documentaram-se e reconstruíram com enorme precisão os cenários da Segunda

Guerra Mundial, ainda que, posteriormente, a divulgação histórica passasse para segundo plano.

Gostaríamos de referir, no entanto, que ao sublinharmos o facto da divulgação passar para um segundo plano, não estamos a dizer que a produção renuncie a ela (ou que não se produza divulgação alguma, algo indubitável por exemplo em *Band of Brothers*), todavia o objetivo final das referidas produções não é, estritamente, a didática e a revisão das fontes históricas que utilizam, mas as histórias e os argumentos sobre os que se desenvolvem seus guiões.

### **Tipos de Recriação Histórica:**

Como dizíamos anteriormente, a Recriação Histórica tem muitas manifestações, e esta afirmação refere-se a que existem muitos tipos de recriação e muitas facetas da mesma. Assim, à primeira vista, podemos verificar que existem desde recriações militares a civis, recriações de factos genéricos a recriações de factos concretos, recriações de indumentária ou de máquinas, e até recriações locais diferenciadas claramente das grandes recriações nacionais.

Existe um interminável número de recriações: tão amplas e abundantes, como são cada uma das facetas da nossa vida, sendo impossível enclaustrá-las numas páginas, ou sequer em alguns volumes.

No entanto, podemos destacar algumas delas como sendo das mais representativas no panorama da “Recriação Histórica”.

### **Recriação Militar:**

Ao colocarmos, por exemplo, a Batalha de Gettysburg ou a Batalha de Hastings em primeiro lugar, não fazemos mais do que assinalar, em certa forma, que os precedentes dos quais nascem esta atividade estão estreitamente unidos com as perspetivas históricas de cada país e, em certo modo com as suas batalhas.

Por exemplo, a recriação da Batalha de Hastings ocorre no lugar original, um sítio atualmente conhecido como Battle, nos arredores de Hastings. A Batalha de Hastings é uma das mais importantes batalhas da história de Inglaterra. A 14 de outubro de 1066, os Normandos (provenientes da atual França) invadiram a Inglaterra, e o Rei Haroldo de Inglaterra enviou os seus homens à pressa para Hastings no sentido de enfrentar o exército invasor. Os 5.000 homens do Rei

Haroldo, cansados após a batalha com os homens de Haroldo III da Noruega em Stamford Bridge um mês antes, depararam-se com os 15000 homens de Guilherme o Conquistador. Guilherme e os Normandos acabaram por conseguir penetrar a barreira defensiva erigida pelos Anglo-Saxões, derrotando o seu exército, matando o Rei Haroldo e os seus irmãos, e vencendo assim a batalha.

Ao escrever sobre a sua experiência durante a recriação de Gettysburg, Christopher Hitchens declarou, “Os que não conseguem perdoar o passado estão condenados, não sem paixão, a recriá-lo” (Hitchens,1999: 34).

A Recriação Histórica nasceu, como temos vindo a assinalar, com uma vocação didática plena e, nesse sentido, tem demonstrado ser uma ferramenta muito eficiente, para atrair e ensinar pessoas, com maiores ou menores inquietudes intelectuais, determinados factos históricos.

Devido a isso, a Recriação foi, desde a Antiguidade, uma boa forma de instruir o público não especializado sobre determinadas questões, sobre as quais não conhecia rigorosamente nada.

Poder-se-iam estabelecer inclusive relações entre a recriação das naumaquias, ou inclusive outros combates que se realizavam nos anfiteatros romanos, como atividades de Recriação Histórica, porém naqueles tempos o entretenimento ou o interesse político sobrepunham-se acima de qualquer divulgação (e, por isso, não nos atreveríamos a denominar de “Recriação Histórica”), poderia adivinhar-se uma verdadeira intencionalidade didática por trás de cada um dos atos: uma didática muito bem pensada, com que através da qual se instruía o povo, sobre o significado das grandes vitórias de Roma sobre os povos estrangeiros. Pese embora, não podemos qualificar este tipo de eventos como Recriação Histórica, considerando, precisamente, a existência de um jogo ambíguo misturando a política, o entretenimento e a propaganda que este tipo de espaços como o anfiteatro romano, poderia proporcionar.

De qualquer maneira, a Recriação Histórica de carácter militar é uma das mais desenvolvidas na atualidade, precisamente devido à riqueza e fascínio, ao encanto dos seus elementos, à grande quantidade de opções de entretenimento que oferecem e devido à grande trajetória percorrida, quiçá a maior. Trata-se, sem dúvida, da mais antiga das correntes da Recriação Histórica.

### **Recriação Civil:**

A Recriação Histórica de carácter civil tem sido um elemento paralelo ao da recriação militar, na medida em que ambos os termos estão estreitamente relacionados. Nem todas as Recriações Históricas são de carácter bélico e, desse modo, podem-se encontrar magnificas recriações de factos históricos tão singulares como a assinatura de tratados, casamentos, cortejos fúnebres, cenas da vida quotidiana, etc.

Grande parte da Recriação Histórica vinculou-se especialmente ao artesanato e à gastronomia. A reconstrução e divulgação dos processos de fabrico de determinados produtos, deram lugar a uma extraordinária fonte de recursos para muitos centros de interpretação ou de divulgação, em que o modo de fabricar um produto mediante as ferramentas e as ferramentas mentais de outros tempos, têm suposto uma atração indispensável.

Desde o modo de fazer o pão, até ao fabrico de ferramentas de aço ou de madeira, o artesanato sempre foi um dos pilares das Recriações Históricas de carácter civil, a par da componente gastronómica.

### **As Épocas:**

Ao longo deste texto fomos fazendo referências a diversos acontecimentos e factos históricos, que ocorreram desde que o homem tem memória de si mesmo até nossos dias. E esta, é precisamente, outra das facetas da Recriação Histórica: a multiplicidade das épocas.

Atualmente, por toda Europa e também em Portugal, a Recriação Histórica persegue fins divulgativos em praticamente todas as épocas históricas conhecidas. Podemos encontrar projetos centrados na Antiga Roma (Bracara Romana), mas especialmente centrados na Idade Média (Santa Maria da Feira, Óbidos, Castro Marim, Silves, Torres Novas, Coimbra), Idade Moderna (Bicentenário Invasões Francesa), Contemporânea (25 de abril), entre outras.

### **Impacto cultural e didático, aplicação:**

O impacto cultural da Recriação Histórica, é um dos seus elementos mais valiosos. Esta atividade apresenta uma forma e um conjunto de elementos que a fazem totalmente atrativa para o público e que, através dela, pode-se introduzir de forma plena numa realidade material totalmente distinta. Todavia existe quatro eixos de interesse ou de utilidade: a divulgação, o impacto mediático, a dinamização do património e os “eventos”:

A divulgação, eixo central da Recriação Histórica, é a sua ferramenta mais útil e a forma mais prática e simples de aproximar a História do Público. Neste ponto, poderemos encontrar uma atividade que, como acabamos de assinalar, oferece enormes possibilidades de Ensino.

É sobejamente conhecido, que a leitura de manuais especializados não se encontra ao alcance da grande maioria da população, questão que, também sendo natural é totalmente lógica, poderemos encontrar na Recriação Histórica uma alternativa aos problemas clássicos dos mesmos, vislumbrando o problema da “Qualidade Versus Quantidade”.

Uma das grandes virtudes da Recriação, é que a mesma permite às pessoas mudarem de tempo e de lugar para conhecer, em muitas ocasiões até ao ínfimo detalhe, a realidade de outras épocas.

A aliança com os meios de comunicação e o cinema poderá trazer resultados surpreendentes. A possibilidade de uma pessoa poder ver, tocar ou inclusive vestir roupas de outras épocas, ou tendo materialmente nas mãos, apresenta um valor didático que supera de longe qualquer explicação escrita, representação iconográfica ou inclusive uma exposição fotográfica, na perspetiva de que uma imagem vale mais do que mil palavras.

Esse valor é intrínseco à atividade e sua característica mais representativa. Naturalmente, as aplicações são infinitas: desde uma possível palestra para alunos de ensino secundário, até uma demonstração pública ou a um Seminário na Universidade.

### **Meios de Comunicação:**

A contribuição da Recriação Histórica para com os meios de comunicação e outros meios de ampla difusão, como o cinema ou a internet, é extremamente

valiosa, de tal maneira que tem servido em mais do que uma ocasião para que os participantes de diversos projetos de Recriação Histórica, colaborem em diversas produções.

Citando o caso emblemático de 1066, um filme britânico dirigido pela BBC, no qual diversos participantes e colaboradores integravam diferentes projetos de Recriação Histórica, dando lugar a um resultado excepcional em que a qualidade visual e o rigor histórico, acompanhado por explicações, referências às fontes e apoio narrativo, é simplesmente, extraordinário, devido ao apoio das comunidades universitária e recriacionista.

A Universidade, outorgando os mais altos níveis científicos, sendo líder da investigação, contribui com um rigor elevadíssimo e documentação criteriosa e a Recriação Histórica, por outro lado, tem a capacidade de traduzir estes elementos, construindo um produto turístico com interesse cultural e atrativo. E isto, sem necessidade de renunciar à qualidade científica.

#### **Dinamização do Património:**

Um outro eixo para que a Recriação Histórica tenha uma utilidade realmente interessante e de grande proveito para a sociedade e comunidade científica actual, é precisamente, a revalorização e dinamização do património histórico.

Em Portugal existem centenas de edifícios e elementos do património que se encontram condenados, pelo que a Recriação Histórica, oferece a possibilidade de devolver à comunidade onde se encontram determinadas edificações históricas que, de outro modo, continuariam no esquecimento sem oferecer ao público nada que não implicasse, em certas ocasiões, uma renúncia à qualidade com produtos de baixa qualidade, pelos quais muitas pessoas não teriam qualquer interesse.

Dito de outra forma: uma instituição pode organizar um concerto num castelo, atraindo as pessoas para o concerto; ou organizar uma Recriação Histórica da vida quotidiana do castelo, conseguindo assim que o referido castelo adquira protagonismo.

A possibilidade de uma pessoa visitar uma sala ou uma construção reabilitada e reconstruída, em parte, com os aspetos originais é uma ferramenta tão útil e de tão eficaz capacidade didáctica que, como no caso anterior, dificilmente superada por uma palestra ou uma qualquer exposição fotográfica.

Toda esta capacidade didática e de atração, só é comparável, e não necessariamente, com as atuais e magníficas reconstruções em 3D dos lugares mais remotamente documentados. Portanto, a Recriação Histórica permite devolver a vida ao património, renovar o interesse da população por edifícios, dos quais possuem um conhecimento reduzido ou mesmo um elevado desconhecimento e, ao mesmo tempo, garantir uma oferta cultural e de alto conteúdo científico que atrai público, complementando o património e não passando acima dele.

## **Eventos**

Num último eixo de aplicação desta atividade, a Recriação Histórica, relaciona-se com os eventos. Tratam-se de encontros em que uma dúzia ou milhares de recriacionistas delimitam um espaço para o desenvolvimento das suas atividades.

Trata-se também de um elemento turístico de grande interesse que ajuda a incrementar a atividade económica da zona, não só mediante a atração de um grande número de visitantes, mas também da criação de determinadas empresas que se relacionam diretamente ou indiretamente com o setor, como acontece em Santa Maria da Feira.

Relacionado com isto, temos assistido nos últimos anos a uma multiplicação de empresas totalmente vocacionadas para a Recriação Histórica, desde roupa, armas, adereços, calçado e outras peças que não estão ao alcance, geralmente, dos meios financeiros da maior parte dos projetos de recriação Histórica.

Por estas razões a recriação histórica é um instrumento de grande valor não só para a atração turística, mas também para a estimulação de um sector, histórico-cultural, que vê renascer as suas possibilidades, graças ao impulso de uma atividade científica como esta, especialmente souber articular os seus melhores elementos.

A Recriação Histórica constitui-se cada vez mais nos dias de hoje numa ferramenta dos historiadores, dos apaixonados pela História e de muitas outras pessoas, com os mais diversos interesses e motivações, permitindo aproximar a História daqueles que por qualquer razão nunca se sentiram atraídos, ou porque simplesmente a desconhecem, e pior ainda quando todos sentimos a dramática distância entre os programas ensinados às crianças e aos jovens (ou mesmo aos adultos, na universidade) e os seus reais interesses, as suas curiosidades, quando

sentimos que andamos a ensinar mal ou, pelo menos, deficientemente, com métodos envelhecidos, matérias cuja utilidade os alunos raramente descortinam, esta aposta na tentativa de recriação do quotidiano medieval, no lúdico, na música, no apelo à imaginação, vale ouro!

Pese os perigos de um documentação incorreta ou inclusivamente a falsificação deste método recriacionista (documentação, reconstrução, divulgação) que tem dado lugar por vezes a péssimas recriações, com grupos mal preparados para uma recriação séria, com erros e equívocos, o certo é que a força e a capacidade didática de instrumentos como esta atividade não escapam da atenção da maioria das pessoas, que vêm nela uma cada vez mais atrativa e interessante oferta tanto de divulgação como de dinamização do turismo, do património e do lazer cultural.

Nesse sentido, as universidades e outros grupos de investigação vão tomando nota e analisando as propostas das ditas atividades. Hoje podemos dizer inclusivamente que já existem bases para a realização de colóquios científicos e de congressos destinados a orientar e a impulsionar as capacidades deste fenómeno. Tudo isso, com o fim de não caíam no esquecimento ou desvirtuem os seus conteúdos científicos por outros menos ajustados aos objetivos originais do chamado Re-enactement europeu.

### **1.5. Conteúdo e estrutura da investigação**

Os esforços da investigação sociológica no turismo de Latiesa (2003:86-90) no seu trabalho sobre a metodologia da investigação social para o turismo, no qual se verifica a distinção de um esquema de um projeto de investigação e a sua avaliação na investigação. O primeiro é estático e descreve em que vai consistir a investigação, permitindo pensar todas as fases em que se vai desenrolar, e o segundo é dinâmico, procedendo à sua realização. Por conseguinte, ambos têm epígrafes similares: objetivos, seleção de técnicas de recolha de informação, análise etc. a diferença consiste em que o projeto assinala o que vai consistir a investigação, e o processo leva a cabo todas as fases da investigação.

De facto, a investigação empírica encontra na sociologia um método, uma metodologia e técnicas de indagação para explicar os acontecimentos sociais, e no

nosso caso, os fenômenos socioculturais da sociedade do destino turístico. Assim, e em termos de uma aproximação mínima a este campo da prática da sociologia empírica, temos especialistas como Mayntz, Holm e Hübner (1975:35) que resumem em cinco pontos o processo de investigação:

Preparação teórica: preformação concetual dos objetos e formulação dos problemas a investigar.

Elaboração de um plano e dos instrumentos de investigação: desenho da investigação, dos instrumentos e técnicas de avaliação, com a inclusão de operacionalização dos conceitos centrais, definição das amostras, construção de instrumentos – escalas, índices, questionários, etc.

Execução: reunião do material.

Avaliação: ordenação e análises de dados, tentar responder as perguntas do inquérito.

Conclusões teóricas: estabelecimento do âmbito da validade dos enunciados obtidos, neste caso a sua generalização, indicação de relação com a teoria existente

De maneira paralela e muito mais concreta os professores Light, Keller e Calhou (1992:29) expõem os sete passos existentes no processo do modelo de investigação:

Definição do problema: seleção de um tema para investigar e definição de conceitos chave.

Revisão da bibliografia: familiarização com a teoria e investigação existente sobre o tema.

Formação de hipóteses: definição da relação entre as variáveis mensuráveis de maneira que as hipóteses possam ser medidas e comprovadas.

Seleção de um desenho de investigação: seleção de um método para o estudo: experiencia; pesquisa, observação de campo, ou o enfoque histórico.

Recolha de dados: recolher a informação que vá demonstrar as hipóteses.

Análise de dados: trabalhar e examinar os dados para compreender as hipóteses.

Conclusões: resumo dos resultados do estudo, indicação do seu significado, relação daquilo que foi encontrado com as teorias e investigações existentes, e identificação do problema para as futuras investigações.

Todo isto supõe passos graduais, para saber o que está a acontecer nas sociedades e, mais concretamente, naquele problema que definimos a priori para indagar. A revisão da literatura é fundamental, para nos familiarizarmos com a teoria existente sobre o tema de estudo selecionado. Depois formulam-se as hipóteses que surgem da lógica de todo o conhecimento existente e que necessita de ser verificado, estruturam-se afirmações equivalentes a propostas que confirmem a relação entre determinados factos, em que a referida afirmação se pretende que seja colocada à prova empiricamente, para ser verificada e aceite ou então rejeitada.

Define-se que a “hipótese científica” deriva de um sistema teórico e de resultados das investigações prévias. A formulação clara de uma hipótese possuindo significado teórico e que se encontra relacionada com as investigações, tornar-se-á crucial para que uma investigação se encontre bem desenhada (Theodorson, G. A. & Theodorson, A. G. 1978:141). Definitivamente, as hipóteses contêm duas ou mais variáveis que coincidem com outras, ou que estão de alguma maneira relacionadas. Continuando, seleciona-se um método para estudar o fenómeno social – fenómenos socioculturais – o tema selecionado ou acontecimento da vida quotidiana que pretendemos analisar

Mais concretamente, na metodologia da investigação social para o Turismo, a especialista Latiesa (Ibidem, 2003:92), situa-se nestas diretrizes, introduzindo nove pontos específicos, a saber:

Redação escrita do projeto, orçamento e programa.

Planeamento e delimitação do problema, revisão bibliográfica: livros, artigos, estudos e fontes de investigação.

Elaboração dos objetivos gerais e específicos, temas e problemas a estudar.

Formulação de conceitos, definições operacionais e hipóteses.

Eleição do tipo apropriado de desenho.

Cobertura da investigação: população e amostra.

Seleção de técnicas de recolha/produção de dados.

Determinação das técnicas de análises de dados.

Recolha de dados. Trabalho de campo

Análise de dados.

Interpretação dos resultados.

Elaboração das conclusões/redação da informação final.

Assim encaixamos o projeto de investigação com o processo de investigação, de acordo com o objeto que se queira indagar. De maneira que esta estrutura metodológica selecione as dimensões do estudo, na interação entre as sociedades de origem e de destino.

Selecionamos, portanto, as populações de visitantes, residentes, anfitriões e nativos, e imagens de destino turístico, assim como a situação socioeconómica do país e a população, as características culturais, sociais, religiosas, o património artístico e cultural, o ambiente circundante, e as situações do turismo, do ócio segundo os impactos positivos ou negativos. Será conveniente diferenciar o âmbito geral ou macrossociológico do estudo, do âmbito concreto ou macrossociológico, com o objetivo de estudá-los separadamente ou em conjunto. Continuando, especificam-se as áreas de estudo em relação a um determinado problema, um acontecimento ou num objeto de máximo interesse dentro da investigação do turismo ou do ócio. Na especificação da área (demografia, social, económica, patrimonial e ambiental), podem-se combinar também todas as outras áreas que intervenham em consequência da investigação. Por exemplo, na área da demografia, que inclui as populações a serem estudadas, devemos de ter em linha de conta a situação económica, os recursos culturais, sociais e religiosos mais pertinentes.

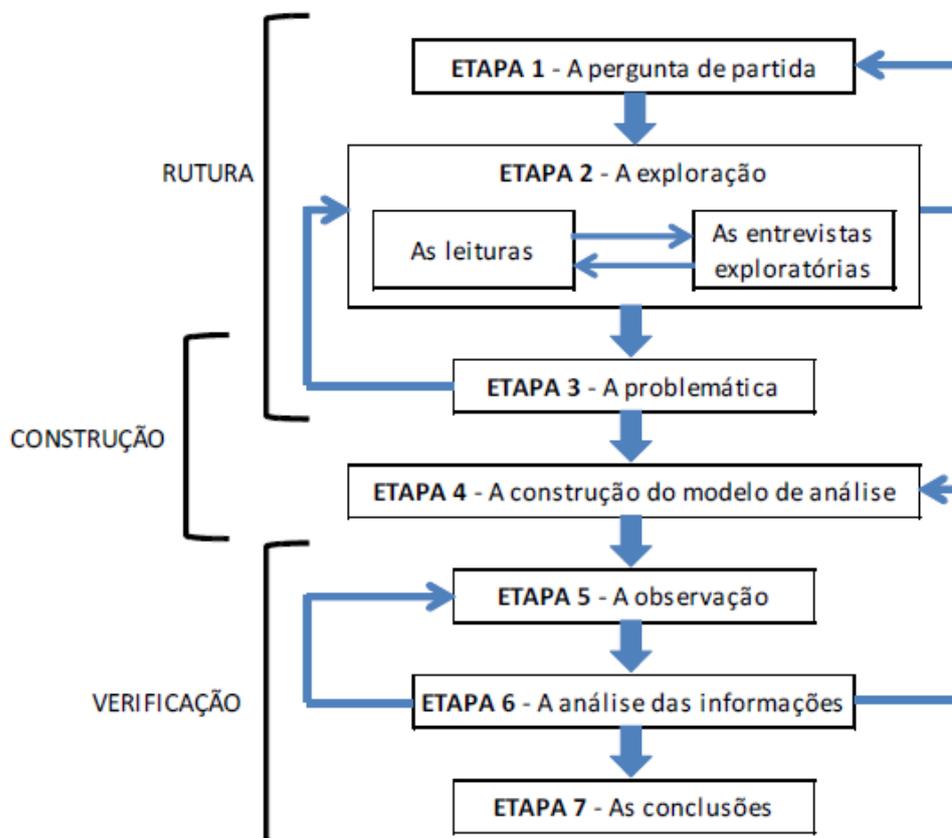
Finalmente, e continuando com as fases desenhadas pelo projeto de investigação, e se levam à prática no processo de investigação para a procura da informação necessária, a análise de dados recolhidos, a execução de um relatório dos resultados, que encerrará todo o processo de estudo e análise. Uma vez concluído o relatório dos resultados, teremos de efetuar a planificação, o desenvolvimento do turismo e do ócio, a observação prévia para a elaboração do referido planeamento e desenvolvimento.

De acordo com Quivy e Campenhoudt (2008), um procedimento científico consiste num caminho a percorrer no sentido de um determinado objetivo, assente na descrição dos princípios fundamentais a pôr em prática e onde os métodos a utilizar se assumem como guião das formalizações particulares desse mesmo procedimento.

Os autores identificam claramente três atos do procedimento científico fundamentais e interligados, a Rutura, que rompe com juízos prévios ou ideias

preconcebidas; a Construção, que estrutura um marco teórico de referência, a partir de uma representação prévia, que explica a lógica básica do fenómeno e a Verificação, que indagar as propostas mediante os factos.

Estes atos não são independentes e integram ainda um conjunto sucessivo de operações estruturadas em sete etapas flexíveis, permitindo articulação, interação e feedback entre elas (Figura 1).



**Figura 1: Etapas de procedimento científico, segundo Quivy e Campenhoudt**

Fonte de dados: Adaptação de Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). Manual de investigação em ciências sociais. Lisboa: Gradiva in Jorge Marques (2014)

As três fases referidas, são consideradas fundamentais para qualquer investigador e nesse sentido é importante a Etapa 1 - Pergunta de partida, que deverá de ter os seguintes critérios para ser um boa Pergunta Inicial: Clareza, Viabilidade e Pertinência, e que seja realista, permitindo também várias respostas à questão.

A Etapa 2- Exploração: aqui procede-se às leituras exploratórias, entrevistas exploratórias bem como a utilização de métodos complementares observação

(participante ou não participante) / análise de documentação que poderá permitir a identificação dos temas e ideias relacionados com a pergunta inicial., refletindo sobre essas leituras, poderá haver lugar a uma discussão de pontos de vista

No final da Etapa Exploratória, o investigador poderá reformular a pergunta de partida, considerando se a mesma traduz ou não a intenção desejada e se serve de fio condutor para o trabalho?

Etapa 3 – Problemática. Esta fase refere-se à maneira em que o problema vai ser analisado, porque é fundamental neste momento especificar, colocar uma problemática e esclarecer o problema, tendo presente que é importante definir bem o assunto do trabalho, verificar as diferentes abordagens do problema, escolher a perspetiva sobre a qual se vai analisar o assunto (enfoques e relações). Nesta fase, devemos de verificar quais foram as que investigações anteriores que abordaram a problemática, que problemas conceptuais e metodológicos encontraram. Por outro lado, devem de ser seleccionados os conceitos e ideias-chave para explicitar a problemática, formular perguntas e escolher quais as leituras complementares e onde encontrá-las.

Etapa 4 – Construção do Modelo de Análise. Esta etapa articula a formulação do problema com a análise da informação: trata-se de se operacionalizar as ideias primárias obtidas na primeira etapa da pesquisa, em com os conceitos apropriados para o trabalho sistemático de compilação, observação e análise de dados bem como proposta de hipóteses, que na sua formulação, serão passíveis de resposta à Pergunta Inicial, relacionando os conceitos e os fenómenos.

esta etapa tem carácter provisório pois requer verificação, apesar de orientar e facilitar a seleção de dados, no entanto é falível.

Etapa 5- Observação. Nesta fase são confrontados o modelo de análise e os dados observáveis, sendo que o método a ser usado neste momento, depende sempre das hipóteses formuladas bem com o tipo de informações que se pretendem que se recolher, para a sistematização dos dados mais importantes, ou seja a pergunta que se colocou vai dar a informação e o grau de precisão que se requer para fase seguinte e para que serve a informação e como se mede e relaciona com o resto.

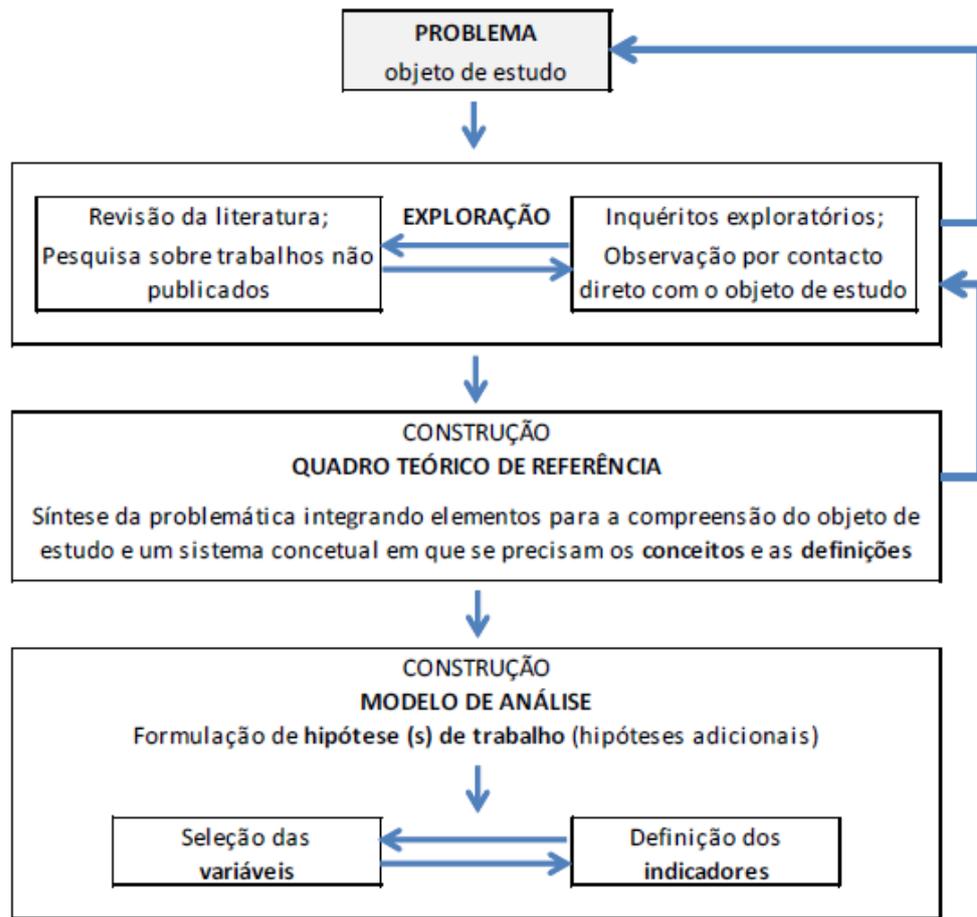
Nesta fase, a população é entendida como a totalidade de elementos ou de “unidades “constitutivas do conjunto considerado, podendo ser de qualquer

natureza, existindo assim três possibilidades: estudar a totalidade da população; estudar uma mostra representativa da população ou estudar os componentes estritamente representativos, no entanto representativos da população, através da observação direta (participante ou não participante) e observação indireta (entrevista ou questionário). Neste momento temos de considerar 3 etapas: conceber o instrumento de observação, testar o instrumento de observação e a recolha de dados.

Etapa 6: Análise da informação. A informação recolhida na fase anterior é tratada, para permitir a comparação dos resultados observados com os resultados esperados, a partir das hipóteses que foram formuladas, utilizando a análise estatística dos dados e análise do conteúdo.

Etapa 7 ou seja a última etapa temos as Conclusões, onde são apresentados os Contributos do objeto de análise e conhecimentos teóricos, bem como propostas práticas. (Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008).

Pardal e Lopes (2011) consideram que a investigação social baseia-se num modelo de análise construído com referência ao método selecionado. O método consiste num plano orientador de trabalho, que reúne um conjunto de operações, situadas a diferentes níveis, com vista a conseguir atingir os objetivos determinados. Deverá obedecer a um sistema de normas, e tornar possível a escolha e articulação das técnicas adequadas de modo a desenvolver o processo de verificação empírica. Deste modo, o método refere-se ao corpo orientador da investigação enquanto a técnica se refere ao instrumento para a realização do mesmo. A construção do método segue um procedimento metodológico, no qual se inserem os elementos básicos do método científico, nomeadamente os conceitos, as hipóteses, as variáveis e os indicadores, estruturando-se em quatro etapas (Figura 2) e englobando algumas das características do modelo proposto por Quivy e Campenhoudt (2008). Marques (2014:39)



**Figura 2: Etapas de procedimento científico, segundo Pardal Lopes**  
 Fonte de dados: Adaptado de Pardal Lopes, 2011 in Jorge Marques, 2014

De acordo com a OMT (2001), a investigação em turismo consiste na formulação de perguntas, na recolha sistemática de informação para responder a essas perguntas e na organização e análise de dados com vista a obter padrões de comportamento, relações e tendências que permitam a compreensão do sistema, a tomada de decisões ou a construção de previsões a partir de vários cenários alternativos do futuro. Neste sentido, o processo de investigação envolve um conjunto de métodos empírico-experimentais, procedimentos, técnicas e estratégias para se obter um conhecimento científico, técnico e prático dos factos e realidades do setor turístico. Embora, admitindo que dentro de um modelo geral de investigação, poderão existir diferentes formas de abordar os processos de investigação, a OMT (2001) sugere a sequência de etapas do procedimento de investimento, segundo a Organização Mundial de Turismo, apresentadas em seguida. (Marques, 2014:40):

## **Etapa 1: Planeamento e justificação do problema**

Reconhecimento dos factos e ideias da investigação

Identificação e formulação do problema

Construção de hipóteses

Definição de objetivos

Estratégias de investigação

Planificação dos tempos de execução, natureza dos resultados que se pretende obter

Custo da investigação

Habilidades e experiência dos investigadores

## **Etapa 2. Construção do modelo de análise**

Revisão da literatura, levantamento de hipóteses e definição de variáveis

Seleção do processo de investigação

**Etapa 3. Determinação da população objeto de estudo e da amostra**  
correspondente

Seleção e desenho da amostra, processo de amostragem e tamanho da amostra.

Elaboração de questionários

## **Etapa 4. Codificação e obtenção dos dados**

Elaboração de instrumentos de análise e obtenção das estatísticas descritivas.

Análise dos dados

## **Etapa 5. Análise dos resultados**

Elaboração e apresentação dos resultados

## **Etapa 6. Aplicação da investigação para os fins propostos**

Assim, passamos a descrever sucintamente a aplicação do inquérito por questionário junto dos residentes, participantes e visitante da Viagem Medieval, com base em matriz de recolha em pontos específicos da Viagem Medieval. O Inquérito face-to-face com seleção aleatória supervisão e validação in loco. Neste sentido, foram efetuados inquéritos por questionário a visitantes (384), a participantes (278) e a residentes 383), com a relação da dimensão da população com a amostra (tabela a 95 %) e o erro aceite em desvio-padrão é de 0, 1). A data da aplicação de inquéritos foi entre 29 de julho a 9 de agosto de 2015 e 27 de julho a 7 de agosto – 2016.

As respostas foram preenchidas nos respetivos formulários o que possibilitou a recolha de alguns dados já agrupados da forma pretendida, utilizado o software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) V. 25.0 de modo a aferir as respostas com frequências válidas e percentagens válidas.

No entanto, optámos também pela utilização do software Microsoft Office Excel 2007, para o tratamento da maior parte dos dados devido à necessidade de agrupar e contabilizar as respostas de acordo com o número de vezes que cada uma dessas respostas foi mencionada (utilizando a percentagem de entidades que deram a mesma resposta) e de modo a facilitar a análise das respostas obtidas.

A presente dissertação conta com seis capítulos principais:

O capítulo 1 é a Introdução, na qual se pode averiguar os temas que fazem parte desta investigação, os objetivos que se pretendem atingir, o plano do documento, onde estão explicitados os diversos tópicos a abordar e por fim, as metodologias utilizadas nas diversas fases de execução do documento.

O Capítulo 2 – Sector Turístico – surge como uma breve introdução a um dos temas centrais da investigação, o Turismo. É feita uma contextualização da importância da atividade turística à escala nacional e internacional, que inclui a apresentação de alguns dados estatísticos. Depois de afirmada a importância deste setor, serão exploradas duas das tendências que têm sido desenvolvidas nas últimas décadas, por um lado a teoria do Novo Turismo, elaborada por Auliana Poon e por outro lado, a teoria mais recente, que remete para o Turismo Criativo, desenvolvida por vários autores, sendo Greg Richards o pioneiro.

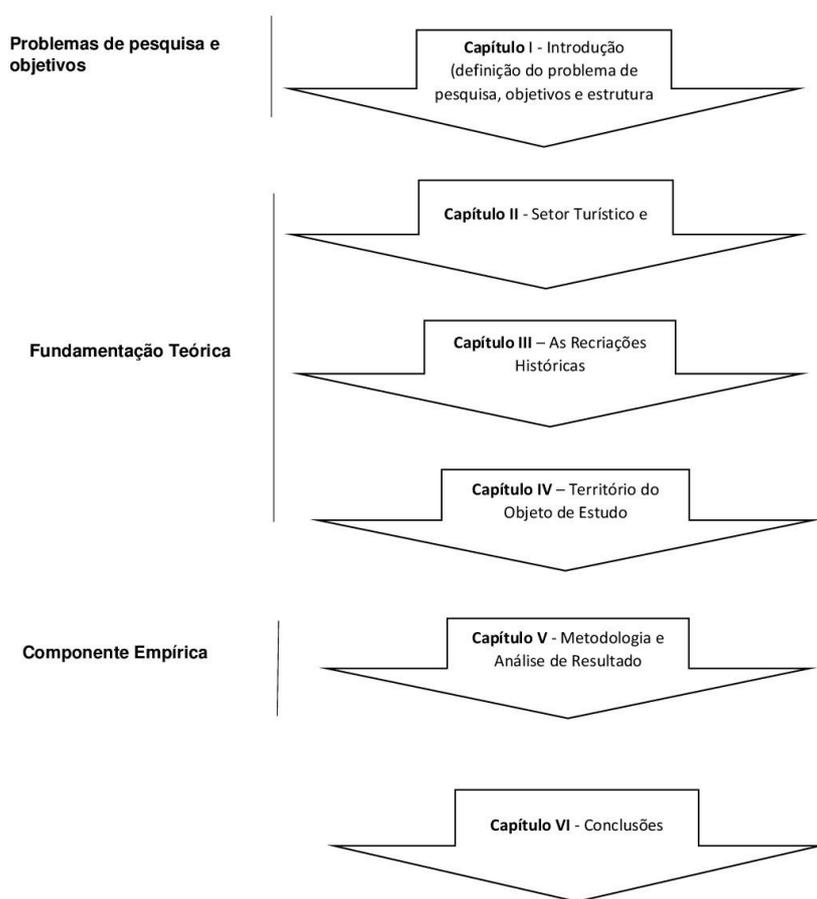
No Capítulo 3 referente à Revisão da Literatura, sobre as Recriações Históricas, no Mundo, em Portugal, na Terra em Santa Maria e no território objeto de

estudo bem como o Turismo, e que no âmbito desta investigação se combinam e cuja análise é fundamental para o estudo.

O Capítulo 4 aborda o território do objeto de estudo na sua vertente histórica, geográfica, cultural, económica e social.

O Capítulo 5 foca as questões da Metodologia, formulação de hipóteses, metodologia de investigação e trabalho de campo.

O Capítulo 6, apresenta-nos as conclusões da investigação e pistas para o futuro deste tipo de eventos.



**Figura 3: Estrutura da atual dissertação**

Fonte de dados: elaboração de Roberto Carlos Reis



## **CAPÍTULO 2. SECTOR TURÍSTICO**

### **2.1 Introdução - As origens do Turismo**

Alguns investigadores sublinham que um dos marcos iniciais do turismo na Antiguidade foi a viagem da rainha de Sabá, que no século X a.C. deixou o seu palácio no sudoeste da Arábia para visitar o Rei Salomão, em Jerusalém, no entanto Amaral Júnior (2008) e Fratucci (2008) são os investigadores que recuam mais no tempo quando abordam as origens do turismo, colocando o início origem no Antigo Egito e nos impérios Grego e Romano. “[...] há 5.000 anos, os Egípcios organizaram e conduziram as primeiras cruzadas. Provavelmente, a primeira viagem com propósitos de paz e turismo tenha sido feita pela Rainha Hatshepsut indo para as terras de Punt, ao norte da África, em 1480 a.C. Registros desta viagem estão gravadas nas paredes do Templo de Deit El Bahari em Luxor. Mas foi o grego Pausanias quem escreveu, entre 160 e 180 d.C., o “Guidebook of Greece” que talvez seja o único registro sobre um guia de viagens remanescente daquela época”. (Amaral Júnior: 2008:34-35).

O mesmo autor (2012), salienta ainda que logo após a construção das pirâmides do Antigo Egito (por volta de 2700 A.C.), as mesmas já atraíam visitantes, por motivos religiosos ou simplesmente por curiosidade. Em 1800 a.C. os Egípcios já se deslocavam para participar em eventos festivos, que eram feitas por caminhos simples, mas que de alguma forma originaram as primeiras estradas entre as cidades da Mesopotâmia. Amaral Dias salienta ainda que para além da utilização das estradas, as deslocações marítimas ou fluviais foram importantes para estes povos da Antiguidade, principalmente por motivos comerciais.

Contudo a realização das primeiras olimpíadas na Grécia Antiga, foram outra causa de deslocações importantes, porque eram consideradas grandes eventos para este poderoso império, duravam dias, e atraíam milhares de pessoas.

No século VII a.C., estes eventos desportivos realizados de quatro em quatro anos na cidade-estado de Olímpia atraíam não apenas atletas como também espectadores (filósofos e poetas, comerciantes, músicos, atores, bailarinos e atletas.) Os Jogos Olímpicos motivaram assim as primeiras viagens de lazer, que se tornaram importantes, permitindo o estabelecimento de trégua nas guerras para

salvaguardar os viajantes. Todos os locais do trajeto, e não apenas Olímpia, adaptaram-se e criaram estruturas de alojamento, alimentação e transporte para esses primeiros turistas (Cezar, 2013). Juntamente com o evento desenvolveu-se uma intensa atividade comercial relacionada com a venda de alimentos, de vinho e de recordações locais.

Contudo, no mundo helênico, não havia apenas viagens motivadas pela cultura, negócios ou desporto, as deslocções de um elevado número de pessoas aconteciam também por questões religiosas, tendo especialmente como destino Delfos, onde se situava o oráculo sagrado de Apolo. (Amaral Júnior, 2008. 36).

Poderemos sublinhar que foi na Antiga Grécia que o Turismo começou a tomar forma em termos de atividade económica.

Fratucci (2008) também refere que no Império Romano houve deslocação de pessoas que procuravam tratamentos termais, e os eventos de espetáculos circenses e de lutas. Estes eventos eram uma forma de entretenimento do público. O autor defende que, provavelmente as viagens por motivos de lazer tiveram suas origens entre os antigos romanos.

“Eles demonstravam, inclusive, preocupação com alguns elementos básicos para a concretização das viagens de lazer e descanso: estradas calçadas, sistema de comunicação e segurança e tinham consciência da existência de períodos de tempo livre [...] para alguns súditos do Império, que precisavam ser preenchidos com atividades saudáveis e prazerosas”. (Fratucci, 2008, p. 31).

A expansão do Império Romano trouxe ainda mais motivos para viajar, porque as conquistas territoriais fizeram surgir uma enorme atividade comercial, originando também viagens de lazer, em que não faltavam atrações como os tão apreciados espetáculos circenses e as lutas de gladiadores, reforçado a opinião de Rui Badaró em “O direito do Turismo através da história e sua evolução”, que os romanos, contribuíram de forma significativa para o Turismo. “Os romanos podem ser considerados os primeiros a viajar por prazer. As diversas pesquisas científicas (análise de azulejos, placas, vasos e mapas) demonstram que os romanos iam à praia e a centros de rejuvenescimento e tratamento do corpo, procurando sempre o divertimento e o relaxamento (Badaró, 2005)”.

A intensa atividade comercial e as movimentações militares ocorridas no Império Romano, deram origem não apenas ao hábito das viagens de lazer como

também às próprias palavras que passaram a designar essa nova atividade humana, uma vez que a palavra francesa *tour*, raiz do atual conceito de turismo, provém do substantivo latino *tornus* (“volta”) ou do verbo *tornare* (“voltar”).

O termo francês *Tourisme* (1643) disseminou-se nos diversos idiomas, como se vê no vocábulo inglês *Tourism* (1811). Na própria etimologia da palavra “Turismo” está refletida a evolução da atividade e o seu primeiro registro em português apareceu no século XX, já designava bem mais do que “uma viagem de ida e volta” (Cunha 1982).

Bursztyn (2005) aborda outro marco na origem das viagens, as peregrinações, uma vez que nos primeiros séculos do Cristianismo um elevado número de pessoas deslocava-se para Roma, ara Jerusalém e posteriormente, já no final do primeiro milénio, para Santiago de Compostela. Os islâmicos viajavam para Meca, uma vez e de acordo com os princípios da religião Islâmica, cada seguidor deve fazer pelo menos uma vez na vida uma peregrinação à Meca, a cidade sagrada. Os hindus e budistas realizavam também peregrinações no continente asiático.

Amaral Júnior (2008), considera que após o início dos Descobrimentos, e especialmente no período compreendido entre o século XV e XVIII, as viagens marítimas intercontinentais, de longa distância, passaram a serem consideráveis. O autor refere que, para além do principal propósito das viagens (interesses económicos) outro dos motivos foi o contacto com outros povos e o conhecimento de novos lugares. Foi neste período que Marco Pólo fez as suas viagens à China, Vasco da Gama à Índia, Cristóvão Colombo à América e Pedro Álvares Cabral ao Brasil e que estes grandes marcos na História Universal estão, de certa forma, ligados ao atual turismo de aventura.

Com o dealbar da epopeia dos Descobrimentos, o Renascimento nascido no século XIV floresceu como um período de intensa produção artística e científica na Europa e viajar passou a ser uma ambição cultural, uma oportunidade para acumular conhecimentos, aprender línguas e desfrutar aventuras. Até então, a atividade turística era algo para jovens, na sua maioria acompanhados de professores ou religiosos (Badaró, 2013). Eram viagens realizadas principalmente pela nobreza masculina e pelo clero. Na Europa, durante o século XVI, alguns países destacavam-se como centros de produção cultural.

Florença e Roma despontaram como destinos culturais, desencadeando na sociedade inglesa, por exemplo, uma verdadeira “febre italiana”. Os nobres que não conhecessem a Itália sentiam-se inferiores, formando-se inclusive clubes reservados àqueles que já tivessem viajado às capitais do Renascimento (Badaró 2013).

O grande impulso surgiu, porém, nas últimas décadas do século XVIII, aquando do surgimento na Europa do Romantismo, que se constituía num movimento artístico e filosófico, caracterizado por uma visão do mundo centrada no indivíduo, na subjetividade e na emoção. Neste período, o Turismo tornou-se também “romântico”. A obra de Jean Jacques Rousseau, *La Nouvelle Héloïse* surgiu na sequência da sua viagem a pé pela França em 1776 e dos seus relatos de viagem, consagrando-o como o “primeiro turista do Romantismo”.

Curiosamente o primeiro a organizar viagens, de acordo com Bringhenti (2007, p. 28) foi “[...] Bernardo de Abreu – [que] fundou a Agência Abreu, em 1840, em Portugal, comercializava passagens de comboio e de navio, inclusive para a América do Sul”. Esta informação relacionada com o pioneirismo de Bernardo de Abreu, é destacada por Amaral Júnior (2008). Contudo para autores como Pires, o grande nome do turismo moderno foi Thomas Cook, adquirindo relevância a partir de 1841.

“Este inglês, ao que parece, começou suas atividades de uma forma bastante curiosa. Missionário e agente de uma Associação Batista, para assegurar o êxito de um congresso antialcoólico em Leicester, arrendou um trem para transportar 570 pessoas em uma viagem de 22 milhas entre Leicester e Loughborough. Embora não pretendesse nenhum benefício financeiro com esta primeira experiência de viagem coletiva organizada, cedo percebeu seu potencial económico, pois em 1845 iniciou suas atividades em tempo integral como organizador de excursões, preparando nesse ano, uma excursão de Leicester ao porto de Liverpool, cuja novidade era um *Handbook of the trip*, que constituiu [...] o primeiro itinerário descritivo de viagem de forma profissional, especialmente para o uso dos turistas”. (Pires, 2002, p. 17-18).

Catorze anos depois, os negócios de Cook haviam prosperado e as suas viagens passaram a envolver transporte, hospedagem, alimentação e serviços de guia, ampliando as suas atividades em cidades de outros países da Europa como na França, Bélgica, Alemanha, Suíça e Itália e posteriormente também nos Estados Unidos.

## **2.2. Epistemologia do turismo e Modelos teóricos aplicados ao turismo**

A Epistemologia do turismo é um assunto que só ganhou destaque nos estudos turísticos da década de 1990. Isto deve-se ao facto de os investigadores estarem focados, até então, nas questões práticas da atividade, tais como: gestão, planeamento e políticas públicas.

Apesar da epistemologia ter surgido da filosofia, a maioria dos filósofos não se interessa pelos estudos turísticos. Comic (1989:6), sublinha que o desinteresse da filosofia pelo assunto ocorre "porque esta deve-se preocupar com os mais profundos problemas, e o turismo poderia representar sua uma vulgarização e redução para uma pseudofilosofia".

Panosso Netto (2007), num trabalho realizado entre 1990 a 2007, sobre a produção bibliográfica sobre o turismo no Brasil, apresentou um conjunto de 453 livros publicados por 27 editoras brasileiras. 80% destes livros não passaram da 1.<sup>a</sup> edição. O autor concluiu que a partir de 2002, a edição de livros sobre turismo no país entrou em declínio, o que se justifica por uma série de fatores "que vão desde a diminuição da oferta de cursos superiores de turismo até ao pouco interesse pela leitura por parte dos académicos [...]".

Perante o exposto, percebe-se que a abordagem epistemológica do turismo não é fácil, pois requer pesquisas noutras áreas do conhecimento ligadas ao turismo, derivado da escassez de livros editados, conforme observou Panosso Netto (2007).

Acredita-se que a epistemologia do turismo consiste em saber quais são as características do conhecimento sobre o turismo, as suas fontes, a sua autenticidade e/ou validade, os seus limites, os seus conceitos, bem como, as categorias dos estudos de turismo como disciplina ou campo.

Sublinha-se que a epistemologia interpela os fundamentos teóricos e as questões básicas sobre o conhecimento do turismo.

Panosso Netto, no livro *Filosofia do Turismo - Teoria e Epistemologia* (2005), utiliza a epistemologia para perceber a construção do conhecimento do turismo. O autor defende que esta é uma importante ferramenta de pesquisa para colocar questões ao Setor.

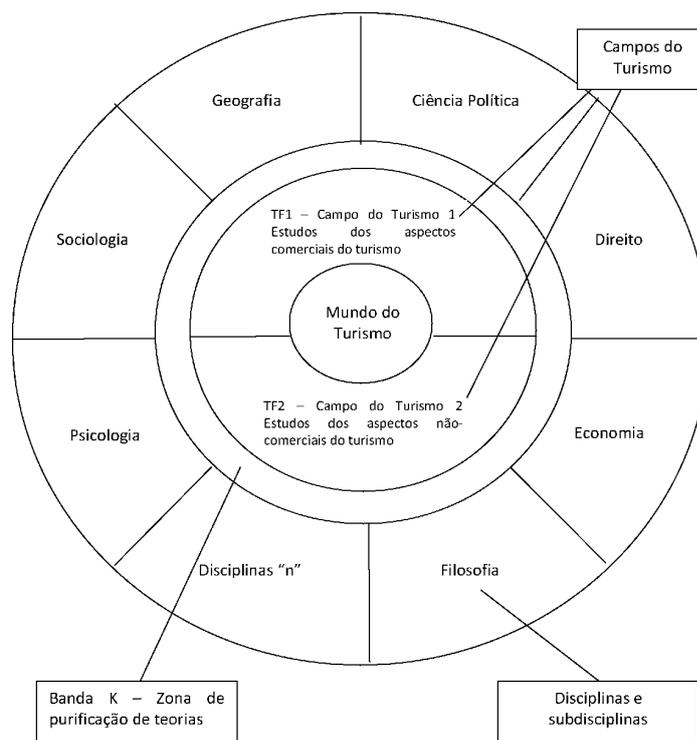
John Tribe (1997) refere que a epistemologia aplicada ao estudo do Turismo tem uma importância fundamental, uma vez que promove uma revisão sistemática do que é legítimo no conhecimento do turismo.

Para este autor, há dois tipos de saberes na área do turismo: o proposicional - que procura saber o que uma coisa é; e o processual - que procura saber como é que uma coisa se faz. Nesse sentido, essa compreensão do saber-fazer ultrapassa os limites do conhecimento empírico, proporcionando uma visão mais abrangente do impacto do turismo no espaço e na sociedade.

Tribe, ao analisar os conceitos de disciplina de vários autores, não está de acordo com a prerrogativa de que o Turismo seja uma disciplina, pois, esta caracteriza-se por ter conceito, método, estrutura lógica e objetivos próprios e únicos, o que não se observa no Turismo, cujos conceitos provêm de disciplinas específicas como a Geografia, a Sociologia, entre outras.

Para o autor, o Turismo é um fenómeno cujo estudo requer diversas abordagens, não se constituindo, portanto, numa disciplina, mas, em dois campos de estudos cujas abordagens não se excluem, ou seja, são complementares.

Para comprovar esta ideia o autor instituiu um modelo que pretende explicar a criação e o desenvolvimento do conhecimento em turismo, dividindo-o nesses dois campos, conforme ilustra a figura 4:



**Figura 4: Criação do conhecimento em turismo na perspectiva de John Tribe**  
Fonte de Dados: John Tribe

No campo Turismo 1, o conhecimento sobre o turismo está ligado aos seus aspectos comerciais, podendo ser produzido pelas empresas ligadas ao Setor, tais como as companhias aéreas, os meios de alojamento e as agências de viagens. No outro, denominado Campo do Turismo 2, o conhecimento sobre o turismo, para ser produzido, necessita de uma base conceitual adquirida através da ligação do turismo com outras disciplinas.

No círculo maior estão as disciplinas, que oferecem as ferramentas de abordagem do turismo, dando suporte teórico à construção da estruturação do fenómeno e dos seus fundamentos.

O círculo denominado "Banda K" refere-se à região em que ocorre a interface das disciplinas com os campos do turismo. É nesse espaço que a transdisciplinaridade do turismo se torna evidente.

“Caminha-se então para uma postura transdisciplinar, uma vez que o conhecimento é total. Transpõem-se os limites rígidos entre as disciplinas uma vez que a disciplinarização do setor empobrece a apreensão da totalidade [...]”. (Rodriguez, 2001, p.15).

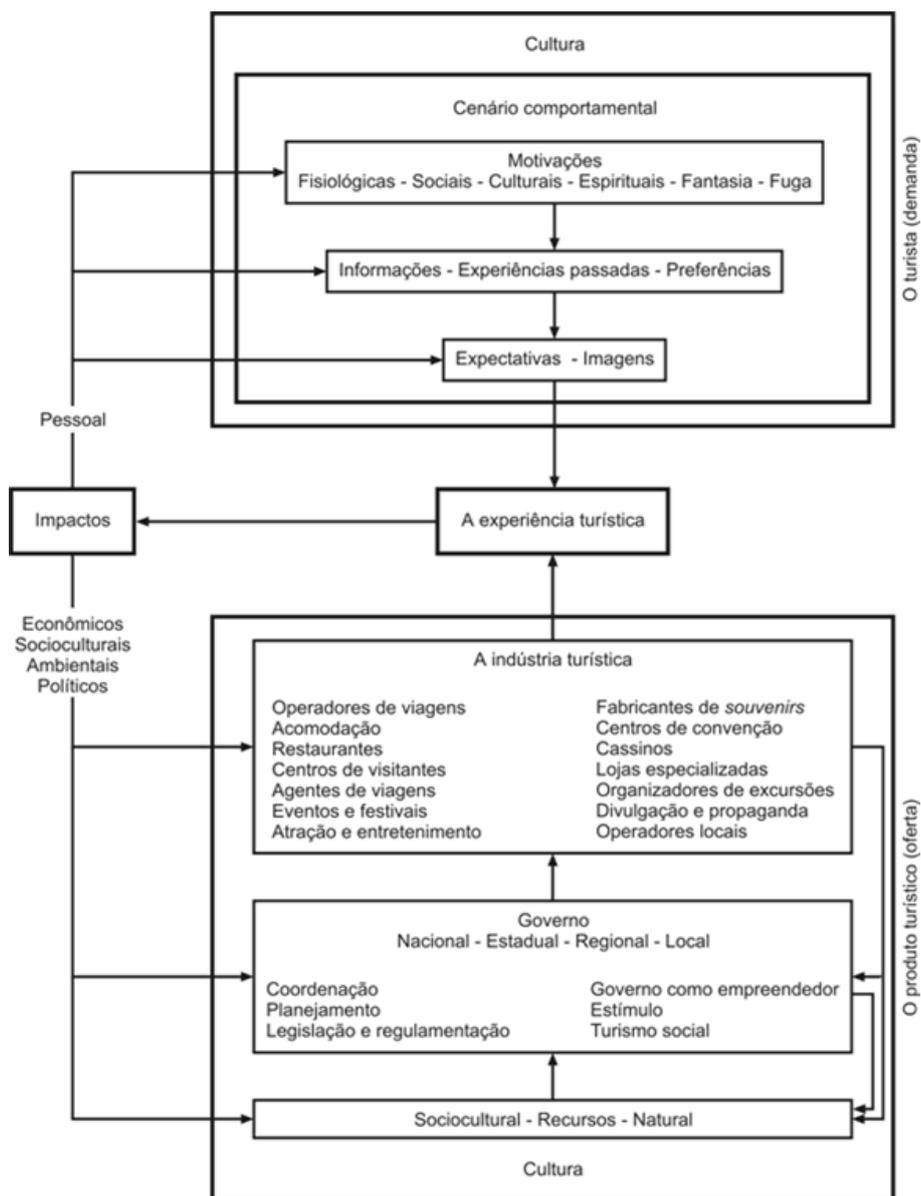
Tribe introduziu também o conceito extra-disciplinar para denominar o conhecimento que é produzido fora do meio académico, pelas empresas turísticas, e direcionado para as mesmas, como por exemplo, a produção do conhecimento que ocorre nas empresas ligadas ao sector, no governo, nas consultorias e nos centros de investigação.

Neste contexto, observamos que o governo, enquanto agente de produção de conhecimento extra-disciplinar, tem um papel fundamental no desenvolvimento do turismo, mediante a interação e a partilha desse conhecimento com os demais atores da cadeia produtiva do turismo e com a sociedade. Para isso, é necessário que o governo tenha consciência da importância da sua missão, que consiste na procura do aperfeiçoamento profissional de seus servidores, para que sejam multiplicadores dos conhecimentos adquiridos e estejam aptos a prestarem um serviço de excelência.

Salienta-se também, que não se deve ignorar o conhecimento técnico adquirido pelos servidores, pelo contrário, deve-se estimulá-los por intermédio de mecanismos que os possibilitem vivenciar diferentes experiências, e que tenham a oportunidade de aplicar os seus conhecimentos.

De igual forma, o governo deve estimular e proporcionar aos seus servidores, a oportunidade de estarem em contacto com a base conceitual do turismo, para que adquiram uma visão global da atividade, que lhes permita desenvolver conhecimentos, know-how e atitudes que acrescentem valor e qualidade às suas atividades e, conseqüentemente, lhes tragam reconhecimento e prestígio.

O modelo proposto por Hall (2001:81) também apresenta inter-relações mais detalhadas. O seu centro de atenções está na inter-relação existente entre procura e oferta. Segundo o modelo, da interação entre a procura e oferta, resulta o elemento denominado “experiência turística”. Esse, por sua vez, retroalimenta o sistema por meio de seus impactos, conforme a figura 5.

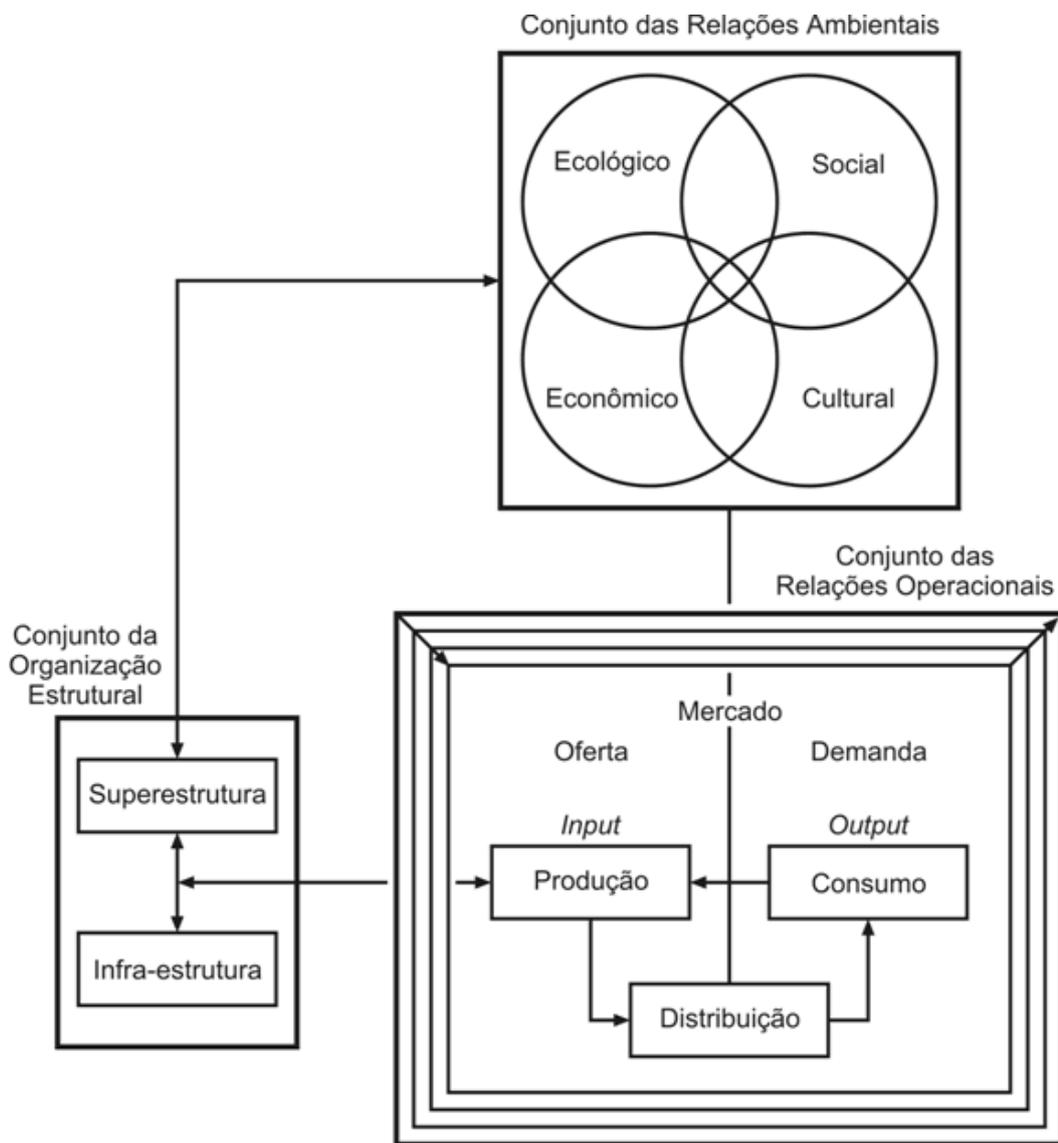


**Figura 5: Modelo teórico de enfoque estrutural de Hall**  
 Fonte: Hall 2001:81

O único modelo estrutural lusófono citado neste trabalho é aquele que foi proposto por Beni na sua tese de doutoramento (Beni, 1988), posteriormente publicado em livro (Beni, 1998). O autor propõe um complexo Sistema de Turismo (Sistur) que tem por objetivo (Beni, 1998:44): “Organizar o plano de estudos da atividade do Turismo, levando em consideração a necessidade, há muito tempo demonstrada nas obras teóricas e pesquisas publicadas em diversos países, de fundamentar as hipóteses de trabalho, justificar posturas e princípios científicos, aperfeiçoar e padronizar conceitos e definições, e consolidar condutas de investigação para efetuar análises e ampliar a pesquisa, com a consequente descoberta e desenvolvimento de novas áreas de conhecimento em Turismo”.

O modelo de Beni elenca os elementos do sistema de turismo de maneira bastante adequada, evitando lacunas e sobreposições presentes nos modelos anteriormente citados. Os elementos são organizados em três categorias diferentes: das Relações Ambientais, da Organização Estrutural, e das Relações Operacionais. O ambiente do Sistur está presente no conjunto das relações ambientais. Cada subsistema desse conjunto, como sistema isolado na sua concepção maior, está fora do sistema. Ao mesmo tempo, os subsistemas, como antecedentes e controladores, influenciam o fenómeno do turismo, estando dentro do sistema.

A descrição do Sistur é detalhada, focando, em particular, as características de cada um dos elementos. Cada capítulo do extenso trabalho de Beni aborda cada um dos elementos do Sistur, e, no final do trabalho, é apresentada uma lista de operadores do sistema. Para o autor, operadores são “dispositivos que expressam as variáveis, os indicadores, os índices e outros dados relacionados com os componentes do Sistur” (Beni, 1998:233). O sistema de turismo proposto por Beni configura-se na categoria de sistema aberto por influenciar e ser influenciado pelos demais sistemas com os quais se relaciona. O modelo referencial do Sistur é apresentado na figura 6.



**Figura 6: Modelo teórico de enfoque estrutural de Beni**  
 Fonte: Beni 1998:48 18

### 2.2.1. Definição de Turismo

Etimologicamente, o vocábulo “turismo” tem as suas raízes em tour e turn, ambas procedentes do latim. São muitas as definições propostas do termo turismo, embora todas elas se refiram à ideia de deslocação ou motivo da estadia. Não há dúvidas, que convém destacar que o setor turístico é extremamente complexo, uma vez que, por um lado, a delimitação da área que compreende é confusa, devido ao facto das atividades ou subsectores que o integram serem heterogêneos e, por outro lado, existem múltiplas e complexas inter-relações entre os mesmos elementos que

o constitui. Concretamente, o conceito de turismo pode ser estudado de diversas perspectivas e disciplinas, dada a complexidade das relações entre os elementos que o forma, uma vez que existe ainda um debate aberto para chegar a um conceito único e padrão que reflita uma definição universal.

Assim, a primeira grande dificuldade com que se depara qualquer investigador no âmbito do turismo, é tratar de delimitar o conceito de turismo. No entanto o turismo como matéria de estudos universitários começou a motivar interesse no período compreendido entre as duas grandes guerras mundiais (1919-1938). Durante esse período, diversos economistas europeus começaram a publicar os primeiros trabalhos, destacando-se a chamada Escola de Berlim com autores como Glucksmann, Schwinck ou Bormann.

Por outro lado, Fernández Fúster (1989), menciona algumas das definições mais significativas de turismo:

Glucksmann (1929) sublinhava que o turismo “é um vencimento do espaço de pessoas que vão para um local onde não têm residência fixa”. Bormann, (1939), definia o turismo “como o conjunto de viagens cujo objetivo é o prazer ou motivos comerciais, profissionais ou outros análogos e durante as quais a ausência da sua residência habitual é temporária” e antes da Segunda Guerra Mundial, o alemão Benschmidt considerava o turismo como “o conjunto de relações pacíficas entre viajantes que permanecem num determinado sítio, as pessoas aí residentes e os naturais dessa região”.

Posteriormente os suíços Kurt Kraft e Walter Hunziker (1942) consideravam o turismo como “o conjunto de relações e fenómenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu domicílio, desde que as referidas deslocações e permanências não estejam relacionadas com uma atividade profissional lucrativa”. Obviamente que esta definição lançada em plena guerra mundial, e como antecipação do que seria o turismo de massas, é pouco ampla e pouco esclarecedora, porque introduz muitos conceitos indeterminados que deveriam ser previamente definidos. Por outro lado, a dita definição permite considerar como turista quem tivesse de fazer uma deslocação para uma visita com fins terapêuticos, por exemplo. Posteriormente, definiu-se o turismo como: “As deslocações curtas e temporais das pessoas para destinos fora do habitual lugar de residência e de trabalho e as atividades empreendidas durante a estadia nesses destinos” (Burkart e

Medlik, 1981). Nessa definição, conceitos como “deslocação fora do lugar de residência e de trabalho” introduzem positivamente a conotação de viagem e férias/lazer, em contraposição à “residência” e ao “trabalho”, mas, ao mesmo tempo, deixa de fora os conceitos modernos de turismo como são as viagens por motivo de negócios, com ou sem complementos de lazer ou as férias em segundas residências.

Mathienson e Wall (1982), por sua vez, utilizaram uma definição muito semelhante à anterior, ainda que com algumas modificações: “Turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas”. Como se pode observar, destaca o caráter temporário da atividade turística ao introduzir o termo “período inferior a um ano”. Também introduzem duas importantes inovações: de um lado a perspectiva da oferta quando mencionam as “facilidades criadas”; de outro, introduzem na definição o fundamento de toda atividade turística: a satisfação das necessidades dos turistas/clientes.

Por outro lado, Fernández Fúster (1989), define os turistas e o turismo desta forma “Turistas são todos aqueles que abandonam temporariamente o lugar de residência permanente, com a intenção de regressar”. Turismo, é por um lado, um conjunto de turistas, que cada vez são mais numerosos; por outro lado são os fenómenos e as relações que esta massa produz em consequência das suas viagens. Turismo é todo o equipamento recetivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar para atender as correntes.

Turismo são as organizações privadas e públicas que surgem para fomentar a infraestrutura do núcleo; as campanhas de propaganda, que se tem de planejar, executar e divulgar; a criação de postos de informação; a criação de escolas de turismo; o estudo do turismo para delinear as linhas gerais da política a seguir; a promoção do turismo social.

Em 1993, a Comissão de Estatística das Nações Unidas aprovou o Relatório da Organização Mundial do Turismo (OMT) sobre as estatísticas do turismo, que incluía um conjunto importante de recomendações.

Estas recomendações foram aprovadas em março de 1993 e foram publicadas em 1994 com o nome de Recomendações sobre Estatísticas de Turismo (conhecidas pela sigla RET, ou RTS, em inglês).

Assim a definição atribuída ao termo turismo é a seguinte: “O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens a e estadias em lugares diferentes de seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista o lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado”.

Para Adrian Bull (1996) é “muito difícil definir o turismo como atividade e inclusivamente é mais difícil também o definir como setor de atividade económica. Para o fazer, teríamos de definir o turismo como produto, ou série de produtos, suscetíveis de comercialização e de cálculo, o que poderá ser feito se o fizermos com clareza: quem é o comprador (turista), o que está a ser comprado (produtos turísticos) e quais são as suas relações industriais que fazem com que estes produtos cheguem ao “mercado” turístico”, em contraposição com qualquer outro mercado”.

Figueirola Palomo (1999), sublinha que “estabelecer um conceito único de turismo não é possível”, no entanto considera ser necessário estabelecer limites para a sua definição, que na sua opinião deve de contemplar “que o turismo é um ato que que supões deslocações, envolvendo gastos de dinheiro, cujo objetivo principal é conseguir a satisfação de serviços que são oferecidos através de uma atividade produtiva gerada por um investimento prévio.

Neste sentido, António Mora e José Luís Córdoba (2000) assinalam que identificar os bens e serviços que podem ser denominados turísticos é difícil de o fazer devido pelo menos a dois motivos: em primeiro lugar porque as atividades que os visitantes realizam, e, portanto, os produtos que satisfazem as suas necessidades são múltiplos; e em segundo lugar porque estas atividades não são sempre exclusivas dos visitantes, mas também podem ser objeto de procura local.

A Organização Mundial do Turismo defendia que se deveria de diferenciar no turismo internacional termos como visitante, turista e excursionista, tendo como objetivo clarificar estes conceitos utilizados especialmente na elaboração das estatísticas, pelo que as definições que a OMT propõe-são as seguintes:

Visitante: é uma “pessoa que visita nunca por mais de um ano um país diferente daquele em que tem a sua residência permanente e cujo motivo principal para a visita é diferente de exercer uma ocupação remunerada no país que visita”.

Na definição anterior do conceito de visitante estão contempladas as seguintes categorias distintas, turistas e excursionistas:

Turistas, visitantes como se definiu anteriormente, que permaneçam pelo menos 24 horas nunca por mais de um ano no país que visitam e cujos motivos da viagem possam ser classificados da seguinte forma:

a) prazer, distração, férias e desporto;

b) negócios, visitas a amigos e parentes, missões empresariais, reuniões, conferências, saúde, estudos e religião.

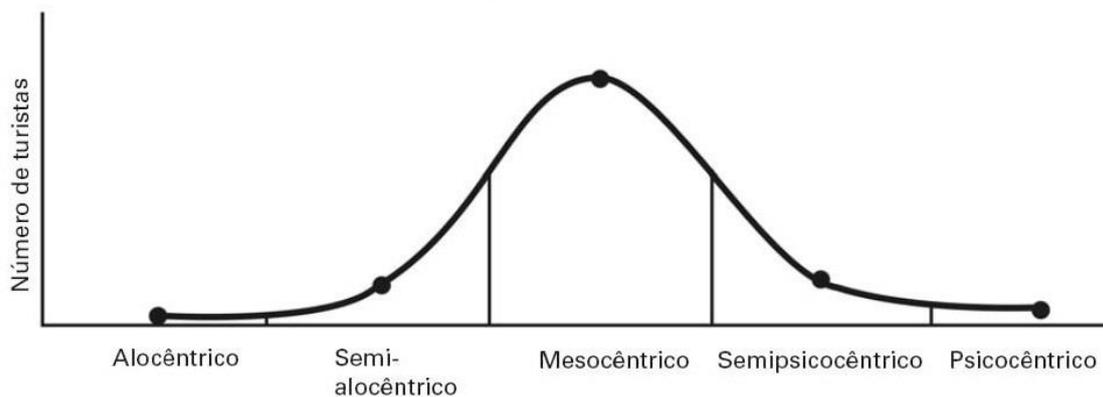
Excursionistas, visitantes como se definiram anteriormente, que permanecem menos de 24 horas no país que visitam (incluindo os passageiros dos cruzeiros)”.

Todavia também se deve de contemplar o turismo que se realiza dentro do mesmo País, no qual o turista tem a sua residência permanente. Neste sentido a OMT define assim o termo visitante nacional:

Um Visitante Nacional “é uma pessoa, qualquer que seja a sua nacionalidade, mas que resida num determinado país e que viagem para lugares desse mesmo país para permanecer nunca mais de um ano e cujo motivo principal para a visita seja distinto de exercer uma ocupação remunerada no mesmo lugar visitado”.

Camisona Zornoza (1997) define-nos o turismo como o “somatório dos fenómenos e relações surgidas da interação dos turistas estrangeiros e os residentes (fornecedores de serviços, autoridades locais e comunidade local) no processo de atração e acomodação dos turistas: é uma conjugação de atividades, serviços e indústrias que influenciam a experiência do turista, englobando o negócio dos hotéis, restaurantes, transportes e qualquer outro componente que contribua para a satisfação das necessidades e desejos dos turistas”.

Assim e de acordo com o modelo de Plog (1974, p. 55-58) existem diversos tipos de turistas, que são os formadores da procura turística dos destinos, e dividem-se em cinco subtipos: Psicocêntricos, Semi-Psicocêntricos, Mesocêntrico, Semi-Alocêntrico e Alocêntrico. (Figura 7).



**Figura 7: Perfis psicológicos de turistas segundo Plog**

Fonte de dados: Teobald (2001)

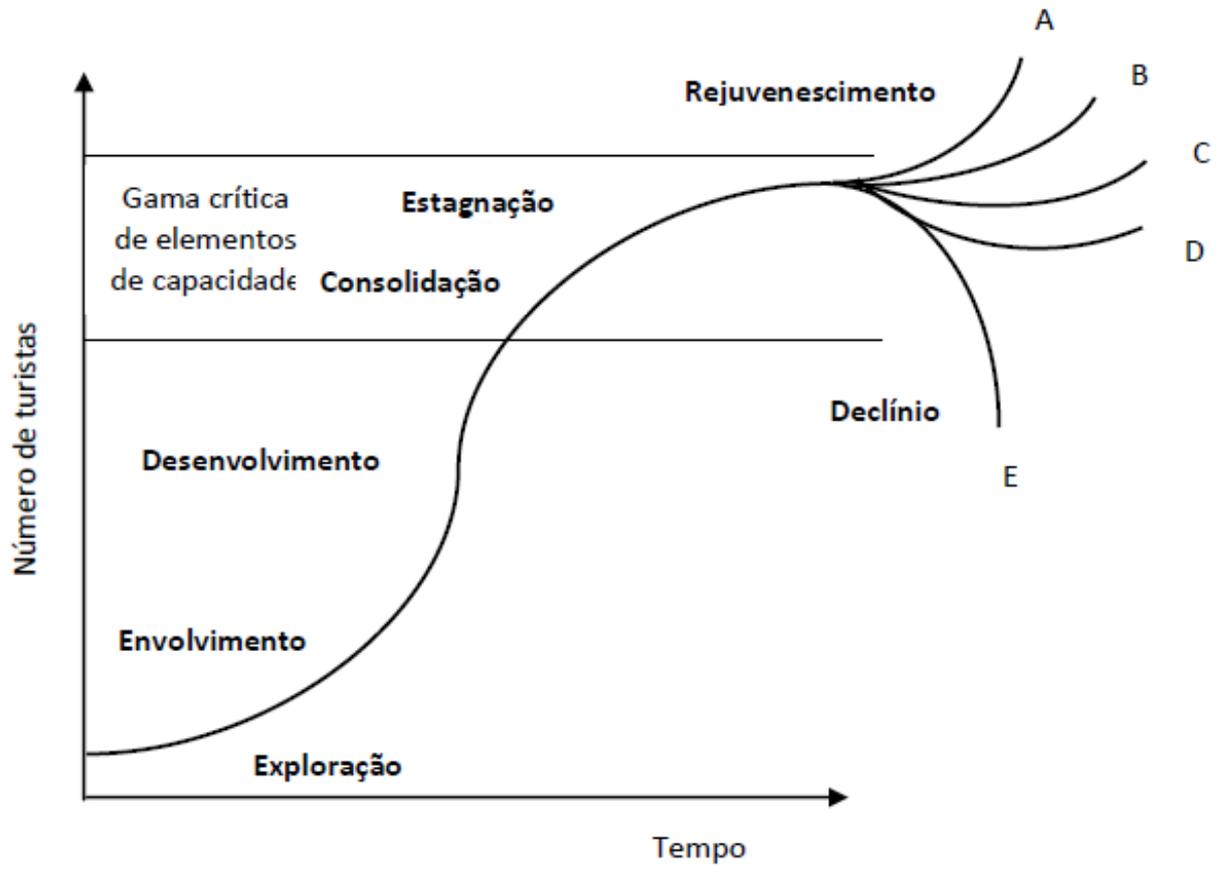
De acordo com tal modelo todos os turistas necessariamente encaixam-se em algum dos tipos de turistas, no entanto o mesmo turista pode variar o seu tipo de acordo com o tipo de destino por ele visitado. Para melhor esclarecer tal modelo há um maior detalhamento a seguir.

1- Psicocêntricos: o típico turista que não consegue sentir-se bem em uma destinação que não possua grande familiaridade com seu âmbito de residência; 2- Semi-psicocêntrico: esse tipo de turista possui menor grau de intolerância se comparado ao psicocêntrico, possui algum caráter mais exploratório, porém ainda assim dá grande valor ao habitat tipicamente familiar; 3- Mesocêntrico: o turista que possui as características de dois tipos extremos (alocêntrico e psicocêntrico). Valoriza ao mesmo tempo as características de ambos, porém em menor escala e possui o perfil que está no meio-termo entre os grupos de turistas; 4- Semi-alocêntrico: esse tipo de turista já possui um lado explorador, apesar de ser mais brando, valoriza o grande número de atividades realizadas, ainda assim tem alguma preferência sobre a infraestrutura mais próxima de sua habitual; 5- Alocêntricos: este turista possui características típicas de um explorador, já que prefere as áreas não organizadas para o turismo, faz questão de não usar pacotes formatados comercialmente;

Por outro lado, no modelo de Butler (1980, p. 5-12), “os destinos turísticos - independente do tipo, tamanho ou infraestrutura - passam, necessariamente, por sete estágios: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação, declínio e renovação”. (Figura 8).

Este modelo é teórico e difícil de ser compreendido claramente, até mesmo pelo facto de o mesmo destino poder passar por diversos estágios ao mesmo tempo, com nichos de mercado diferentes, tais fases segundo este modelo são:

1- Exploração: este é o estágio em que uma destinação recebe turistas que vão explorá-la em pequena escala, este tipo de turista não costuma gostar de viagens realizadas comercialmente; 2- Envolvimento: este é o estágio no qual ocorre uma das principais decisões feitas pela própria destinação, é o estágio em que a destinação como um todo decide se vai estimular ou desestimular o turismo e de que tipo será; 3- Desenvolvimento: neste estágio o fluxo turístico é intenso, pode até mesmo exceder a população local em alta estação; 4- Consolidação: neste estágio o turismo na destinação começa seu declínio, há, muitas vezes, um aumento em números absolutos de turistas; 5- Estagnação: este estágio é típico da destinação turística já não está em seu apogeu e que depende de turistas refazerem as mesmas viagens; 6- Declínio: neste estágio, a destinação tem o fluxo turístico reduzido e frequentemente possui áreas para viajantes de um dia ou finais de semana; 7- Renovação: renovar a imagem ou introduzir novo produto é uma dúvida para gestores do destino.



**Figura 8: Evolução do ciclo de vida do Turismo**  
 Fonte de dados: Adaptado de Butler (1980)

## 2.2.2. Tipos de Turismo

As formas de turismo que podemos encontrar em relação a determinado país são as seguintes:

Tabela 1: Tipos de Turismo

Tipos de Turismo	Turismo Interno	Turismo Recetor	Turismo Emissor
<b>Definições</b>	É o turismo dos visitantes residentes, no território económico do país de referência. As viagens realizadas dentro do próprio país pelos visitantes (turistas e excursionistas).	É o turismo dos visitantes que não residem no território do país de referência. Por exemplo, viagens realizadas para Portugal por turistas de outros países.	É o turismo dos visitantes residentes, e que viajam fora do território económico do país de referência. Por exemplo, viagens feitas pelos portugueses para o exterior
<b>Tipos de Turismo</b>	<b>Turismo Interior</b>	<b>Turismo Nacional</b>	<b>Turismo Internacional</b>
	É o turismo realizado pelos visitantes, tanto residentes como não residentes, no território económico do país de referência. Por exemplo, o movimento de turistas dentro do território nacional.	É o turismo dos visitantes residentes, dentro e fora do país de referência. Por exemplo, as viagens realizadas por portugueses tanto dentro como fora do país.	É o turismo realizado entre os países

Fonte de dados: Organização Mundial do Turismo / World Tourism Organization (OMT /WTO), 1991.

### 2.2.2.1 Classificação do turismo e da procura turística

As motivações principais dos turistas, as características dos destinos turísticos, as peculiaridades de cada produto turístico, etc. dão lugar à existência de tipos distintos da procura turística. Podemos distinguir os seguintes grupos importantes de turistas segundo o critério de motivação principal da visita para o turismo recetor, emissor e interno:

- Turista que viaja por ócio, recreio e férias. Por exemplo, o turismo “Sol e Praia, turismo desportivo, visitas culturais, etc.
- Visitas a familiares e amigos
- Turismo de Congressos, Convenções, Negócios e motivos profissionais. Por exemplo, férias, cursos e conferências
- Turismo com fins curativos: Termas, clínicas privadas especializadas
- Turismo Religioso e Peregrinações
- Ecoturismo ou turismo de natureza, respeitando-a ao máximo.

Beni (1998:45), acrescenta que é fundamental “identificar características e classificar os fatores que determinam as motivações de viagens e a escolha das áreas de destino turístico-recreativa”

### **2.2.3. Consideração económica do Turismo**

O turismo é um fenómeno social e cultural, mas também económico, dado os seus efeitos económicos no país onde se desenvolve. O turismo recetivo supõe uma entrada de divisas do exterior, gerando-se uma fonte de negócios que não existia anteriormente. Além disso criam empregos nas empresas que estejam relacionadas diretamente ou indiretamente com esta atividade.

Para a OMT (2016), “O turismo é um fenómeno social, cultural e económico relacionado com o movimento de pessoas a lugares que se encontram fora do seu lugar de residência habitual por motivos pessoais, negócios ou profissionais”.

“O turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, económica, cultural, ecológica e científica, que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo de viagem em si para fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original, das atrações e dos equipamentos a ela agregados globais com produtos de qualidade” (Beni, 2006:25).

Segundo Jafari, o turismo deve ser construído de uma forma integrada, com compromisso e responsabilidade, dos diferentes setores que fazem parte da atividade. Ainda, de acordo com o autor o turismo: “é o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz as suas necessidades e dos impactos que ambos geram sobre os ambientes físico, económico e sociocultural da área recetora” (Jafari, 2003:23).

De acordo com Cunha (2001), o turismo vem-se tornando para muitos países, regiões e comunidades, uma alternativa de desenvolvimento, sendo um dos setores mais relevantes e mais diversificados da economia.

A taxa de câmbio é considerada um dos elementos mais importantes na procura de destinos turísticos, e é considerada um dos elementos que mais interferem na análise da procura turística (Seul; Soocheong, 2011). No caso dos estrangeiros, seria de esperar que, com a moeda local desvalorizada, este seria um critério de atração de turistas para o país. Entretanto, a teoria demonstra que os turistas estrangeiros são menos sensíveis às variações cambiais (Chang; Mcaleer, 2012). A sensibilidade do turista estrangeiro às variações do câmbio depende, em parte, da distância dos seus países de origem, no entanto as mudanças nas taxas de câmbio na economia de um país, estão intimamente ligadas à afluência de turistas estrangeiros a esse lugar:

**Tabela 2: Influência das taxas de câmbio no turismo**

<b>Desvalorização da moeda de um destino turístico</b>	<b>Revalorização da moeda de um destino turístico</b>
<b>Estimula o estrangeiro para o referido destino</b>	Reduz o turismo estrangeiro para o referido destino
<b>Retém no país o turismo nacional</b>	Reduz o turismo nacional dentro do País
<b>Reduz o turismo nacional para o turismo</b>	Potencia o turismo nacional para o estrangeiro

Fonte dos dados: Dias e Aguiar. Fundamentos do Turismo - Conceitos, Normas e Definições.2002

Se a balança de pagamentos de um país, em termos gerais é negativa, implica uma má situação económica para o país, se for ao contrário, se for positiva, é sinal de uma boa situação económica. Porém, no caso do sector turístico, as coisas são exatamente ao contrário, se a balança de pagamentos de um país é

negativa significa que os nacionais podem sair para o exterior e gastar noutros países o excedente das suas poupanças, sendo, portanto, um indicador da riqueza da nação.

Visto que os gastos dos turistas são uma forma de exportação, as receitas cambiais têm contribuído para a melhoria na balança de pagamentos e têm sido consideradas como fator positivo no crescimento económico dos países (Belloumi, 2010). Assim, a receita cambial turística é “uma das principais medidas de impacto económico da atividade” (Rabahy; Santos; Vassallo, 2009, p. 306). Na balança de pagamentos, o superavit ocorre quando os gastos dos estrangeiros no país, superam os gastos dos residentes que viajam para outros países. Assim, um aumento de receitas em resultados dos gastos dos turistas estrangeiros no país, tem um impacto desejável sobre o balanço de pagamentos, reduzindo o deficit (Akinboade; Braimoh, 2010).

Na tabela seguinte, são refletidas as receitas e as despesas que se devem de ter em conta para determinar a balança turística.

**Tabela 3: Receitas e despesas que determinam a Balança de Pagamentos do Turismo**

<b>Receitas e despesas que determinam a balança de pagamentos do turismo</b>	
<b>Ativo (receitas)</b>	<b>Passivos (despesa)</b>
<b>Exportação de mercadorias para fins de turismo (mobiliário ou equipamento a ser exportado) .</b>	Importações de mercadorias destinadas à atividade turística
<b>Serviços ativos de empresas nacionais (o que consomem os turistas compram em hotéis ou restaurantes, comissões das agências de viagens (etc.)</b>	Serviços passivos de indústrias estrangeiras (o que os nacionais gastam em indústrias turísticas no estrangeiro
<b>O produto dos capitais investidos em instalações turísticas</b>	Obrigações derivadas do investimento de capitais estrangeiros na atividade turística nacional
<b>As transferências unilaterais de capitais (salários repatriados dos trabalhadores nacionais em empresas turísticas no estrangeiro</b>	Transferência unilateral de capitais (salários repatriados dos trabalhadores estrangeiros nas indústrias turísticas nacionais

Fonte: Dias e Aguiar. Fundamentos do Turismo - Conceitos, Normas e Definições.2002

Outro aspeto a considerar, é que o turismo provoca na economia de um país recetor, o efeito multiplicador, ou dizer mesmo a riqueza acrescentada que se cria por cada cêntimo gasto, e atendendo à conclusão de (Vogoler e Hernández, 1995), o turismo é um fenómeno cultural, social, psicológico, etc., pelo peso económico, dada a sua repercussão direta ou indireta na economia de um País, como por exemplo: o desenvolvimento direto do próprio setor turístico; desenvolvimento de outros setores como consequência do efeito multiplicador; redistribuição das receitas, contribuindo para um ajuste mais adequado das receitas em locais mais ou menos deprimidos, permitindo igualmente uma redistribuição mais justa entre os destinatários das receitas, entre outros.

#### **2.2.4. Evolução do turismo**

A deslocação de pessoas sem qualquer objetivo de lucro e com a intenção de regressar à sua região, existe desde há muitos séculos, remontando à época das peregrinações. No século XVIII, a aristocracia europeia impulsionada pelos ideais estéticos e literários deslocavam-se para outros lugares. Porém estas deslocações em número muito reduzido, não afetavam a estrutura económica e social dos lugares de destino.

À medida que o tempo ia passando, surgiram novos e mais perfeitos meios de transporte e conseqüentemente aumentou o número de pessoas a viajar, não obstante nos finais do século XIX e princípio do século XX, viajar continuar a ser um privilégio das classes sociais mais altas.

Depois da Segunda Guerra Mundial, esta realidade alterou-se profundamente, foi a época em que apareceu o turismo de massas. É com o avanço tecnológico nos transportes, melhores condições económicas para os trabalhadores, redução do tempo de trabalho, e deixando de ser o ócio um privilégio exclusivo das classes privilegiadas entre outras coisas, que aparece o turismo de massas. E é a partir deste momento quando são criadas estruturas empresariais destinadas a oferecer serviços de alojamento, de alimentação, espetáculos, etc., que se considera o turismo como um setor económico significativo, com forte impacto social e cultural.

A partir dos anos 50, o turismo experimentou um forte incremento ao converter-se no produto de consumo massivo. Ao analisarmos os dados publicados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), desde essa época até aos dias de

hoje, a taxa de crescimento da atividade turística mundial sempre se manteve em ascensão.

O período que decorreu entre 1950-1970, foi de grande crescimento para a atividade turística, o que poderá ser explicado, pelo facto de nessa época o número de viajantes não ser muito elevado, e por outro lado, o desenvolvimento da aviação comercial que aconteceu logo após o término da Segunda Guerra. Tudo isto contribuiu para a alavancagem do turismo.

Durante os anos 70, o ritmo de crescimento manteve-se, consolidando-se desta forma o turismo de massas. Durante o período de 1985-1990, o turismo continuou a crescer, porém, este ritmo de crescimento começou a diminuir nos anos 90. Pese embora, o sector turístico é catalogado como um dos sectores económicos mais importantes do mundo (Poon, 1993), na década de 90 e ao entrarmos no final do século, o sector do turismo viveu um período de transição importante, como assinala Aulian Poon (1993) ao afirmar que se está a passar de “um turismo velho” para um “novo turismo”, devido à convergência de 5 fatores, figura 9:



**Figura 9: Características do Novo Turismo.**

Fonte de dados: Adaptado de Poon (1993)

Segundo Lopez (2001) nesta nova era do turismo crê-se que as empresas que disponham de tecnologia de ponta (Falkentein, 1997; Glab, 1995; Tamayo, 1997; e Wardell, 1998), e que controlem o maior número de atividades da cadeia da indústria (Poon,1993; Consultur, 1995), serão aquelas que terão mais possibilidade de êxito. Portanto as agências de viagens consideradas as empresas que menos acrescentam valor ao serviço que o cliente recebe, necessitam de desenvolver capacidades que lhes permitam assumir os novos desafios.

### 2.3. O Sector turístico Internacional

Como temos vindo a referir, o turismo tem sido uma das atividades de maior expansão nos últimos anos, convertendo-se num dos setores mais relevantes da economia. Assim, desde 1985 e até ao ano 2000, o número de chegadas internacionais cresceu cerca de 121 % em todo o mundo, superando a barreira dos 700 milhões de turistas internacionais. (Manas J.C. et al.:2003).

O crescimento substancial da atividade turística marca claramente o turismo como sendo um dos fenómenos económicos e sociais mais notáveis do século passado. O número das chegadas internacionais mostra uma evolução de 25 milhões de chegadas internacionais em 1950, a aproximadamente 806 milhões em 2005, correspondendo a um índice médio de crescimento anual de 6,5 %.

No ano de 2004, o turismo internacional representava 1,4 % do PIB mundial, sendo a chave para o desenvolvimento, prosperidade e bem-estar.

Um crescente número de destinos em todo o mundo abriu-se ao turismo, e nele foram efetuados elevados investimentos, tornando-se numa indústria chave para o progresso social e económico, através da criação de postos de trabalho e de empresas, gerando receitas, exportações e criação de infraestruturas.

Durante as últimas seis décadas, o turismo tem experimentado uma contínua expansão e diversificação, tornando-se num dos maiores setores económicos do mundo que mais depressa cresceu. Aos destinos tradicionais da Europa e da América do Norte juntaram-se muitos outros.

Apesar dos fortes choques que ocorrem ocasionalmente (atentados, Primavera árabe, guerras), o turismo tem experimentado um crescimento praticamente ininterrupto. As chegadas de turistas internacionais em todo o mundo passaram de 25 milhões em 1950, para 278 milhões em 1980, 527 milhões em 1995 e 1.133 milhões em 2014. Da mesma forma, as receitas internacionais do turismo obtidas pelos destinos em todo o mundo passaram de 2.000 milhões de dólares norte-americanos em 1950 para 104 mil milhões em 1995, e para 1.425 mil milhões em 2014. (UNWTO Tourism Highlights 2017).

### **2.3.1 Perspetivas a Longo Prazo do Turismo Internacional**

De acordo com as previsões a longo prazo da OMT, incluídas em *Tourism Towards 2030* (Turismo até 2030), as chegadas de turistas internacionais em todo o mundo deverão crescer 3,3% ao ano entre 2010 e 2030, atingindo 1.800 milhões de euros. Desde 2010 e até 2030, prevê-se que a taxa de crescimento das chegadas aos destinos emergentes (+ 4,4% ao ano) duplique o número de chegadas às economias avançadas (+ 2,2% por ano).

Um número cada vez maior de destinos em todo o mundo abriu-se implicando um elevado investimento no turismo, transformando-o em numa chave motor do progresso socioeconómico através da criação de empregos e empresas, receitas de exportação e infraestrutura desenvolvimento.

O turismo tem um crescimento praticamente ininterrupto ao longo do tempo, apesar de choques ocasionais, demonstrando o sector força e resiliência.

Como temos vindo a assinalar, o turismo é uma categoria importante de comércio internacional de serviços. Para além dos ganhos obtidos em destinos, o turismo internacional também gerou 216 mil milhões de dólares em exportações através dos serviços internacionais de transportes de passageiros prestado a não residentes em 2016, elevando o valor total das exportações de turismo para 1,4 biliões de dólares, representando uma média 4 biliões de dólares por dia. O turismo internacional representa 7% das exportações mundiais de bens e serviços, aumentando um por cento, uma vez que em 2015 representava 6%. O turismo cresceu mais rápido do que o comércio mundial nos últimos cinco anos.

Como categoria de exportação mundial, o turismo ocupa o terceiro lugar depois dos produtos químicos e combustíveis, e à frente dos produtos automóveis e alimentares. Em muitos países em desenvolvimento, o turismo é a principal área de exportação.

Em muitos países em desenvolvimento, o turismo é a principal categoria de exportação

As chegadas de turistas internacionais (visitantes noturnos) em 2016 cresceram 3,9%, atingindo um total de 1.235 milhões em todo o mundo, num aumento de 46 milhões em relação ao ano anterior. Foi o sétimo ano consecutivo na aposta do crescimento do turismo a nível internacional na sequência da grave crise económica. Esta sequência de crescimento contínuo ininterrupto não se registava desde a década de 1960.

### **2.3.2. Evolução das Chegadas Internacionais**

Assim, a procura do turismo internacional seguiu a tendência positiva dos anos anteriores, com muitos destinos a apresentarem bons resultados, embora alguns tenham tido problemas de segurança. Foi observado uma certa reorientação dos fluxos, embora a maioria dos destinos compartilhem o crescimento da procura

de viagens, maior conectividade e mais acessibilidade no que diz respeito ao transporte aéreo. Por regiões da OMT, a Ásia e o Pacífico lideraram o crescimento em 2016 com um aumento de 9% nas chegadas internacionais, seguido pela África (+ 8%) e as Américas (+ 3%). A região mais visitada do mundo, a Europa (+ 2%) mostraram resultados mistos, enquanto os dados disponíveis para o Oriente Médio (-4%) indica um declínio nas chegadas.

As receitas do turismo internacional cresceram 2,6% em termos reais (tendo em conta as flutuações da taxa de câmbio e a inflação), com ganhos totais nos destinos estimados em 1.220 bilhões de dólares em todo o mundo em 2016 (1.102 milhões de euros). A França, os Estados Unidos, a Espanha e a China continuaram no ranking das chegadas internacionais em 2016. No que diz respeito às receitas, os EUA e a Espanha permanecem no topo, seguidos pela Tailândia, que subiu para o 3.º lugar no ano passado, e a China ocupa o 4.º lugar. França e Itália subiram para a 5ª e 6ª posição, respetivamente, enquanto o Reino Unido, o México e a Tailândia passaram para o 6º, 8º e 9º lugares nas chegadas.

Tabela 4: Chegadas de turistas Internacionais

Ranking	Series <sup>1</sup>	Milhões		Variação (%)	
		2015	2016*	15/14	16*/15
<b>França</b>	TF	2015	2016*	15/14	16*/15
<b>Estados Unidos</b>	TF	84.5	82.6	0.9	-2.2
<b>Espanha</b>	TF	77.5	75.6	3.3	-2.4
<b>China</b>	TF	68.5	75.6	5.5	10.3
<b>Itália</b>	TF	50.7	52.4	4.4	3.2
<b>Reino Unido</b>	TF	34.4	35.8	5.6	4.0
<b>Alemanha</b>	TCE	35.0	35.6	6.0	1.7
<b>México</b>	TF	32.1	35.0	9.4	8.9
<b>Tailândia</b>	TF	29.9	32.6	20.6	8.9
<b>Turquia</b>	TF	39.5		-0.8	

Fonte: UNWTO Tourism Highlights 2017

### 2.3.3. Evolução das Receitas e dos Gastos Internacionais

A China, os Estados Unidos e a Alemanha lideraram o turismo emissor nas suas respectivas regiões em 2016, e continuam nos lugares cimeiro do ranking no que diz respeito aos gastos.

Tabela 5: Receitas do turismo internacional

Receitas do turismo internacional						
Ranking	\$ EE.UU.				Moedas locais	
	Biliões		Variação (%)		Variação (%)	
	2015	2016*	15/14	16*/15	15/14	16*/15
Estados Unidos	205.4	205.9	7.0	0.3	7.0	0.3
Espanha	56.5	60.3	-13.3	6.9	3.8	7.1
Tailândia	44.9	49.9	16.9	11.0	23.0	14.7
China	45.0	44.4	2.1	-1.2	3.6	5.3
França	44.9	42.5	-22.9	-5.3	-7.6	-5.1
Itália	39.4	40.2	-13.3	2.0	3.8	2.3
Reino Unido	45.5	39.6	-2.3	-12.9	5.2	-1.4
Alemanha	36.9	37.4	-14.8	1.4	2.0	1.7
Hong Kong (China)	36.2	32.9	-5.8	-9.1	-5.8	-9.0
Austrália	28.9	32.4	-8.2	12.3	10.2	13.5

Fonte de dados: UNWTO, Tourism Highlights 2016

Tabela 6: Despesas de turismo internacional

	Despesas de turismo internacional (biliões de dólares)		variações das moedas (%)		Quota de mercado (%)	População (milhões)	Despesas per capita	Partidas internacionais (milhões)			
								Partidas internacionais (milhões)		dos quais durante a noite	
	2015	2016*	15/14	16*/15	2016*	2016	2016*	2015	2016*	2015	2016*
China	249.8	261.1	11.4	1.7	21.4	1,383	189	127.9	135.1		
Estados Unidos	114.7	123.6	8.6	.8	10.1	323	382	130.4		74.0	
Alemanha	77.5	79.8	-	.2	6.5	83	964			83.7	
Reino Unido	63.3	63.6	8.8	3.8	5.2	66	970	65.7	70.8	64.2	69.4
França	39.3	40.5	-	.3	3.3	65	627	30.6		26.6	
Canada	30.1	29.1	1.3	.0	2.4	36	802	56.0	53.0	32.3	31.3
Coreia do Sul	25.3	26.6	9.0	.4	2.2	51	520	19.3	22.4		
Itália	24.4	25.0	1.4	.4	2.0	61	411	61.2	62.6	27.9	28.7
Austrália	23.8	24.9	6.1	.0	2.0	24	1,026	9.5	9.9	9.5	9.9
Hong Kong (China)	23.1	24.2	4.7	.1	2.0	7	3,284	89.1	91.8		

Fonte de dados: UNWTO, Tourism Highlights agosto 2017

**Tabela 7: Receitas de turismo internacional**

	Receitas turismo internacional				Quota de mercado (%)	Receitas \$ EE.UU.				Receitas (euro)			
	Moedas locais, Variação(%)		preços constantes			por cheg		por chegada					
	13/12	14/13	15/14	16*/15	2016*	2014	2015	2016*	2016*	2014	2015	2016*	2016*
Mundo	5.6	4.3	4.1	2.6	100	1,252	1,196	1,220	990	942	1,078	1,102	890
Economias avançadas	6.0	5.1	2.9	1.6	64.5	829	773	787	1,150	624	697	711	1,040
Economias emergentes'	4.7	2.8	6.4	4.4	35.5	423	422	433	790	318	381	391	710
Por regiões da OMT:													
Europa	4.1	4.4	2.7	0.9	36.7	513.7	449.6	447.3	730	386.7	405.3	404.1	660
Europa do Norte	7.6	5.8	7.4	2.7	6.1	815	77.3	74.6	930	613	69.7	67.4	840
Europa Ocidental	2.1	3.4	-1.3	-0.3	11.9	174.2	145.8	145.3	800	131.1	131.4	131.3	720
Europa Central/ Oriental	3.4	0.1	-0.7	5.7	4.3	58.8	50.4	52.6	420	44.3	45.4	47.5	380
Europa Sul/ Medit	4.8	6.1	5.2	-0.2	14.3	199.2	176.1	174.7	760	150.0	158.7	157.9	690
dos quais 28 daUE	3.7	4.6	3.1	2.7	30.9	427.1	372.1	376.6	750	321.5	335.4	340.2	680
Ásia e Pacífico	8.5	1.5	2.5	4.8	30.1	359.0	349.4	366.7	1,190	270.2	314.9	331.3	1,070
Ásia do Nordeste	9.1	-1.6	-3.7	-0.2	13.9	176.9	167.1	168.9	1,090	133.1	150.6	152.6	990
Ásia do Sudoeste	10.6	2.1	8.0	9.8	9.6	108.2	108.5	117.2	1,030	81.4	97.8	105.9	940
Oceânia	1.5	7.6	11.6	10.0	3.8	44.2	42.3	46.7	2,990	33.3	38.1	42.2	2,700
Ásia Meridional	8.7	9.9	6.3	7.1	2.8	29.8	31.6	33.8	1,340	22.4	28.4	30.6	1,210
Américas	6.6	6.7	8.2	2.7	25.7	288.9	305.6	313.2	1,570	217.5	275.5	283.0	1,420
América do Norte	7.4	6.0	8.3	1.9	20.0	225.9	239.7	243.7	1,870	170.0	216.1	220.2	1,690
Caráibas	3.2	5.1	7.1	6.3	2.5	26.7	28.5	30.2	1,200	20.1	25.6	27.3	1,080
América Central	7.2	5.9	6.6	7.8	1.0	10.6	11.4	12.2	1,140	8.0	10.2	11.1	1,030
América do Sul	3.3	6.3	9.2	3.2	2.2	25.7	26.1	27.0	820	19.4	23.6	24.4	740
África	2.5	3.7	0.5	8.3	2.9	36.5	32.8	34.8	600	27.5	29.5	31.4	540
África do Norte	-2.1	8.3	-8.8	2.6	0.7	110	8.9	9.1	490	8.3	8.0	8.3	440
África Subsahariana	4.3	1.9	4.5	10.5	2.1	25.5	23.9	25.6	650	19.2	21.5	23.2	590
Médio Oriente	-3.3	10.2	7.4	-1.6	4.7	53.6	58.2	57.6	1,080	40.3	52.4	52.0	970

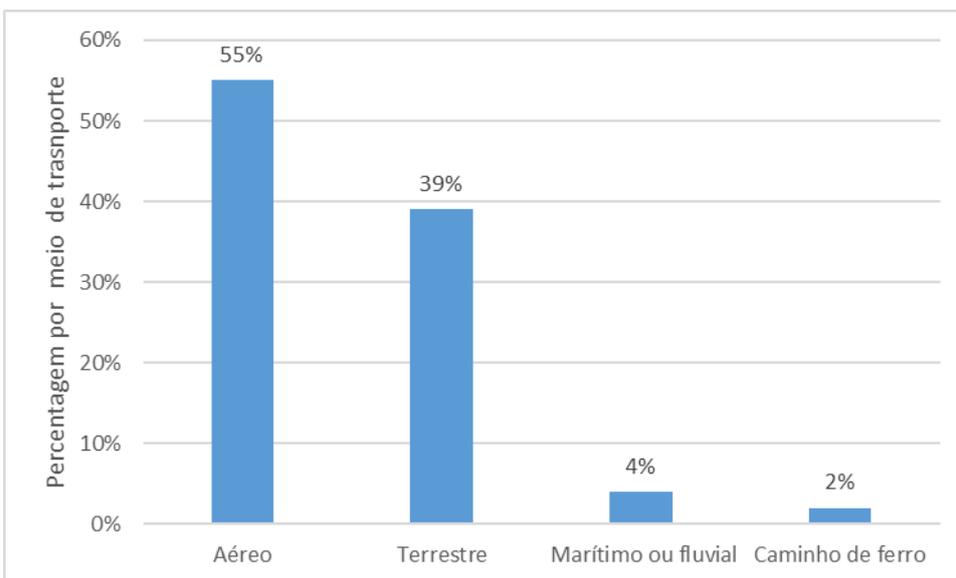
Fonte de dados: UNWTO, Tourism Highlights 2016

### 2.3.4. Tendências do Turismo Internacional

O relatório da OMT "Tourism Towards 2013" oferece um prognóstico atualizado a longo prazo e avaliação do desenvolvimento do turismo para as próximas duas décadas, de 2010 a 2030. É um projeto de investigação de amplo espectro, que toma como ponto de partida o trabalho da OMT em matéria de previsões a longo prazo a partir de 1990. O novo estudo substitui o anterior "Turismo: Panorama 2020", que se converteu no ponto de referência global para previsões sobre o turismo internacional.

Os resultados mais importantes do estudo são as projeções quantitativas da procura de turismo internacional para um período de 20 anos, começando em 2010 e revisto em 2030. As projeções atualizadas incorporam uma análise dos fatores sociais, políticos, económicos, ambientais e tecnológica que moldaram o turismo no passado e que se esperam vir a influenciar o sector no futuro.

De realçar que a grande maioria (55%), utiliza a via aérea, seguindo-se a terrestre com 39 % (Figura 10).

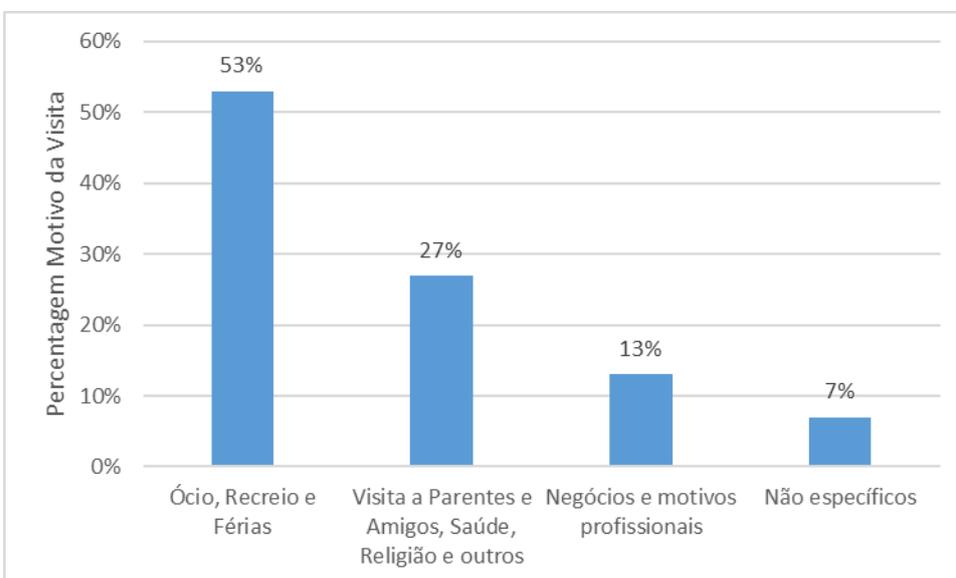


**Figura 10: Turismo receptor por meio de transporte**

Fonte de dados: Elaboração própria de acordo com UNWTO Tourism Highlights 2016

De acordo com o mesmo relatório calcula-se que o número de chegadas de turistas internacionais em todo o mundo cresça em média 3,3% por ano no período entre 2010 e 2030. Em termos absolutos, as chegadas de turistas internacionais vão aumentar em cerca de 43 milhões por ano, em comparação com o aumento médio anual de 28 milhões registados no período compreendido entre 1995 e 2010.

Segundo o ritmo de crescimento previsto, as chegadas de turistas internacionais em todo o mundo superarão a cifra de 1400 milhões em 20120 e 1800 milhões em 2030. 53 % dos turistas têm como motivação o ócio, o recreio e férias, enquanto 27 % têm como motivo a visita a Parentes e Amigos, Saúde, Religião entre outros.



**Figura 11: Turismo recetor por motivo de visita**

Fonte de dados: Elaboração própria de acordo com UNWTO Tourism Highlights 2016

As chegadas de turistas internacionais aos destinos de economias emergentes da Ásia, América Latina, Europa Central e Oriental, Austral e Europa Mediterrânea, Oriente Médio e África dobrarão o seu ritmo de crescimento (+ 4,4% ao ano) em relação aos destinos das economias avançadas (+ 2,2% ao ano). Portanto, espera-se em breve que, as chegadas às economias emergentes sejam superiores aos das economias avançadas. Em 2030, 57% das chegadas internacionais serão efetuadas nas economias emergentes (em comparação aos 30% em 1980) e 43% nas economias avançadas destinos (em comparação aos 70% em 1980).

**Tabela 8: Chegada de Turistas internacionais**

	Chegadas de turistas internacionais (milhões)								Quota de mercado (%)	Variação (%)			Crescimento médio anual (%)	
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	2014	2015		2016	2016*	13 - 12		14 - 13
Mundo	435	527	674	809	949	1.087	1.133	1.186	2016*	2016*	14/13	15/14	16*/15	2005-'16*
Economias avançadas	296	336	420	466	513	586	619	653	1,235	100	4.0	4.5	3.9	3.9
Economias emergentes'	139	191	253	343	435	501	513	533	685	55.5	5.7	5.0	4.8	3.5
Por regiões da OMT:									550	44.5	2.1	4.0	2.7	4.5
Europa	261,5	304,7	386,4	453,0	488,9	566,4	581,8	607,7	616.2	49.9	1.7	4.8	2.1	2.8
Europa do Norte	28,7	36,4	44,8	59,9	62,8	67,4	71,3	75,9	80.2	6.5	5.3	6.5	6.4	2.7
Europa Ocidental	108,6	112,2	139,7	141,7	154,4	170,8	174,5	180,0	181.5	14.7	2.2	3.5	0.0	2.3
Europa Central/ Oriental	33,9	58,1	69,3	95,1	98,4	127,3	121,1	126,6	126.0	10.2	-9.1	5.4	3.8	2.6
Europa do Sul/ Medite.	90,3	98,0	132,6	156,4	173,3	201,0	214,9	225,2	228.5	18.5	6.9	4.9	1.3	3.5
dos quais 28 da UE	230,1	268,0	330,5	367,9	384,3	433,8	455,1	478,4	500.1	40.5	4.7	5.3	4.7	2.8
Ásia e Pacífico	55,8	82,1	110,3	154,0	205,4	249,8	263,3	279,2	308.4	25.0	6.1	5.4	8.6	6.5
Ásia do Nordeste	26,4	41,3	58,3	85,9	111,5	127,0	136,3	142,1	154.3	12.5	7.3	4.3	8.6	5.5
Ásia do Sudoeste	21,2	28,5	36,3	49,0	70,5	94,3	96,7	104,6	113.2	9.2	2.9	7.4	8.6	7.9
Oceânia	5,2	8,1	9,6	10,9	11,4	12,5	13,2	14,2	15.6	1.3	6.1	7.6	9.4	3.3
Ásia Meridional	3,1	4,2	6,1	8,1	12,0	16,0	17,1	18,3	25.3	2.0	12.9	2.3	7.8	10.7
Américas	92,8	109,1	128,2	133,3	150,1	167,5	181,0	192,6	199.3	16.1	8.5	5.9	3.5	3.7
América do Norte	71,8	80,7	91,5	89,9	99,5	110,2	120,4	127,6	130.5	10.6	9.7	5.5	2.4	3.4
Caraíbas	11,4	14,0	17,1	18,8	19,5	21,1	22,4	23,9	25.2	2.0	5.5	8.1	4.7	2.7
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,9	9,1	9,6	10,3	10.7	0.9	5.6	6.8	4.9	5.0
América do Sul	7,7	11,7	15,3	18,3	23,1	27,1	28,6	30,8	32.8	2.7	7.1	5.9	6.6	5.4
África	14,7	18,7	26,2	34,8	49,5	54,4	55,7	53,5	199.3	16.1	8.5	5.9	3.5	3.7
África do Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	18,8	19,6	19,8	18,0	130.5	10.6	9.7	5.5	2.4	3.4
África Subsaariana	6,3	11,5	16,0	20,9	30,8	34,7	35,9	35,4	25.2	2.0	5.5	8.1	4.7	2.7
Médio Oriente	9,6	12,7	22,4	33,7	54,7	48,4	51,0	53,3	10.7	0.9	5.6	6.8	4.9	5.0

Fonte de dados: Elaboração própria de acordo com UNWTO Tourism Highlights 2016

Por região, o maior crescimento será na Ásia e no Pacífico, onde é esperado um aumento nas chegadas de 331 milhões até aos 535 milhões em 2030 (+ 4,9% ao ano). Por outro lado, no Médio Oriente e na África, o número de chegadas vai mais do que duplicar de acordo com a previsão para este período de 61 milhões para 149 milhões e de 50 para 134 milhões, respetivamente. Na Europa (de 475 para 744 milhões) e as Américas (de 150-248 milhões) em termos comparativos crescem menos.

Com uma taxa de crescimento mais elevada, aumentarão as cotas de mercado mundiais da Ásia e do Pacífico (de 22% em 2010 para 30% em 2030), Médio Oriente (6% a 8%) e África (5% a 7%). Consequentemente, a Europa (de 51% a 41%) e as Américas (de 16% a 14%) vão sofrer uma redução das suas quotas de turismo internacional, principalmente devido ao menor crescimento que experimentarão destinos comparativamente mais antigos da América Norte, Europa do Norte e Europa Ocidental.

**Tabela 9: O Turismo até 2030: Turismo Internacional por região de destino**

O turismo até 2030: Turismo internacional por região de destino												
	Chegadas de turistas internacionais (milhões)					Crescimento médio anual (%)					Quota (%)	
	Dados registrados			Projeções		Dados registrados		Projeções				
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-95	'95-2010	2010-30, dos quais			2010	2030
								2010-20	2020-30	2030-30		
<b>Mundo</b>	277	528	940	1,36	1,809	4,4	3,9	3,3	3,8	2,9	10,0	10,0
Economias avançadas <sup>1</sup>	194	334	498	643	772	3,7	2,7	2,2	2,6	1,8	5,3	4,3
Economias emergentes <sup>1</sup>	83	193	442	717	1,037	5,8	5,7	4,4	4,9	3,8	4,7	5,7
<b>Por regiões da OMT:</b>	7,2	18,9	50,3	85	134	6,7	6,7	5	5,4	4,6	5,3	7,4
<b>África</b>												
Norte de África	4	7,3	18,7	31	46	4,1	6,5	4,6	5,2	4	2	2,5
África Ocidental e Central	1	2,3	6,8	13	22	5,9	7,5	5,9	6,5	5,4	0,7	1,2
África Oriental	12	5	12,1	22	37	10,1	6,1	5,8	6,2	5,4	1,3	2,1
África Austral	1	4,3	12,6	20	29	10,1	7,4	4,3	4,5	4,1	1,3	1,6
<b>Américas</b>	62,3	109	149,7	199	248	3,8	2,1	2,6	2,9	2,2	15,9	13,7
América do Norte	48,3	80,7	98,2	120	138	3,5	1,3	1,7	2	1,4	10,4	7,6
Caralbas	6,7	14	20,1	25	30	5	2,4	2	2,4	1,7	2,1	1,7
América Central	15	2,6	7,9	14	22	3,8	7,7	5,2	6	4,5	0,8	1,2
América do Sul	5,8	11,7	23,6	40	58	4,8	4,8	4,6	5,3	3,9	2,5	3,2
<b>Ásia Pacífico</b>	22,8	82	204	355	535	8,9	6,3	4,9	5,7	4,2	21,7	29,6
Ásia - Nordeste	10,1	41,3	111,5	185	293	9,9	6,8	4,9	5,7	4,2	11,9	16,2
Ásia - Sudeste	8,2	28,4	69,9	123	187	8,7	6,2	5,1	5,8	4,3	7,4	10,3
Oceânia	2,3	8,1	11,6	15	19	8,7	2,4	2,4	2,9	2	1,2	1
Ásia - Sul	2,2	4,2	11,1	21	36	4,3	6,6	6	6,8	5,3	1,2	2
<b>Europa</b>	177,3	304,1	475,3	620	744	3,7	3	2,3	2,7	1,8	50,6	41,1
Europa - Norte	20,4	35,8	57,7	72	82	3,8	3,2	1,8	2,2	1,4	6,1	4,5
Europa Ocidental	68,3	112,2	153,7	192	222	3,4	2,1	1,8	2,3	1,4	16,3	12,3
Europa Central/Oriental	26,6	58,1	95	137	176	5,3	3,3	3,1	3,7	2,5	10,1	9,7
Europa Sul/Mediterrânica	61,9	98	168,9	219	264	3,1	3,7	2,3	2,6	1,9	18	14,6
Médio Oriente	7,1	13,7	60,9	101	149	4,5	10,5	4,6	5,2	4	6,5	8,2

Fonte de dados: UNWTO Tourism Highlights 2016

### Novo Turismo em Perspetiva

Como temos vindo a observar, o período compreendido entre 1950 – 1970, foi de grande crescimento para a atividade turística.

Durante os anos 70 o ritmo de crescimento manteve-se, consolidando-se desta forma o turismo de massas. Entre 1985-1990 o turismo continuou a crescer, no entanto este ritmo começou a desacelerar na década de 90. Pese embora, o sector turístico ser catalogado como um dos setores económicos mais importantes do mundo (Poon, 1993). Na década 90 e ao entrarmos no século XXI, o sector turístico viveu um período de transição importante. Auliana Poon (1993) assinala que se está a passar de - um turismo velho para um - novo turismo devido à convergência de cinco forças, como já vimos na figura 9.

1. Consumidores cada dia mais experimentados.
2. Desenvolvimento de novas tecnologias.
3. Condições ambientais que limitam o crescimento do turismo.
4. A existência de uma melhor gestão por parte das empresas turísticas.

## 5. Alterações na estrutura da indústria.

Os autores Lillo et al. (2007) destacam a transformação do modelo turístico, que se pode resumir em:

Início do crescimento da atividade turística que se desenvolveu na base de um modelo turístico fordiano ou de massas, durante os anos 50 e 60, que atendia basicamente à procura do produto de sol e praia, que o sector atendia com pacotes turísticos a preços reduzidos resultado da estandardização e economias de escala.

Morgan (1998) descreve a crise turística dos anos noventa como a consequência de fatores, tais como a maturidade do produto sol e praia, uma mudança geracional com mais experiência de viagens e maior nível cultural, a crise económica mundial, a falta de renovação de infraestruturas entre outros. Estes autores assinalam ainda que a viabilidade dos mercados de sol e praia não é sustentável a longo prazo, devido às novas tendências do mercado turístico, como a preferência crescente por destinos longínquos mais exóticos e cada vez mais acessíveis, uma procura cada vez mais sofisticada e exigente com a qualidade, consumidores que solicitam férias à medida e mais flexíveis, para além das alterações legislativas, que como a liberalização do sector aéreo possibilitou a descida de preços.

Knowles e Curtis (1999) analisam o pós-estancamento dos destinos de turismo de massas, assinalando o efeito negativo que se produz como consequência de um excessivo crescimento turístico, caracterizado pela destruição e deterioração do meio ambiente, a dependência dos operadores turísticos dos países emissores e as políticas de mercado baseadas excessivamente nos preços.

Como assinala Aguiló e Alegre (2004), de forma geral existe um consenso de que o mercado turístico está cada vez mais segmentado em grupos de consumidores com interesses e necessidades diferenciadas, aumentando a procura de formas mais ativas e individualizadas de turismo.

Concluindo, na atualidade enfrentamos uma procura heterogénea, com segmentos de mercado cada vez mais diversos e uma maior exigência de atenção personalizada, e qualidade no serviço recebido, com um consumidor cada vez mais experimentado, com melhores níveis de renda, e produtos turísticos cada vez más acessíveis e dirigidos a segmentos de procura diferenciados. Para além, da tecnologia ter mudado de forma radical, desde o sistemas de reservas internos ao

serviço das cadeias hoteleiras, companhias aéreas e operadores turísticos que se utilizavam de forma separada do serviço de produtos estandardizados, até que os novos avanços de software ao serviço da produção e distribuição turística, como os que foram anteriormente mencionados, sistemas globais de distribuição (GDS) e as novas tecnologias da informação e comunicação (Internet), que permitem o seu uso generalizado pelos agentes turísticos e uma partilha de informação rápida e eficaz.

Poon (1993) apresenta, de uma forma peculiar, a contraposição entre o perfil dos turistas fordistas e dos pós-fordistas (Tabela 10).

**Tabela 10: Diferenças entre as motivações e os comportamentos dos turistas fordistas e pós-fordistas**

<b>Procura fordista clássica</b>	<b>Procura pós-fordista (emergente)</b>
<b>Essencialmente a procura de sol</b>	Querem experimentar algo de novo
<b>Atividades pré-definidas</b>	Ter liberdade de escolha
<b>Grande itinerância</b>	Vêm e desfrutam, mas não destroem
<b>Querem mostrar onde estiveram</b>	Preocupam-se com o gosto das experiências
<b>Gostam de eventos</b>	Gostam de desportos, atividades
<b>Atitude de superioridade; Ter</b>	Atitude de compreensão; Ser
<b>Prudentes</b>	Aventureiros
<b>Comem na sala de jantar do hotel</b>	Apreciam a gastronomia local
<b>Homogéneos</b>	Heterogéneo

Fonte de dados: baseado em POON, 1993.

## **Turismo Criativo**

De acordo com Richards (2003), um dos aspetos fundamentais para o desenvolvimento do turismo criativo, passa pela percepção de que além do turista, também o produtor das experiências necessita de ser criativo. O gestor turístico tem assim, em mãos, a tarefa de pensar de forma criativa a relação entre os recursos naturais e culturais que possui e as necessidades e preferências dos turistas.

A Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas (ADDICT) descreve as mesmas enquanto “atividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e com potencial de criação de emprego e riqueza, através da geração da propriedade intelectual” (2008, p.16). Este conceito foi desenvolvido originalmente em 1997 pelo Creative Industries Task-force que definiu o conjunto de atividades que fariam parte das indústrias criativas.

Subsectores: Publicidade, Arquitetura, Artes Visuais e Antiguidades, Artesanato e Joalheria, design, design de moda, cinema, vídeo e audiovisual, software educacional e de entretenimento, música, artes performativas, edição, software de serviços de informática, televisão e rádio.

As atividades enunciadas na lista apresentada têm em comum uma característica: todas se suportam na imaginação e criatividade individual, associando-se à habilidade e talento, produzindo riqueza e postos de trabalho através da geração e exploração de novos conteúdos e propriedade intelectual.

A abundância de informação existente hoje em dia contrasta com a escassez da capacidade de valorização económica das ideias e do conhecimento: o significado, conteúdo, estilo, conceito, design, que se refletem em significados que as pessoas podem entender, dar uso e valor. São precisamente esses “pedaços de significado” que as indústrias criativas produzem (ADDICT, 2008). De acordo com a UNESCO, o turismo criativo é considerado a nova geração do turismo. Enquanto o turismo “sol e praia” tem como motivações principais o lazer, o relaxamento e o turismo cultural, encontra-se orientado para a visita a museus e itinerários culturais, considera-se que o turismo criativo é, cada vez mais, uma forma de turismo orientado para a interação entre as várias atividades, das quais podemos destacar, por exemplo, as indústrias culturais tradicionais, as experiências ligadas ao universo imaterial das artes, das tradições, da cultura local, da preservação do património e as atividades decorrentes das novas tecnologias.

A relação entre o turismo cultural, o turismo criativo e as principais formas de desenvolvimento, bem como a sua relação com os diferentes tipos de experiências turísticas, podem ser encontradas em vários destinos tais como, Viena de Áustria, Edimburgo, Sevilha, Berlim, Milão, Frankfurt, Santa Fé ou Sydney, sendo estes alguns dos exemplos de cidades da Rede de Cidades Criativas, um programa lançado pela UNESCO em 2004. A nível nacional, podemos encontrar referências no Alto Minho, Guimarães, Óbidos, Santa Maria da Feira, entre outros. No entanto, Portugal ainda não dispõe de uma cidade nomeada nesta rede.

Em Santa Maria da Feira o Antigo Matadouro, inaugurado em 5 de março de 1937 e laborou até aos finais da década de 90, é agora um espaço reconvertido no Imaginarius Centro de Criação, Arte e Espaço Público (Figura 12).



**Figura 12: Imaginarius Centro de Criação, Arte e Espaço Público**

Fonte de dados: Gabinete de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Tem como objetivos, a criação em residência para a promoção de um contexto favorável à receção de artistas e criativos, nacionais e internacionais, dos mais diversos domínios artísticos, possibilitando o encontro e o entrecruzamento multidisciplinar, o diálogo multicultural e a aproximação à comunidade, numa lógica comum de aprendizagem e concretização artística; a participação ativa das diferentes comunidades locais como uma das prioridades, transversal a todo o seu programa. O desenvolvimento de projetos educativos, a qualificação e profissionalização dos agentes e a formação de massa crítica informada e consumidora de produtos culturais, é uma das premissas deste projeto. Nesta perspetiva das indústrias criativas, pretende-se a geração de um sistema cultural sustentável, apoiado na internacionalização e na mobilidade dos artistas e dos

projetos, sustentado na participação ativa em redes nacionais e internacionais de trabalho, no acolhimento e na coprodução de espetáculos transnacionais, no intercâmbio artístico e na promoção internacional dos conteúdos produzidos no Imaginarius CC.

#### **2.4. O Sector turístico português e os seus primórdios**

O século XVIII e XIX, é o período que vai até à institucionalização do turismo em Portugal, uma época romântica e elitista. Nesta altura havia dificuldades em realizar viagens, só alguns é que as faziam; havia viajantes e não turistas, por isso abundavam os livros de viagens nos séculos XVIII e XIX. Quem viajava, fazia-o para se cultivar intelectualmente e não por prazer. Na segunda metade do século XVIII e início do século XIX aparecem as primeiras viagens de recreio.

A partir do momento em que foi despertada a vontade de excursionar, restava apenas aguardar que aparecessem os meios logísticos, cómodos e baratos, capazes de satisfazer tais intenções. Eles vão aparecendo uns a seguir aos outros (principalmente em Inglaterra): estradas de macadame e vapores (1815), comboios (1825), telégrafos (1837), hotéis padronizados (1830-1840) e, por fim o moderno agente de viagens (Thomas Cook, 1841).

Como é natural, os progressos que este proto turismo foi absorvendo ao longo da primeira metade do século XIX, tiveram em Portugal uma expressão consoante o seu próprio desenvolvimento. Só após as invasões napoleónicas (1807-1810) e a absorção das convulsões políticas e civis provocadas pelo ajustamento da sociedade às novas concepções liberais (1820-1847) é que o país dispôs de condições propícias a um desenvolvimento sustentado e abrangente que, por seu turno, irá permitir o anúncio de acalmia e estabilidade política e social para os potenciais visitantes.

O turismo é um fenómeno desconhecido em Portugal até meados do século XIX e “o verdadeiro turista, ou seja, o estrangeiro que viaja só para se recrear, só no princípio do século XX se começa a interessar pelo nosso país” (Spartley, 1936). Nesta altura, a enorme divulgação de publicações por parte dos mais extraordinários escritores portugueses que escreveram de forma primorosa sobre as viagens: Almeida Garrett, para quem “as viagens fazem parte da boa e nobre educação”, Eça

de Queirós que de forma sublime descreve o Egipto, Ramalho Ortigão, infatigável viajante, que tal como Rousseau, percorreu o país porque “nada há de mais valioso e propício à nossa higiene intelectual e moral do que as viagens”. Elas são, aliás, “indispensáveis, no meio da lamentável desmoralização em que nos dissolvemos, para nos ensinarem a amar a Pátria pelo que nela é imortal, incorruptível e sagrado”. A desmoralização ainda por cá anda, mas já não se viaja para amar a Pátria! (Cunha, 2010).

Apesar de todos estes escritores evidenciarem os aspetos pedagógicos das viagens, é Alexandre Herculano que nelas prevê o interesse económico, como meio de preservação dos valores culturais e patrimoniais portugueses: “Quando a arte e os factos históricos se tornam recomendáveis convertem-se em capital produtivo”. E, para ser mais convincente na esperança de que a inteligência descubra a resposta, coloca a seguinte pergunta: “Calculai quantos viajantes terão atravessado Portugal neste século. Credes que esses romeiros da arte voltam da romagem aos seus lares sem despende muito ouro, e esqueceis que esse ouro fica por mãos portuguesas?” (Herculano, 1839).

É, contudo, na transição do século, quando Portugal atravessa “uma espécie de marasmo triste que o não deixa tomar conta de si mesmo” (Marrecas, 1915), que surgem, timidamente, vozes abalizadas que vêm no turismo uma forma de ultrapassar alguns dos graves problemas com que o País se defronta.

No decénio de 1860 vivia-se um autêntico boom económico em resultado das grandes obras públicas lançadas por Fontes Pereira de Melo, conhecido pelo Fontismo (Marques, 1989) que nos fez “entrar em cheio no capitalismo europeu” (Martins, 1887), porém o endividamento externo e o défice orçamental que delas resultou criou uma situação calamitosa. Nos finais do século XIX, o País estava em crise profunda com falência de bancos, suspensão da amortização da dívida pública e o colapso da balança de pagamentos, levando os credores externos a exigirem ao governo o respeito dos seus compromissos. É neste contexto que o Ministro da Fazenda, Mariano de Carvalho, se apercebe, em 1893, que “Lisboa lucraria enormemente se pela afluência de passageiros, aqui ficassem quantias avultadas”. Para isso era preciso que “Lisboa fosse uma estação de inverno com todos os jogos e recreios próprios das cidades desta ordem”, mas, desoladamente, chegava rapidamente à conclusão de que é “coisa de que não cuidamos”, porque não

existiam atrativos para estrangeiros que os chamasse, pelo contrário, afugentava-os (Pina, 1991).

## **O alvorecer do turismo em Portugal (primeira metade do século XX)**

Assim, e de acordo com Freitas e Ventura (2011, verificamos que temos várias etapas do desenvolvimento do Turismo em Portugal:

### **Primeira etapa decorre de 1900 a 1950, correspondendo à Infância**

Em 1906, assistimos à criação da Sociedade de Propaganda de Portugal, sociedade de iniciativa privada, com objetivos de promoção do turismo a nível interno e internacional. Neste período o turismo a nível interno está assente nas estâncias termais e o turismo internacional baseava-se na Madeira e Lisboa

1911 – Criação da primeira organização oficial de turismo – Repartição de Turismo, para promover estudos e deliberar sobre as conclusões, melhoria de infraestruturas, de estradas, melhores alojamentos e pousadas.

1920 – A Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP) abriu 143 representações por todo o país, para organizar e divulgar o inventário de todos os monumentos, riquezas artísticas, curiosidades e lugares pitorescos do país; promover a concorrência de estrangeiros e uma maior circulação de nacionais dentro do território.

Este organismo permitiu o lançamento do plano de aproveitamento turístico do Estoril, primeiro grande centro internacional do país e lançamento do programa de construção de pousadas que constituem uma imagem de marca do turismo português deste período.

1928 – O jogo ficou ligado ao turismo e criou-se a Repartição de Jogos e Turismo integrada no Ministério do Interior, em 1929 surgiu o Conselho Nacional de Turismo e em 1930, surgiu a Comissão de Propaganda do Turismo em Portugal.

Neste mesmo ano foi criada a comissão de propaganda do Turismo de Portugal no estrangeiro e foram criadas casas de Portugal em Paris, Londres e Antuérpia.

No início da década de 30, as entradas de estrangeiros cifravam-se em 51 mil enquanto na por exemplo em Itália entravam 5 milhões de estrangeiros, cujas motivações eram os negócios e peregrinações.

A guerra civil de Espanha (1936-1939) reduziu as entradas de turistas deste país e a II Guerra Mundial (1939-1945) limitaram profundamente as correntes turísticas internacionais., mas aumentou o número de refugiados, em particular devido à ação do cônsul de Portugal em Bordéus, Aristides de Sousa Mendes que emitiu milhares de vistos aos cidadãos caminho da América ou de África. Todavia, o Estoril foi beneficiado com este surto de refugiados. No após-guerra os acréscimos do número de entradas de estrangeiros são discretos.

### **Segunda Etapa: 1950 a 1963: Adolescência**

No início da década de 50, Portugal não acompanhou a nova era do turismo na Europa, devido ao atraso sobre o aperfeiçoamento dos meios materiais exigidos pela vida moderna, uma vez que o turismo deveria ser encarado como uma verdadeira indústria, tendo de se subordinar os princípios de organização administrativa.

No entanto, percebe-se a importância do turismo, que começa a ser entendido como atividade económica que envolve vários sectores da economia. Reconhece-se a falta de infraestruturas e a fraca qualidade da oferta turística e nesse sentido para se relançar o turismo foi promulgado um conjunto de leis ainda na década de 50 (1952 – Estatuto do Turismo ), que estabeleceram uma nova estrutura para a atividade, iniciando a sua descentralização e criando o Fundo de Turismo em 1956, destinado a assegurar o fomento do turismo, assegurar o fomento do turismo no País e a auxiliar e estimular o desenvolvimento da indústria hoteleira e de outras atividades que se relacionem com o turismo.

Neste mesmo ano 1956 foi publicada a Lei 2082 que passou a constituir a lei base do turismo, que permitiu serem criadas zonas de turismo nos concelhos em que existiam praias, estâncias hidrológicas ou climáticas, de altitude, de repouso ou de recreio ou monumentos.

A criação destas zonas passou a depender de requerimento da respetiva Câmara Municipal por se entender que a execução de uma política local de turismo se poderá desenvolver com a participação dos interesses municipais e para ser eficiente terá de ser vivida e sentida pelo agregado de pessoas que formam o concelho.

Na década de 60, a atividade foi considerada fundamental nos Planos de Fomento do Estado Novo.

Os resultados foram excelentes 250 mil turistas visitam Portugal em 1956, ano do ressurgimento, 1 milhão em 1964, 2.5 milhões em 1968.

### **Terceira etapa: 1964 a 1973: Maioridade, com a afirmação de Portugal como país de destino do turismo internacional**

O ano de 1964 marca o início do verdadeiro desenvolvimento do turismo português, com a consolidação da recuperação económica dos países industrializados afetados pela guerra, seguindo-se um boom económico, a generalização do automóvel e das férias pagas, bem como o desenvolvimento explosivo do trânsito aéreo. Estas condicionantes permitiram que em 1964 se ultrapassou, pela primeira vez, o milhão de entradas, tendo tido um forte contributo dos seguintes fatores: localização geográfica, condições climatéricas e preços praticados.

Surgiram os grandes empreendimentos turísticos que polarizam as atenções e concentram os investimentos: Algarve Madeira e Troia, registando-se uma perda de posição dos centros tradicionais e desvio de investimentos para os novos polos turísticos.

No entanto, o país não estava preparado, nem soube preparar-se, quer no que respeita aos circuitos de distribuição, quer em infraestruturas surgindo assim os primeiros desequilíbrios estruturais: em 1963, o distrito de Lisboa concentrava quase 30% da capacidade hoteleira, o Algarve e a Madeira dispunham apenas de 5 e 3,3% respetivamente, da capacidade hoteleira.

Tratava-se de um turismo altamente concentrado no distrito de Lisboa e fortemente dependente de três mercados, do ponto de vista externo: Reino Unido, França e Estados Unidos da América. Para combater essas assimetrias, construíram-se os aeroportos do Funchal e do Algarve permitindo estabelecer relações aéreas com os principais centros emissores, procurando-se adaptar a organização administrativa às novas situações, pela transformação da Direção de Serviços de Turismo em Comissariado do Turismo, que, pouco tempo depois, dá lugar à Direção Geral do Turismo, a criação do Centro de Formação Turística e Hoteleira destinado a superintender na formação profissional.

O turismo, que, até aí, não tinha sido objeto de qualquer planeamento, passando como já verificamos anteriormente a ser enquadrado nos Planos de Fomento, sendo atribuído ao turismo o papel de “motor do desenvolvimento económico”, mas sem definição de um modelo global de desenvolvimento turístico e sem enquadramento numa política de ordenamento do território e aproveitamento dos espaços.

Multiplicaram-se os empreendimentos desligados de uma conceção de desenvolvimento regional e sem infraestruturas adequadas, resultando os primeiros desgastes do ambiente e do património natural, as disfunções ambientais e descaracterização, particularmente, em certas zonas que se tinham revelado com vocação para o turismo.

Não se preveniu a destruição dos espaços nem a descaracterização, pretendendo-se um desenvolvimento turístico que evitasse os erros que já eram preocupantes em Espanha, mas que acabaram por se cometer os mesmos; desejando-se inclusive uma oferta equilibrada, mas a construção dos meios de alojamento não foi acompanhada, nem pelos equipamentos de animação e de ocupação dos tempos livres, nem pela protecção dos espaços envolventes.

Em 1973, as entradas de estrangeiros ultrapassaram os 4 milhões, tendo a Alemanha, a Espanha, a França, o Reino Unido e os Estados Unidos da América a serem os primeiros clientes de Portugal.

A oferta hoteleira aumentou significativamente: com 59 mil camas, em 1964, atinge as 86 mil, em 1973, passando o Algarve a deter cerca de 16% da capacidade hoteleira e a Madeira 9,5%. e o distrito de Lisboa baixou a sua participação no conjunto da capacidade hoteleira para 27%.

Neste período desenvolvem-se novas formas de alojamento (aldeamentos turísticos, apartamentos, motéis) e novas formas de exploração (títulos de férias, multipropriedade), onde se a procura dominante se caracteriza pela busca do sol, do mar e das praias de areia fina que existem em abundância no país. Todo o desenvolvimento do turismo se concentra na exploração destes atrativos, com abandono do turismo do interior e dos valores turísticos em que as regiões do interior são particularmente ricas: termalismo, cultura, gastronomia, paisagens.

O turismo, em Portugal, passa a ser sinónimo de «litoral».

#### **Quarta etapa: a partir de 1974. Maturidade**

Em finais de 1973, com a eclosão da crise energética, operaram-se grandes transformações a nível económico que deram origem a uma crise económica internacional com a diminuição da produção e o aumento do desemprego a conviver com elevadas taxas de inflação, os desequilíbrios ecológicos provocados por deficiente aproveitamento dos recursos naturais e os novos comportamentos do consumidor que influenciam, profundamente, a procura turística.

Simultaneamente, em Portugal, dá-se, em 1974, a revolução de 25 de Abril provocando grandes transformações económicas, sociais e políticas e ocasionando o afluxo de grande massa de desalojados das ex-colónias que passam a ocupar os alojamentos hoteleiros, com as entradas a reduzirem-se para metade do ano anterior. As receitas externas que, em 1973, haviam ultrapassado os 13,5 milhões de contos baixaram para 9,2 milhões. Somente a 23 de dezembro de 1975, na vigência do VI Governo Provisório, se declara o turismo como «atividade privada e prioritária», criando-se, na mesma oportunidade, uma entidade para gerir o parque hoteleiro sob o domínio do Estado, a ENATUR.

A nível institucional só se operaram algumas modificações de relevo em 1979, com a criação da Secretaria de Estado do Turismo. Apesar de tudo, o sector reagiu rapidamente e, em 1979, as entradas de estrangeiros atingiram novo máximo proporcionando 46 milhões de contos de receitas externas.

A recuperação só se acentua a partir de 1980, ano em que se renova a política de incentivos estatais, imprescindível ao crescimento e melhoria da qualidade das estruturas e dos produtos turísticos, tendo sido lançado o Plano Nacional de Turismo, que visava a melhoria da qualidade de vida dos portugueses; atenuar as assimetrias regionais e contribuir para a protecção do património natural e valorização do património cultural.

no período 1980 a 1992, Portugal registou a nível europeu as mais elevadas taxas de crescimento: em dez anos triplicaram as entradas de turistas.

Este crescimento foi gerador de euforias utópicas e produziu efeitos perversos e desenvolveu o espírito do lucro fácil e apesar do extraordinário crescimento da procura, o turismo português passou a viver em estado de crise latente ou explícita derivada do excesso de oferta, da inadequação das infraestruturas, do desordenado aproveitamento dos espaços, etc.

No âmbito da procura registaram-se alguns desequilíbrios: a origem dos turistas que visitavam Portugal concentrou-se excessivamente nos mercados britânico e espanhol, o que tornou o turismo português bastante vulnerável: concentração em termos de mercado de origem; mais de metade das dormidas de estrangeiros na hotelaria global provém do Reino Unido e da Alemanha e cerca de dois terços de dormidas em todos os meios de alojamento provêm destes dois países e da Espanha; concentração territorial: só o Algarve detém mais de 40% da oferta turística nacional e em conjunto com a Costa de Lisboa, absorve 70% de todas as dormidas de estrangeiros; em termos de concentração em atrativos e motivações é o sol e o mar que servem de base essencial à oferta e aposta-se fundamentalmente nas motivações que estão na origem da procura do sol e do mar. Assim um dos desafios mais prementes com que o turismo português se passou a defrontar é, então, o da diversificação. O seu equilíbrio e o seu crescimento sustentado dependem fortemente: da diversificação de mercados; de produtos e de motivações a par da adoção de estratégias empresariais baseadas na inovação e no desenvolvimento e na resposta às motivações e necessidades dos clientes.

Com o fim de adotar uma nova estratégia para o desenvolvimento do turismo foi lançado, em meados da década de oitenta, um Plano Nacional de Turismo que tinha como objetivos: contribuir para a atenuação dos défices cambiais; contribuir para atenuar os desequilíbrios e assimetrias regionais; contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos portugueses; contribuir para a protecção do património natural e valorização do património cultural.

Em 2007 foi lançado o PENT, Plano Estratégico Nacional do Turismo, que serve de base à concretização de ações definidas para o crescimento sustentado do turismo nacional nos próximos anos e orientar a atividade do Turismo de Portugal IP, entidade pública central do sector.

Apesar da atividade turística em Portugal, se constituir um fenómeno relativamente recente enquanto atividade económica organizada apresenta uma já considerável diversificação e segmentação, ainda que continue a assentar fortemente no chamado turismo balnear litoral ou turismo de sol e mar. Este é, de facto, o sector mais massificado, aquele que mais nacionais faz deslocar dentro do país e que maior número de estrangeiros atrai, sendo, portanto, o sector de mercado turístico de maior significado económico e de maior relevância geográfica, quer pela

importância de que se reveste na mobilidade da população, quer pelo papel que desempenha na transformação dos espaços e da paisagem, quer, ainda, pelos impactes ambientais e sociais que gera (Cunha, 1995).

#### **2.4.1. O Turismo português no Mundo**

A importância de um forte investimento e de um trabalho articulado entre entidades públicas e privadas, iniciado há mais de uma década.

O ano de 2016 ficou marcado por resultados históricos para o turismo nacional nos principais indicadores: dormidas, receitas, hóspedes, emprego e exportações, sendo mesmo considerado a maior atividade económica exportadora do país, com 16,7% das exportações.

Para além disso, o crescimento do turismo aconteceu em todas as regiões e ao longo de todo o ano, produzindo um desejável efeito de arrastamento e de alavancagem da economia nacional.

“Apesar do bom momento que o turismo vive em Portugal, importa preparar o futuro, assumir compromissos a longo prazo, dinamizar o trabalho conjunto entre todos os intervenientes na atividade e antecipar os desafios da próxima década. Surge assim, com base numa discussão aberta e participada por todos, a Estratégia para o Turismo em Portugal – a Estratégia Turismo 2027.

Este documento consubstancia uma visão de longo prazo, que se compagina com ações concretas no curto prazo, permitindo, deste modo, atuar com maior sentido estratégico no presente e, simultaneamente, enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio 2021-2027.

Liderar o turismo do futuro é o mote desta estratégia, focada nas Pessoas, que: define uma visão: afirmar o turismo para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo; estabelece prioridades, definindo cinco eixos estratégicos, com as respetivas linhas de atuação: valorizar o território; impulsionar a economia; potenciar o conhecimento; gerar redes e conectividade; projetar Portugal; se compromete com metas de sustentabilidade económica, social e ambiental.

As metas de sustentabilidade económica: aumentar a procura em todo o território: 80 milhões de dormidas; crescer em valor: 26 mil milhões de euros em receitas; Metas de sustentabilidade social: alargar a atividade turística a todo o ano, atingindo em 2027 o índice de sazonalidade mais baixo de sempre; duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo (de 30% para 60%); assegurar que o turismo gera um impacto positivo nas populações residentes; Metas de sustentabilidade ambiental: assegurar que mais de 90% das empresas do turismo adotam medidas de utilização eficiente de energia e da água e desenvolvem ações de gestão ambiental dos resíduos”.(Estratégia Turismo:2017:6).

Para se alcançar estes objetivos a mesma Estratégia Turismo 2027 foca-se ainda em “dez ativos estratégicos do turismo nacional: pessoas; clima e luz; história e cultura; mar; natureza; água; gastronomia e vinhos; eventos artístico-culturais, desportivos e de negócios; bem-estar; living – viver em Portugal.

A Estratégia que aqui se desenha para ser construída por todos pauta-se por um planeamento de horizonte lato, contendo as principais linhas estratégicas de atuação, operacionalizadas através de projetos orientados para o curto e médio prazo. Neste sentido, o documento estratégico define, para o horizonte 2017-2020, um conjunto de projetos prioritários enquadrados nos vários eixos estratégicos”. (Estratégia Turismo: 2017:7).

Portugal é considerado um dos países mais competitivos do mundo no setor do turismo, tendo recebido, em 2016, pela primeira vez, mais turistas estrangeiros do que a total população portuguesa residente – 11,4 milhões. Também as receitas geradas pelo turismo têm registado um forte crescimento e, atualmente, o setor tem um peso no PIB (Produto Interno Bruto) de quase 7 por cento. O País é também um destino turístico cada vez mais apreciado e procurado tanto pelos estrangeiros como pelos portugueses, tendo o setor do turismo encerrado o ano de 2016 com todos os indicadores a crescer. Foram registados 19 milhões de turistas – um crescimento de 9,8 por cento – e, pela primeira vez, o número de estrangeiros ultrapassou o número da população portuguesa: Portugal recebeu 11,4 milhões de turistas estrangeiros. Os aumentos refletiram-se também nas receitas, com um crescimento de 10,7 por cento, correspondente a 12,7 mil milhões de euros e a um peso no PIB de 6,9 por cento. No emprego, o setor gerou 328 mil empregos, aumentando 14,2 por cento (mais 48 mil) face a 2015 (dados INE).

Como poderemos verificar, o turismo atingiu números recorde em Portugal, valendo a pena destacar: Ritmo de crescimento das receitas turísticas e dos proveitos hoteleiros mais acelerado do que o aumento de hóspedes; Aumento de 1,5 milhões de lugares na capacidade aérea; Diversificação de mercados, com crescimentos expressivos do mercado americano, polaco e brasileiro; Crescimento de 5 por cento do mercado interno; Aumento significativo de número de prémios internacionais (491 face a 157 obtidos em 2015); 1.500 novas empresas ligadas à animação turística.

Com um total de 53,5 milhões de dormidas em 2016 – 15,2 milhões de portugueses e 38,3 milhões de estrangeiros –, os principais mercados emissores para Portugal foram: Reino Unido (9,2 milhões), Alemanha (5,2 milhões) e Espanha (3,9 milhões). Todas as Regiões registaram crescimentos significativos, com destaque para os Açores com um aumento no turismo de 21 por cento, Porto e Norte, com mais 13 por cento, e Alentejo, com mais 11 por cento. De realçar igualmente a diminuição da sazonalidade na procura turística, de 37 para 35 por cento. De acordo com o Turismo de Portugal, verificou-se em 2016 um alargamento da atividade turística a meses menos tradicionais, tendo dois terços do crescimento acontecido na chamada época baixa. Outra característica é a sua atividade fortemente exportadora, uma vez que em 2016, as exportações de viagens e turismo ascenderam a 12.681 milhões de euros, segundo dados do Banco de Portugal. Já em 2017 ano, no período compreendido de janeiro a agosto, o total de exportações desta rubrica atingiu 9.902 milhões de euros, o equivalente a 50,7 por cento das exportações totais de serviços e a um crescimento homólogo de 18,7 por cento.

Quanto aos objetivos a concretizar até 2027, ou seja, durante os próximos dez anos, o Turismo de Portugal salienta os seguintes: duplicar as receitas: passar dos 12,7 mil milhões de euros em 2016, para os 26 mil milhões de euros em 2027. Aumentar o número de 53,5 milhões de dormidas (2016) para 80 milhões. Alargar a atividade turística a todo o ano, diminuindo o índice de sazonalidade de 37,5 por cento para 33,5 por cento. Aumentar os níveis de qualificação no turismo: duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo, de 30 por cento para 60 por cento até 2027. (Estratégia Turismo 2017, 2017).

Em 2016, Portugal foi considerado o 14º país mais competitivo do setor turístico no Índice de Competitividade das Viagens & Turismo do Fórum Económico Mundial, subindo uma posição relativamente a 2015.

Assim e de acordo com esta estratégia, o interesse turístico que podem ter os eventos é cada vez maior, se os considerarmos como potenciais recursos. Apenas os eventos de cariz popular e festivo, as festas municipais, as celebrações religiosas populares, os carnavais, etc. se podem contar aos milhares (Gonzalez y Miralbell, 2008). A grande maioria destas celebrações tem um carácter local, mas algumas podem motivar a movimentação de um elevado número de visitantes e de turistas, podendo inclusivamente constituir-se num produto consolidado de um destino (Semana Santa de Braga e de Santa Maria da Feira, a Viagem Medieval ou as Nicolinas de Guimarães).

Um fator fundamental para o êxito de uma organização de eventos é compreender os motivos que induzem a ser consumidos por parte da procura. A motivação da procura turística é importante pelo menos por três razões: 1) permite melhorar o desenho de produtos e de serviços vinculados a organização do evento e definir programações racionais bem como objetivos que satisfaçam as expectativas dos visitantes (Nicholson & Pearce, 1997); 2) dado que a motivação é um passo prévio à experiência turística, incide sobre o nível de satisfação turística (Crompton & McKay, 1997), e 3) facilita a compreensão do processo de compra dos turistas que consomem os eventos.

Alguns estudos sobre o consumo de eventos revelam a existência de diferentes categorias motivacionais aplicável a qualquer evento. Segundo estes estudos de caso, os visitantes expressam sete motivos principais para a assistência dos eventos (Lee et al, 2004): a novidade e o desejo de consumir novas experiências turísticas, a socialização e interatividade com outros indivíduos, o prestígio social que transmite entre a comunidade ser visto a participar num determinado evento, o descanso em relação a um atividade quotidiana, a educação e a obtenção de conhecimentos, o desejo de aumentar a coesão entre os membros da família, e a nostalgia ou o desejo de voltar a experimentar comportamos ou sensações já vividas anteriormente noutras etapas da vida. Embora como temos verificado, o consumo de eventos pode obedecer a motivações distintas e a sua análise é crucial para

melhorar a sua comercialização, todavia existem poucos estudos de motivação e satisfação entre os participantes (González et al, 2008).

Um elemento fundamental para valorizar o nível de satisfação entre os participantes, é a experiência vivida durante o decorrer dos eventos. A experiência deve ser única e calar fundo o participante para que possa ser recordada como memorável. Esta experiência vivida, pode-se classificar, de menor a maior profundidade, como básica (o evento produz um estímulo ou reação emocional no visitante, mas o resultado é insuficiente de forma a permanecer durante muito tempo na sua memória), memorável (o evento é memorizado e recordado durante muito tempo), e transformadora (o evento provoca mudanças duradouras na atitude ou comportamento dos participantes) (O'Sullivan & Spangler, 1998).

## **2.5. A origem dos eventos**

Canton (1997) define evento como: “conjunto de ações profissionais desenvolvidas com o objetivo de atingir resultados qualificados e quantificados junto ao público-alvo; conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo através do lançamento de produtos, da apresentação de pessoas, empresas ou entidades, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar o seu público-alvo; realização de ato comemorativo, com ou sem finalidade mercadológica, visando apresentar, conquistar ou recuperar o seu público-alvo.”

O mesmo autor (2002:84) acrescenta ainda que “os eventos são acontecimentos que têm suas origens na antiguidade e atravessam diversos períodos da história da civilização humana, chegando aos nossos dias. Nessa trajetória configuram-se características económicas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época e que até hoje poderão ser observadas, salvaguardando os interesses e o perfil económico e sociocultural de cada ocasião”.

Os primeiros registros que identificaram deslocações, e que podemos considerar como origens do turismo, mais especificamente do turismo de eventos, foram os primeiros Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C. De quatro em quatro anos os Jogos Olímpicos aconteciam na Grécia e possuíam caráter

religioso e nesse período nenhum tipo de combate era travado. Foi a partir desse evento que foi desenvolvido o espírito da hospitalidade.

As Festas Saturnálias, que deram origem aos carnavais, foram instituídas em 500 a.C., e constituíram-se noutra categoria de evento datada da Antiguidade Clássica. Durante esses festejos, era subvertida a ordem social: os escravos podiam considerar-se temporariamente homens livres e esta festa acolhia além do lazer, os anseios, as esperanças e o folclore das regiões

O primeiro evento com características técnicas e informativas foi registrado em 377 a.C. e foi denominado Congresso. Aconteceu em Corinto, Grécia, e reuniu todos os delegados das cidades gregas. Mais aproximado a uma Assembleia do que a um Congresso, o evento elegeu Felipe como o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia (Matias, 2004).

O último evento da Idade Antiga, a Conferência de Luca, aconteceu no ano de 56 a.C. O objetivo de César ao realizar esse evento era atrair para Luca, norte da Itália, os rivais Pompeu e Crasso, de forma a reconciliá-los. Com o declínio da Era Antiga, surgiu o cristianismo, combatido firmemente pelos romanos. Estes, todavia, não conseguiram acabar com a doutrina, tentaram o apoio do crescente número de cristãos que, por sua vez, não viam com bons olhos o aumento da riqueza e do poder da Igreja.

Com a queda do Império Romano, o triunfo do Cristianismo e o estabelecimento de reinos germânicos em terras que haviam sido romanas marcaram o início da Idade Média. A falta de segurança realmente impossibilitava o acesso das pessoas a outros lugares, o que fez estagnar o que poderia se chamar “o início do mercado de eventos”. A civilização antiga deixou como legado o desenvolvimento da hospitalidade, o início da infraestrutura de acesso nas estradas e locais de eventos.

Porém, para o turismo de eventos, a Idade Média foi bastante significativa, porque esse período foi marcado por uma série de eventos religiosos e comerciais. Os concílios, as representações teatrais, as feiras comerciais foram os principais tipos de evento que marcaram essa época. Como os membros do clero eram autoridade máxima à época, a segurança desses eventos de caráter religioso não era uma preocupação. Já os participantes da feira, os mercadores, tinham que pagar tributos ao senhor ou ao clero para garantir sua segurança.

As representações teatrais tinham certo caráter religioso, visto que foram introduzidas na missa para quebrar a monotonia do ritual. A encenação facilitava o entendimento da passagem bíblica em questão. Posteriormente, as representações passaram a compor outras cerimónias, atraindo muita gente. Assim, as Igrejas não conseguiam acolher tantos espectadores, e assim o teatro ganhou as ruas, praças públicas e, finalmente, anfiteatros. Em relação a este tipo de evento, deve ser ressaltada a manifestação de teatro medieval, que acontece na cidade alma de Oberammergan, desde 1634, onde é encenada a Paixão de Cristo.

As feiras que tinham uma duração média de sete semanas, estimulavam a cadeia produtiva. Estes eventos proporcionaram deslocções de pessoas interessadas em trocar mercadorias, realizar negócios, conhecer novidades e fazer intercâmbio cultural. O surgimento das hospedagens como albergues e estalagens, bem como a melhoria das condições de viagem, com as carruagens, beneficiaram o turismo de eventos (Matias, 2004).

A partir da Revolução Industrial, com a transformação do trabalho, da economia manual para a mecanizada e com a introdução da energia a vapor ou combustão, novas formas de transporte e comunicação apareceram, refletiram-se também nos tipos de eventos realizados, que passaram a ser mais científicos e técnicos.

Como corolário deste processo de desenvolvimento tecnológico que, em meados do século XIX, surgiram as chamadas World's Fair ou Exposições Mundiais e Universais (a primeira realizou-se em 1851 no Crystal Palace em Londres, sob o título "Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações"). Desde então, já se realizaram 56 edições, projetando este megaevento de uma forma global (Vieira 2012).

Poderemos ver na tabela 11 a cronologia dos eventos mundiais primitivos:

**Tabela 11: eventos primitivos**

Ano	Evento	Local
1681	Congresso de Medicina Geral	Roma
1760	primeira Exposição Industrial	Londres
1793	segunda Exposição Industrial em Londres	Londres
1815	Congresso de Viena	Viena
1841	Congresso que abordou a problemática do Alcoolismo	Leicester e Loughborough
1844	Conferência de Berlim	Berlim
1851	Grande Exposição em Londres	Crystal Palace em Hyde Park - Londres
1919	Conferência de Paz	Paris

Fonte de dados: Cunha, L. Introdução ao Turismo.2013

No século XX, o surgimento do automóvel deu impulso à indústria de eventos. Mais tarde, as viagens aéreas se expandiram, garantindo mais rapidez e conforto aos viajantes e encurtando as distâncias dos eventos.

A partir da segunda guerra a aviação se incorporou ao turismo e trouxe uma grande revolução para o setor. A aviação proporcionou ao turista percorrer longas distâncias em curto prazo, com custos mais acessíveis. A forma atual de organizar eventos teve início no século XIX, visando à divulgação comercial ou cultural, contudo só no pós-guerra, é que as ideias e conceitos de evento realmente se afirmaram.

Hansen et al. (2003), no seu trabalho sobre a organização dos festivais europeus, a maioria dos eventos tinham a sua origem em dois possíveis motivos “cidades ou regiões que tentam aumentar a sua popularidade ou obterem vantagens económicas, ou numa ideia ou num entusiasta”. Os eventos que emergem da primeira motivação parecem ser mais sustentáveis, de acordo com Hansen et al. (2003),” porque as comunidades locais e / ou o setor público apoiam-nas, enquanto o segundo tipo pode sofrer problemas de continuidade se o autor da ideia deslocar ou perder o interesse” (citado por Richards & Palmer, 2010, p.48).

No entanto em “muitos casos, os eventos combinam uma mistura dessas duas origens - muitas vezes eles são iniciados por indivíduos e depois apoiados pelo setor público após terem alcança sucesso. Alguns argumentam que o papel inicial do indivíduo empreendedor está a ser gradualmente assumido pela cidade

empreendedora ou região, ansiosas em capitalizar o "boom" do festival (citado por Richards & Palmar, 2010, p.48), o que, de certa forma, ainda é válido para o contexto atual.

“Ao longo da História, os eventos evoluíram e desenvolveram-se bastante, acompanhando a evolução histórica das civilizações. Nos dias de hoje, os eventos (sejam de pequena escala, sejam de grande escala) ganharam um papel enorme na sociedade e na economia, mas também na política e na competitividade de países, regiões e cidades. “Eles têm uma função importante dentro da sociedade, permitindo aos participantes a oportunidade de afirmarem as suas identidades e partilharem rituais e celebrações com outras pessoas” (Raj et al., 2009, p.1).” (Simões: 2012:13).

### **2.5.1. Turismo de eventos: fundamentação**

A palavra "evento" apresenta definições diferentes, não se contradizendo, a partir do ponto de vista daqueles que o organizam e participam nele (Martin, 2003). Exemplo disso, de acordo com Martin (2003: 35) é a possibilidade de destacar sua abrangência conceituando-o "[...] todo o facto inusitado que envolve pessoas." como também compreendê-lo pela ótica dos eventos de negócios:

[...] a reunião ou agrupamento de duas ou mais pessoas, com interesses comuns, com objetivo específico de adquirir produtos ou serviços; atualizar ou divulgar informações; conseguir aperfeiçoamento, motivação para alcançar ou superar metas; a capacitação técnica do participante e/ou a compra de bens e equipamentos complementares ao desenvolvimento da sua atividade profissional (Martin:2003: p.35).

Cunha (1997) refere-o ao considerar o turismo de negócios como qualquer atividade que englobe a participação em congressos, viagens de incentivo e interesses específicos, independentemente da efetivação ou não de um negócio. Podemos considerar, deste modo, que o turismo de negócios consiste na viagem motivada por interesses profissionais e/ou outros que impliquem a participação em reuniões. No âmbito da viagem, só por si referência turística relevante, as propostas de turismo estão presentes e resultam do entendimento do lazer como atividade capaz de permitir descanso, recreio, divertimento, desenvolvimento e formação - na perspetiva da procura -, e desenvolvimento local e sustentabilidade ambiental – na perspetiva da oferta.

Watt (2004) salienta a importância de reconhecer nos eventos as suas particularidades e tratá-los de acordo com suas características e necessidades. Com isso o autor explicita que caso os eventos não sejam encarados de acordo com a sua singularidade, a sua identidade, muitas vezes organizam-se congressos, exposições de fraca qualidade, onde o que eventualmente estabeleça a diferença não é respeitado. Para que isso não aconteça é necessário que os empresários e os decisores entendam a necessidade da especialização de profissionais e percebam a imprescindibilidade de gestores de eventos na sua estrutura, isto é, pessoas que atendam aos requisitos específicos da indústria (Allen et. al, 2008).

## **2.5.2 Classificação de eventos**

De acordo com Getz (2008, p.29) existem oito tipos de categorias de eventos planejados, baseados essencialmente nas diferenças da sua intenção, propósito e programa. Na categoria das celebrações públicas incluem-se os festivais comunitários, que por norma contêm uma variada programação e têm como objetivo promover o orgulho cívico, enquanto outras estão previstas para fins de competição, diversão, entretenimento, negócio ou apenas socialização. Muitas vezes, estes existem para fins especiais e os gestores/programadores de instalações como centros de congressos, convenções e espaços desportivos diminuem os custos de utilização quando são utilizados para determinado tipo de eventos (Getz: 2008: p.29).

Quanto aos Eventos Culturais: Carnavais, Festivais, Comemorações e Eventos Religiosos; os Eventos Educacionais/científicos: Conferências, Seminários, Ações de Formação; Eventos Privados: Casamentos, Festas e Reuniões; Eventos Políticos: Cimeiras, Ocasões Especiais, Visitas VIP; Eventos de Negócio: Reuniões e Convenções, Feiras e Exposições; Eventos Artísticos e de Entretenimento: Concertos e Cerimónias de Entrega de Prémios; Competições Desportivas e Atividades Recreativas. Acrescentamos que o dicionário define evento como sendo "qualquer coisa que aconteça, diferentemente de qualquer coisa que exista" ou "uma ocorrência, especialmente de grande importância" (Watt, 2004).

As definições para os eventos são bastante amplas, mas devem ser abrangentes para permitir sua universalidade, inata no caso do campo de lazer e turismo, que será abordado a seguir. Outras definições:

“Um evento especial é um facto que ocorre uma vez na vida, voltado a atender necessidades específicas em um determinado momento.

Os eventos de comunidades locais podem ser definidos como atividades estabelecidas para envolver a população local em uma experiência compartilhada, visando seu benefício mútuo”. (Wilkinson, 1998)

Ou ainda, tomemos a definição de que “Um evento especial reconhece um momento único no tempo, com cerimónia e ritual, para satisfazer necessidades específicas” (Goldblatt, 1997).

A definição pode ser flexível para se adequar a situações diferentes, mas um conceito exato em que se tratando de um departamento de eventos especiais, de um profissional de eventos ou ainda, de um grupo organizador, deve ser claramente estabelecido antes de darmos início a eventos específicos e ao trabalho que procuram (Watt, 2004).

Numa perspetiva de que existe uma diversidade de eventos, o mesmo autor sublinha que “Nos campos de lazer, turismo e outras áreas relacionadas, os eventos são extremamente diversificados”: apresentações artísticas, carnavais, festivais, ensaios, exposições artísticas, datas dedicadas ao meio ambiente, festivais de interior, receções, aparições de celebridades, feiras agrícolas, visitas a instituições e propriedades, visita a Jardins (garden displays), concursos de bandas, excursões de trailers, viagens de barco, roteiros históricos, mostras em museus, feiras profissionais, festivais de música, seminários educacionais, desfiles, feiras comerciais, comemorações, competições, torneios e apresentações desportivas, jogos de guerra (batalhas e combates), espetáculos de fogos-de-artifício, maratonas, festivais aéreos, festivais étnicos, caminhadas patrocinadas, feiras de animais, corridas à volta do mundo, concursos de beleza, apresentações teatrais, passeios ecológicos, ralis, competições militares, festas de rua, receções ao ar livre e feiras (Watt, 2004).

Getz (2009) sistematizou esta diversidade e integrou-as em três grandes tipologias - Hallmark Events, Special Events e Mega-Events (Eventos de Marca, Eventos Especiais e Mega Eventos, respetivamente).

Analisadas tipologias distintas de eventos, apresentadas por diversos autores com critérios diferentes podemos concluir que em Portugal se realizam todos estes

tipos de eventos e com este trabalho iremos conseguir compreender a importância que tem no desenvolvimento turístico.

Os eventos podem ser classificados de acordo com o público-alvo e com os objetivos propostos. Para conhecermos a classificação genérica de eventos, atentemos em Cesca (1997).

Os eventos fechados: são aqueles cujos públicos já está definido, que recebem um convite, e não são abertas precedências para novos participantes. Na entrada do local, o participante faz a sua inscrição. No final do evento, cada pessoa recebe um certificado de participação contendo: nome, total de horas cumpridas, temas desenvolvidos, chancela e assinatura da instituição/empresa que promoveu o evento.

Por outro lado, os eventos abertos: são aqueles destinados ao público de modo geral, que faz a sua inscrição antecipadamente ou paga o seu ingresso, como no caso da participação em espetáculos.

Tanto em eventos fechados quanto abertos, os convites ou inscrições confirmadas representam para o organizador do evento uma forma efetiva, segura de prever o número de participantes, e estabelecer possíveis ajustamentos quanto à receção do público-alvo.

Em relação à área de interesse, Helen Rita Menezes Coutinho na sua obra Organização de Eventos, sublinha que os eventos podem ser classificados em:

Artísticos: relacionado a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras. O lançamento de um livro, um recital de piano, são exemplos desse tipo de evento.

Científicos: trata de assuntos referentes às ciências naturais, sociais e biológicas, por exemplo, medicina, história, geografia, botânica e outros.

Cívicos: são os relacionados a comemorações que dizem respeito à história de um povo. Exemplos: 10 de junho ou 25 de abril, entre outros.

Comerciais: são os solicitados por empresas com o objetivo de promover o lançamento de um produto, ou de aumentar as vendas, ou de inaugurar um novo espaço, ou simplesmente de chamar atenção do público para os serviços prestados por esta ou aquela empresa.

Culturais: ressalta os aspetos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional.

Desportivos: são eventos que podem ser de ordem local, municipal, regional, nacional e até internacional. Exemplos característicos são entre outros os Ralis, as provas de Fórmula 1, e todas as modalidades de eventos que envolvam assuntos pertinentes ao desporto.

Folclóricos: são os relacionados a acontecimentos que dizem respeito a traços da cultura de um povo. Um exemplo são as Festas dos Santos Populares, que e propiciam aos participantes não somente a convivência social, mas, sobretudo a oportunidade de provar a gastronomia, bem como as músicas e trajes típicos das marchas populares.

Lazer: são aqueles que proporcionam o entretenimento aos participantes. Parques de diversões são exemplos bem característicos.

Promocionais: promovem um produto, uma pessoa, uma entidade, uma autarquia ou o governo, quer seja promoção de imagem ou apoio ao marketing.

Religiosos: eventos cujos objetivos são promover os valores morais e religiosos; integrar as pessoas adeptas dessa religião; chamar a atenção para adesão de novos fiéis; inaugurar um local como igreja, sinagoga, templo, etc.

Também Bettega (2001) apresenta uma classificação dos eventos, abaixo referida:

As assembleias – são reuniões cujos participantes são representantes de algum grupo, região, estado, país, etc. O objetivo da assembleia é debater assuntos de interesse geral dos participantes. Normalmente as conclusões são colocadas em votação, porém somente têm direito a voz e voto os participantes inscritos; os demais têm direito só a voz.

Os brainstormings – são reuniões que têm como objetivo principal a transmissão de ideias sobre determinado assunto. Num primeiro momento, a reunião participativa, é quando os presentes emitem opiniões sobre o tema em discussão. No segundo momento, o princípio é avaliativo, isto é, as ideias passam pelo crivo da avaliação e crítica. No final da reunião, os presentes terão como base as diretrizes que serão traçadas em busca dos objetivos propostos.

Os brunchs - a origem da palavra brunch vem da junção de breakfast (pequeno almoço) e lunch (almoço). Como o próprio nome sugere, este evento organiza-se em torno onde o venue assegura uma oferta gastronómica. É uma

forma de estabelecer comunicação entre os presentes ou discutir um tema específico.

Os colóquios - são reuniões normalmente geridas por uma determinada classe profissional para tomar uma decisão sobre um assunto estabelecido. Quando há muitos participantes, os subtemas são distribuídos nos grupos com a presença de um moderador. No final, o moderador passa as decisões aos presentes para apreciação e votação final.

Os conclaves – são reuniões essencialmente de carácter religioso, cujos temas normalmente são de ordem moral e ética.

As conferências – são reuniões que contam com a presença de um ou mais conferencista, que detêm amplo conhecimento de um determinado assunto. No final da exposição dos conferencistas é aberto um espaço para o público fazer perguntas. Estas perguntas deverão seguir uma ordem preestabelecida, como um número determinado, ou numa ordem sequencial.

Os congressos- são reuniões que acontecem geralmente dentro de uma classe profissional distinta (médicos, enfermeiros, professores, etc.), cuja finalidade é discutir temas propostos pela classe. Dependendo da complexidade do tema e do número de participantes, o evento pode ser realizado em vários dias.

As Convenções – são geralmente de cunho empresarial; tem por objetivo a transmissão de ideias a respeito de um tema específico, exemplo: troca de experiências a respeito de vendas. É uma oportunidade para a empresa transmitir motivação para os funcionários.

Os cocktails – são reuniões cujo objetivo é a comemoração de alguma data ou acontecimento.

Este evento é rápido, e são servidas bebidas, doces e salgados.

Os debates – são reuniões com o objetivo de debater um tema específico, onde se suscita a discussão entre pessoas ou grupos que defendem ponto de vistas diferentes.

Os encontros - são eventos com dimensão e duração variáveis, nos quais as pessoas se reúnem com a finalidade de discutir temas de interesse comum.

As exposições – são reuniões que têm como objetivo divulgar produtos ou serviços.

As feiras – tal como as exposições a feira têm como objetivo divulgar e também vender produtos. Cada expositor organiza o seu espaço denominado stand, para chamar a atenção do público e vender os seus produtos. As feiras podem ser de ordem comercial, industrial ou puramente promocional, porém o ponto forte de toda feira é a divulgação de produtos.

Fórum – são eventos em que a exposição de ideias é feita com a presença de um coordenador. A sua característica é a discussão e o debate. No final do evento o coordenador expõe as decisões finais para todo o grupo. Dependendo do número de participantes este evento poderá acontecer durante um ou mais dias.

As mesas-redondas – são reuniões com o objetivo de debater uma determinada ideia. Os membros da mesa recebem orientação de um moderador, que transmite as ideias da mesa aos demais participantes. Estes por sua vez, dentro de uma norma pré-estabelecida poderão manifestar-se encaminhando através do moderador, perguntas para os membros da mesa.

As mostras - são eventos que têm como característica a divulgação. A exemplo das feiras nestes eventos os produtos são organizados pelos expositores em stands, que têm o extremo cuidado de chamar a atenção do público. Normalmente as empresas dão brindes com o logotipo do produto demonstrado.

As oficinas – são eventos semelhante aos workshops, muito utilizado pela área educacional, porque proporciona a construção do conhecimento.

Os painéis – acontecem sob a orientação de um moderador dos debates. O público apenas assiste, não havendo o direito a perguntas.

As palestras - de caráter expositivo e educativo, verifica-se a presença de um palestrante que irá expor um determinado assunto. No fim os participantes poderão elaborar perguntas sobre o assunto tratado. Quando acontecem várias palestras este evento denomina-se ciclo de palestras.

Os salões – são de grande dimensão, fixo e visam a divulgação, embora hoje apresentem as características da feira. O procedimento para sua organização é o mesmo adotado para as situações anteriores.

As semanas- eventos similares ao congresso, nas quais as pessoas se reúnem para discutir um tema específico ou vários assuntos. Normalmente adotado por classes profissionais.

Os seminários - de caráter educativo. O assunto é exposto aos participantes que ao final podem interagir fazendo perguntas.

Os simpósios - eventos que acontecem com a presença de expositores e um Coordenador. Após as apresentações dos expositores os participantes podem elaborar perguntas aos expositores.

As visitas - são usadas pelos meios empresariais para mostrar os sistemas, os métodos, os equipamentos e os materiais a determinado segmento de público. O importante nesta reunião são os cuidados que devem ser tomados quanto à recepção, pois normalmente a visita acontece noutras empresas.

Os Workshops - são de um determinado grupo de trabalho, na qual os especialistas abordam um assunto específico, apresentam novas técnicas ou novos temas para o público interessado. (Coutinho, 2010)

Allen et al (2008) apontam ainda para a existência dos eventos especiais, termo este criado para:

[...] descrever rituais, apresentações ou celebrações especiais que tenham sido deliberadamente planeados e criados para marcar ocasiões especiais ou para atingir metas ou objetivos específicos de cunho social, cultural ou corporativo (ALLEN et al: 2008:4).

Os impactos gerados pelos eventos são muitos e podem ir desde a procura de produtos e de serviços de diferentes setores da economia até a preservação do património natural e cultural.

Outro impacto que merece destaque é na cobrança de impostos decorrente dos gastos de turistas de eventos. O motivo deste impacto específico é o facto de que esses turistas devem justificar os seus gastos para as empresas que patrocinam as suas viagens por meio de recibos.

São os três os tipos de impactos económicos existentes o qual provém dos gastos turísticos de qualquer segmento, incluindo o de eventos:

1. Diretos: São aqueles oriundos dos gastos dos turistas nos estabelecimentos que oferecem bens e serviços turísticos.
2. Indiretos: Trata-se da atividade económica que é gerada a partir de compras em estabelecimentos comerciais que necessitam de fornecedores para seus produtos.

3. Induzidos: São os gerados através dos salários, alugueres e juros recebidos das atividades turísticas responsáveis por gerar outras atividades económicas. (Cooper et al, 2001)

A partir da dimensão desses impactos, passou-se a considerar os eventos como atividade turística, já que os participantes de congressos, feiras utilizam-se da infraestrutura turística do território que acolhe os eventos.

Ressalta-se que esses participantes podem gerar receitas não só durante os dias de realização do evento como também em longo prazo, isto é, a partir do momento que levam consigo uma imagem positiva do local recetor, é possível que se tornem responsáveis pela atração de mais turistas ou, ainda, eles mesmos podem desejar retornar ao destino.

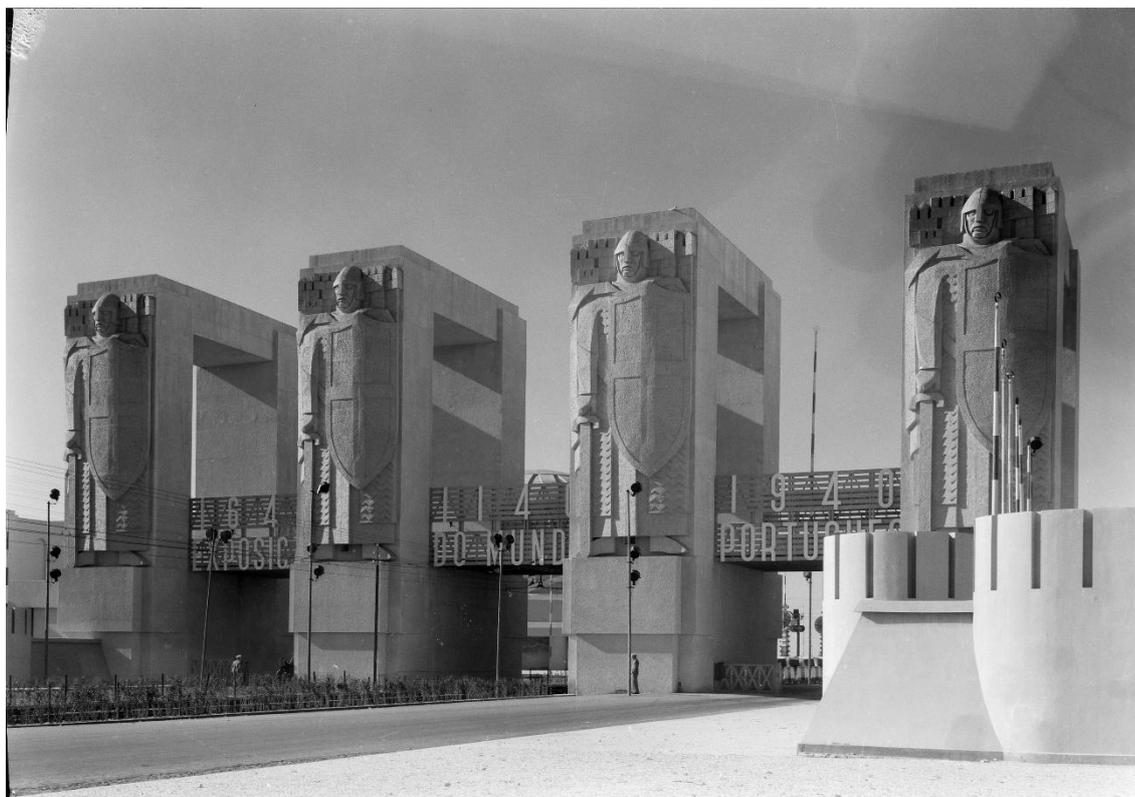
Nesse contexto salienta-se a importância do segmento de eventos para o Turismo atual.

### **2.5.3. Os Eventos em Portugal**

A 27 de março de 1938, em plena Guerra Civil de Espanha, e num período em que os regimes autoritários pareciam impor-se na conturbada cena política europeia, o Estado Novo consolidava-se. O Chefe de Estado, António de Oliveira Salazar, anunciou a realização, em nota oficiosa, de uma grande comemoração do duplo centenário da independência (1140) e da restauração (1640), para o ano de 1940.

A Exposição do Mundo Português que decorreu entre 23 de junho e 2 de dezembro de 1940, é considerada como o primeiro megaevento programado organizado em Portugal, neste caso na cidade de Lisboa, estimando-se que tenha atraído cerca de 3 milhões de visitantes.

Os grandes ideólogos do evento terão sido Duarte Pacheco (Ministro das Obras Públicas) e António Ferro (Secretário-Geral da Exposição). Os responsáveis operacionais pelo evento foram, Augusto de Castro (Comissário-Geral), Sá e Melo (Comissário-Geral-Adjunto), José Leitão de Barros (Secretário-Geral) e Cottinelli Telmo (Arquiteto-Chefe).



**Figura 13: Exposição do Mundo Português, Lisboa, 1940**

Fonte de dados: Fotografia de Mário Novais. Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian

Na tabela 12, poderemos verificar ainda a grande diversidade de eventos que decorreram em Portugal, desde a segunda metade do século XX, até aos dias de hoje.

**Tabela 12: Eventos que se realizaram em Portugal**

Tipo	Evento
<b>Religioso</b>	Visita Papa Paulo VI a Fátima.
<b>Popular</b>	Carnaval de Torres Vedras, Loulé, Ovar, Sesimbra, Sines e Mealhada.
<b>Desportivos</b>	Jogos de futebol, sobretudo os jogos que envolvem o Sport Lisboa e Benfica (SLB), o Sporting Clube de Portugal (SCP) e o Futebol Clube do Porto (FCP), Campeonato da Europa de 2004, a final da Liga Europa e da Champions League.
<b>Exposição Internacional de Lisboa de 1998</b>	EXPO 98 – decorreu em Lisboa, de 22 de maio a 30 de setembro de 1998, sob o título de Expo 98 - "Os Oceanos, Um Património para o Futuro". Visitaram-na 10.128.204 de visitantes, 79 % portugueses e 21 % estrangeiros e estiveram presentes 146 países, 14 organizações internacionais em 126 pavilhões e 224 módulos expositivos e 808 espetáculos ao ar livre, tendo sido considerado pelo Bureau International des Expositions (BIE) como a melhor Exposição Mundial de sempre.
<b>Exposição Europeia de</b>	Exposição de grandes dimensões realizada em Lisboa, em Portugal, no

<b>Arte, Ciência e Cultura (1983)</b>	ano de 1983, subordinada ao tema: os descobrimentos portugueses e a Europa do renascimento. A XVII Exposição Europeia de Arte, Ciência e Cultura, realizou-se entre Maio e Setembro de 1983 e foi o primeiro grande evento cultural organizado em Portugal, em concreto em Lisboa, após o 25 de Abril.
<b>Capitais Europeias da Cultura</b>	A Capital Europeia da Cultura é um evento da União Europeia, que surgiu em 1985, com o objetivo de promover o desenvolvimento cultural das cidades europeias, aproximando os europeus. Portugal já acolheu por três vezes o evento: Lisboa, em 1994; Porto, em 2001; e Guimarães, em 2012.
<b>Capitais Nacionais da Cultura</b>	O evento Capitais Nacionais da Cultura foi criado em 2001 como medida estratégica de descentralização da política cultural nacional. No entanto, por razões de controle das despesas do Estado apenas duas cidades viriam a receber o evento: Coimbra em 2003 e Faro em 2005.
<b>Eventos desportivos internacionais</b>	<p>Campeonato Europeu de Futebol de 2004 (ou UEFA Euro 2004), que atraiu um milhão de turistas; os grandes prémios de Portugal de Fórmula 1 (entre 1984 e 1996) e de MotoGP (desde 2000) ambos realizados no Autódromo do Estoril e de mediatismo à escala mundial; o Rally Dakar, que em 2006 e 2007, teve Lisboa como local de partida; as provas do Red Bull Air Race.</p> <p>The Tall Ships'Races (que nas últimas 3 décadas trouxe por 4 vezes os maiores veleiros do mundo a Lisboa, e num dos anos também ao Porto); a Volvo Ocean Race 2011-2012; a Tennis Masters Cup 2000; e a 12ª Gymnaestrada, que ocorreu em Lisboa, em 2003.</p> <p>Rali de Portugal (desde 1967) o qual, consecutivamente entre 1976 e 1980, e ainda em 1982 obteve o título de Melhor Rali do Mundo.</p> <p>Meias maratonas de Lisboa e do Porto, e que já movimentam no conjunto quase 70 mil participantes.</p> <p>Volta a Portugal em Bicicleta, a prova mais importante do verão (desde 1927). A Volta a Portugal em bicicleta em 2016 teve um impacto financeiro de 84.5 milhões de euros.</p> <p>O Estoril Open, voltado para o ténis (desde 1990).</p> <p>Campeonatos do mundo e europeu de hóquei em patins, uma modalidade muito acarinhada pelos portugueses e na qual Portugal está no topo mundial (59 Títulos: 15 Campeonatos do Mundo, 18 Taças das Nações, 21 Campeonatos da Europa, 4 Jogos Mundiais).</p>
<b>Concertos e festivais de música pop e rock</b>	<p>NOS Primavera Round (Porto), NOS Alive (Algés), Super Bock Super Rock (Lisboa), MEO Marés Vivas (Vila Nova de Gaia), EDP CoolJazz (Cascais), MEO Sudoeste, Vodafone Paredes de Coura (Paredes de Coura), Rock In Rio (Lisboa) e EDP Vilar de Mouros, (Vilar de Mouros), que em 1971, ficaria conhecido internacionalmente como o Woodstock Português, originaram a que, em 2016, tivesse um impacto de 100 milhões de euros na economia.</p> <p>MTV Europe Music Awards em 2015, trouxe a Lisboa vários dos maiores nomes da música mundial, atraindo mais de 700 jornalistas estrangeiros, e tendo sido a audiência estimada para a transmissão televisiva do</p>

	<p>evento da ordem dos mil milhões de telespectadores.</p> <p>Outro evento de grande dimensão mundial foi o Festival da Eurovisão realizado este ano em Portugal e cujo impacto económico terá atingido os 100 milhões de euros.</p>
<p><b>Cimeira tecnológica, de inovação e de empreendedorismo: Web Summit</b></p>	<p>A cimeira tecnológica, de inovação e de empreendedorismo Web Summit nascida na Irlanda, em 2010, mudou-se em 2016 para Lisboa e desde aí, trouxe até Portugal investidores, startups e executivos de grandes empresas e muitas receitas.</p> <p>As últimas duas edições geraram 300 milhões de euros cada só em serviços relacionados com o alojamento e o transporte das quase 80 mil pessoas que estiveram no evento, segundo números do Governo e da organização em 2017 participaram 59.115 pessoas de 170 países.</p>

Fonte de dados: Adaptação de Maria Leonor Ferreira Simões in Os Eventos e a Atratividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa. 2012

No domínio dos eventos de grande mobilização popular, para além dos já citados anteriormente, alguns dos quais com raízes de décadas ou mesmo de séculos, citem-se também as chamadas recriações históricas, a maioria delas do tipo feiras medievais, as quais nas últimas duas décadas se tornaram muito populares em diversas localidades. Note-se que, segundo algumas estimativas, em 2017 realizaram-se no país mais de 120 recriações históricas (de diferentes dimensões), de entre as quais merecem destaque: Viagem Medieval de Santa Maria da Feira (iniciada em 1996 e hoje a de maior dimensão, mobilizando mais de 3580 participantes/figurantes e atraindo 620.000 visitantes em 2017, ano em que registou maior procura por visitantes espanhóis, brasileiros e grupos empresariais), Feira Medieval de Coimbra (considerada a de maior rigor histórico), Dias Medievais de Castro Marim, Feira Medieval de Silves (mais orientada para a evocação da época mourisca) e o Mercado Medieval de Óbidos, vindo de encontro à estratégia visando a criação de um ou mais eventos de marca do destino com ganhos significativos, tanto ao nível da procura turística quanto na arrecadação de receitas, podendo esta estratégia ser fortalecida com um programa de eventos ao longo do ano que mantenha o destino visível, reforce a notoriedade e os valores da marca, posicione e projete a imagem do destino.

Exemplos desta última estratégia podem ser identificados em Portugal como é o caso dos destinos de Santa Maria da Feira e Óbidos. Tanto um como outro

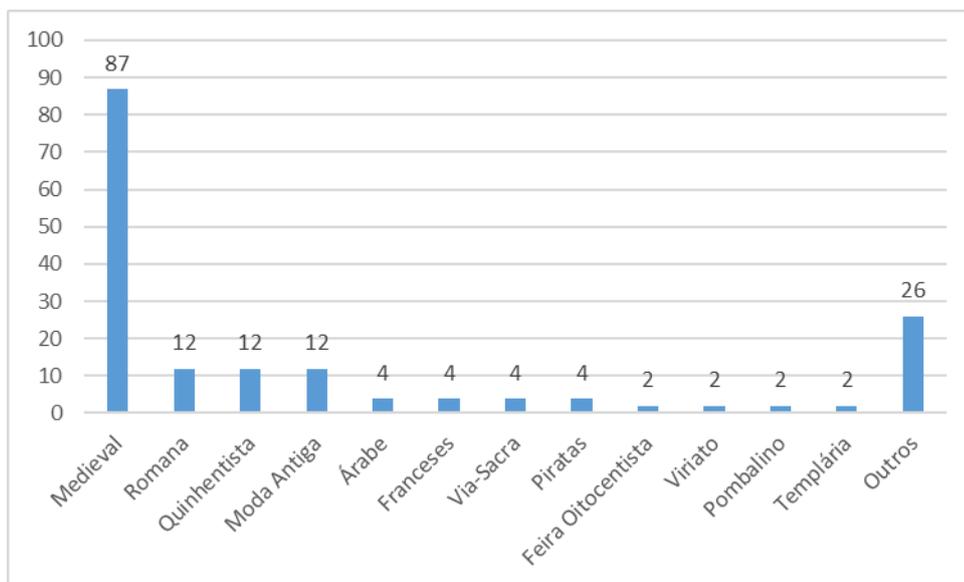
criaram e implementaram, por sua iniciativa e conta, um programa de eventos distribuídos ao longo do ano que pretende reforçar a visibilidade do destino, conforme a tabela 13. (Cunha, 2013:292)

**Tabela 13: Programa de eventos – principais eventos em Santa Maria da Feira e Óbidos**

Santa Maria da Feira			Óbidos		
Evento	Segmento	Período	Evento	Segmento	Período
<b>Festa das Fogaceiras</b>	Famílias e Crianças	janeiro	Óbidos Vila Natal	Famílias e Crianças	dezembro-janeiro
<b>Festival para Gente Sentada (já não se realiza)</b>	Amantes de Música	março	Festival de Chocolate	Famílias e Crianças	fevereiro-março
<b>Semana Santa</b>	Famílias	março ou abril	Semana Santa	Famílias	março ou abril
<b>Imaginarium</b>	Jovens	maio	Maio Barroco	Amantes de Música	maio
<b>Viagem Medieval</b>	Generalista	agosto	Mercado Medieval	Generalista	julho-agosto
<b>Festa da Juventude</b>	Jovens	setembro	Semana de Piano	Jovens artistas	julho-agosto
<b>Terra dos Sonhos (hoje Perlim)</b>	Famílias e Crianças	dezembro	Festival de Ópera	Amantes do bel-canto	julho-agosto

Fonte de dados: Cunha, L. Introdução ao Turismo.2013

Por outro lado, a Agenda de Feiras Medievais e Recriações Históricas da entidade de Turismo Porto e Norte aponta para 62 recriações históricas a realizar durante entre abril e dezembro de 2018 e se atentarmos no portal <https://medievaleventos.pt/calendario/>, o site contabiliza 173 recriações históricas de Norte a Sul do País previstas para 2018, sendo que prevalecem as da época Medieval (n=87), seguindo-se as da época Romanas, as Quinhentistas e à Moda Antiga (n=12), (Figura 14).



**Figura 14: Tipologia dos eventos projetados para 2018**

Fonte de dados: <https://medievaleventos.pt/calendario/>

No domínio das grandes exposições de arte, ciência e cultura, embora Portugal não consiga alcançar a projeção e atratividade dos principais países europeus e dos EUA (mais ricos, com maiores acervos patrimoniais e geográfica e economicamente menos periféricos), podem ser destacadas, por um lado, as oito grandes exposições já realizadas relacionadas com a temática dos dinossauros, que, no conjunto, atraíram mais de um milhão de visitantes, e, por outro lado, algumas exposições de nível internacional relacionadas com a arte que têm ocorrido nas últimas décadas:

**Tabela 14: Outros eventos que se realizaram em Portugal**

Tipo	Evento
<b>Cultural</b>	Materialidade e Metamorfose Exposição de 85 obras de Joan Miró. Decorreu em Serralves entre outubro de 2016 a junho de 2017, com mais de 240 mil visitantes, e depois da apresentação no Palácio Nacional da Ajuda entre setembro de 2017 e fevereiro de 2018, com 49.265 visitantes, a exposição seguiu em 2018 para a cidade italiana de Pádua.
<b>Festival dos Oceanos</b>	Decorre em Lisboa, desde 1999
<b>Serralves em Festa</b>	Realiza-se no Porto, desde 2004, e é considerado o maior evento de expressão artística contemporânea em Portugal e um dos mais representativos da Europa, dura 40 horas consecutivas
<b>Allgarve</b>	Programa de eventos que se realizou no Algarve entre 2007 e 2011 (nos meses da Primavera e Verão), destinado a promover o destino turístico do Algarve.

<b>Mostras económicas</b>	Existem em Portugal infraestruturas com capacidade para acolher feiras de grande projeção internacional, sobretudo a FIL, O Europarque, a EXPONOR - Feira Internacional do Porto, o ExpoSalão - Centro de Exposições da Batalha, o PEB - Parque de Exposições de Braga, e o CNEMA - Centro Nacional de Exposições e Mercados Agrícolas (Santarém). Portugal apresenta também várias mostras económicas de grande projeção nacional, como a Feira de São Mateus, a Feira Nacional do Cavalo da Golegã (mais de 500 mil visitantes), a Expofacic em Cantanhede (385 mil) a Ovibeja, em Beja (300 mil) e a Fatacil em Lagoa (120 mil).
<b>Festas de atração popular</b>	Santo António de Lisboa e o São João do Porto e as modernas festas de fim de ano, sobretudo as do Funchal (considerada pelo Guinness Records como o melhor evento de fim de ano da Europa), de Lisboa e do Porto, todas elas atraindo sempre largas dezenas de milhares de pessoas

Fonte de dados: Adaptação de Maria Leonor Ferreira Simões in Os Eventos e a Atratividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa. 2012

De acordo com os elementos fornecidos pela International Congress & Convention Association (ICCA), em 2007 realizaram-se 3.719 reuniões associativas internacionais na Europa, totalizando 6.681 reuniões em todo o mundo, representando cerca de 55,7 % do mercado total. Considerando que em 2003 a Europa apresentava uma cota de mercado de cerca de 58,5 %, verifica-se que de 2003 até 2007 o valor percentual tem descido. A ICCA prevê uma recuperação do sector devido à entrada dos novos países membros da União Europeia, previa um crescimento superior ao do turismo em geral (3%) para os anos subsequentes.

Em 2007, Portugal ocupava o 15º lugar nos países mundiais com maior número de reuniões (153), com os Estados Unidos da América, Alemanha e Espanha a ocupar os três primeiros lugares com, respetivamente, 467, 430 e 307 reuniões. Em termos do ranking das cidades mundiais, os três primeiros lugares eram ocupados por Viena, Berlim e Singapura com, respetivamente, 154, 123 e 120 reuniões. Lisboa ocupava o 6º lugar com 90 reuniões à frente de cidades como Madrid (77), Londres (69) e São Paulo (61). A cidade do Porto aparecia em 56.º lugar com 23 reuniões e Faro 208ª posição com 6 reuniões realizadas no ano de 2007. Com um número médio de 767 participantes por reunião, no ano de 2007, registaram-se 2.327.115 participantes nas reuniões associativas internacionais na Europa, o que corresponde a cerca de 54,9 % do mercado total. O ranking dos países com o maior número estimado de participantes em reuniões apresentava os Estados Unidos em primeiro lugar (427.556), seguido da Itália e Alemanha com

respetivamente, 349.614 e 305.809 participantes. Portugal ocupava a 21<sup>a</sup> posição após ter recebido cerca de 71.274 participantes durante o ano de 2007. (Marques & Santos, 2011).

Passado dez anos e apesar de, em 2017, ter recebido mais eventos do que em 2016, Portugal desceu uma posição no ranking da International Congress and Convention Association (ICCA), ocupando agora o 11<sup>o</sup> lugar. De acordo com os critérios da associação, o país recebeu no ano passado 298 eventos, mais dez do que em 2016. A liderar o ranking mundial continuam os Estados Unidos da América, seguidos pela Alemanha e Reino Unido, que mantêm o segundo e o terceiro lugar, respetivamente, registados no ano anterior. Para quarto lugar subiu Espanha, tendo passado à frente de França que está agora na sexta posição. A completar o top 5 está Itália.

No que diz respeito ao ranking mundial de cidades, Lisboa, com 149 eventos, manteve a nona posição num Top 20 liderado por Barcelona, que destronou Paris no primeiro lugar. A capital francesa ocupa agora o segundo lugar, seguida de Viena, Berlim e Londres, respetivamente. (PUBLITURIS, 2018)

Lisboa mantém a 9<sup>a</sup> posição no ranking de cidades da ICCA (International Congress and Convention Association), referente ao ano de 2017. Em termos de cidades, Barcelona assegura o primeiro lugar, com 195 eventos realizados em 2017, ultrapassando Paris e Viena. Seguem-se ao top 3 as cidades de Berlim, Londres, Madrid, Singapura, Madrid, Praga, Lisboa e Seul. A capital portuguesa acabou o ano de 2017 com 149 reuniões. Cascais subiu 26 lugares no ranking, ocupando agora o 108<sup>o</sup>. Em 2016, Cascais estava no 134<sup>o</sup> lugar. A região acolheu 24 reuniões em 2017. O Porto figura no 34<sup>o</sup> posto, com 68 eventos realizados. Coimbra, ao receber 10 reuniões, surge na 133<sup>a</sup> posição, enquanto que Faro e Funchal ocupam ex-aequo o 358<sup>o</sup> lugar mundial. Ponta Delgada ostenta a 406<sup>a</sup> posição.

No ranking de países Portugal ocupa a 11<sup>a</sup> posição, com 298 eventos, numa lista liderada pelos Estados Unidos da América, Alemanha e Reino Unido.

neste ranking são considerados os eventos que se realizam numa base rotativa entre países, e com uma audiência de pelo menos 50 participantes. (Meetings in Portugal).

#### **2.5.4 Turismo de Eventos em Portugal. A atualidade**

Como poderemos constatar, o número de eventos em Portugal tem aumentado de forma ao longo dos últimos anos e os seus benefícios têm sido notados, especialmente no que respeita às mais-valias ligadas ao Turismo.

Sob o ponto de vista de Costa e Moital (2004), Portugal entrou no mercado dos eventos de elevada escala a partir da segunda metade dos anos 90, nomeadamente após o enorme sucesso da organização do evento que marcou esta viragem: a EXPO'98. Sublinham que “este evento mudou radicalmente a imagem dos eventos turísticos como ferramentas no desenvolvimento turístico” (p. 73). Os mesmos autores criticam a falta de atenção dada a estes eventos, assegurando que “quanto aos eventos turísticos, as estratégias nacionais de desenvolvimento do turismo em Portugal negligenciaram, no passado, o papel que os eventos podem ter desempenhado no contributo para o sucesso do turismo”. (p. 73) no entanto, tal como Richards e Palmer (2010) referem, “muitos estudos indicaram que o maior impacto económico da grande maioria dos eventos é o gasto turístico, e que os festivais e os eventos são muitas vezes vistos como um meio de gerar turismo numa cidade ” (p.37).

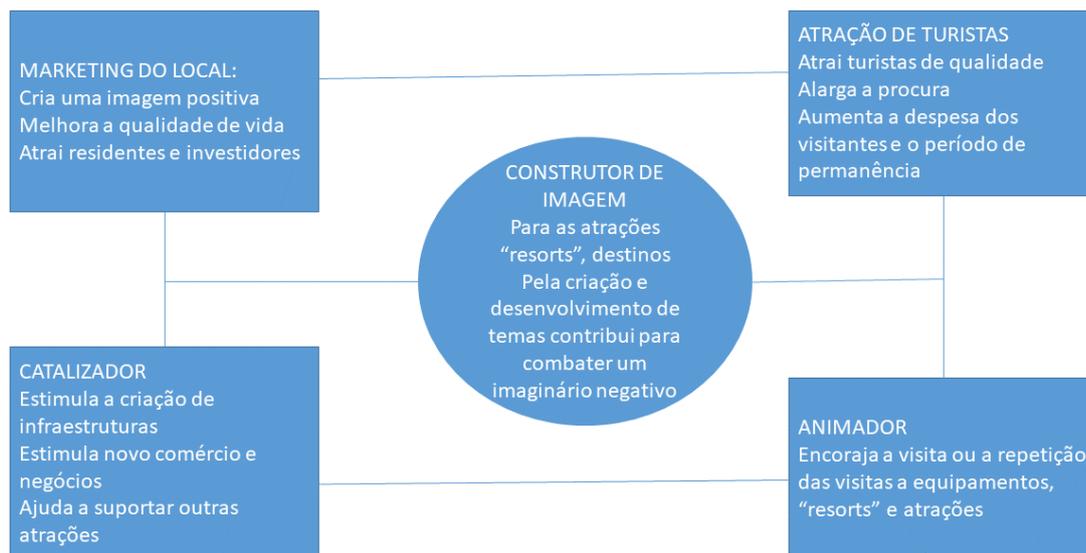
O PENT Plano Estratégico Nacional do Turismo, admitia que havia um despertar para a necessidade de investir e atrair megaeventos para Portugal, apostando em 1 ou 2 eventos deste tipo por década, de modo a "contribuir para a melhoria da oferta e a projeção e notoriedade do destino" (Turismo de Portugal:2007:7).

Esta perspetiva foi modificada com a apresentação da Estratégia Turismo 2027, apresentada em setembro de 2017, que tem como meta Liderar o Turismo do Futuro, estabelecendo assim como uma prioridades, identificadas num dos seus eixos estratégicos: projetar Portugal, aumentando a notoriedade de Portugal nos mercados internacionais enquanto destino para visitar, investir, viver e estudar e de grandes eventos e posicionar o turismo interno como fator de competitividade e de alavanca da economia nacional.

De acordo com o mesmo documento Portugal dispõe já de eventos que hoje demonstram um inequívoco contributo para a sua projeção internacional e que, em alguns casos, contribuem, simultaneamente, para dinamizar as economias locais em territórios de baixa densidade, concorrendo para alargar o turismo todo o ano e em

todo o território. Estes eventos artístico-culturais, desportivos e de negócios integram-se uma Rede de eventos de expressão artístico-cultural, musicais, desportivos e de negócios, que alcançam diferentes públicos, com cobertura ao longo de todo o país, nomeadamente em territórios onde a procura é menos expressiva.

Para Getz (como citado em Ferreira & Martins, 2007), “estes impactos dão-se a cinco níveis - do Marketing local, da atração de turistas, enquanto construtor de imagem, como catalisador e como animador apresentados na figura 15:



**Figura 15: Impactos dos eventos**

Fonte: Ferreira e Martins (2007), p. 39 in Maria Leonor Ferreira Simões. Os Eventos e a Atratividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa. 2012

Silberberg, como citado em Ferreira e Martins (2007), resumiu os possíveis impactos que podem resultar de um evento, tal como é apresentado na Tabela 15. Este dividiu as consequências por seis tipos (económico, turístico/comercial, físico/ambiental, social/cultural, psicológicos e políticos/administrativos), distinguindo ainda as positivas das negativas”. (Simões: 2012:37-38).

**Tabela 15: Possíveis impactes resultantes dos eventos sobre as comunidades recetoras**

TIPO DE IMPACTE	POSITIVO	NEGATIVO
<b>ECONÓMICO</b>	Aumento das receitas/consumo Criação de emprego Aumento da oferta de emprego Aumento do nível de vida	Aumento dos preços durante o evento Especulação imobiliária Falha na atração de turistas Melhores investimentos alternativos Capital inadequado Inadequação dos custos estimados para o evento
<b>TURÍSTICO/COMERCIAL</b>	Aumento da tomada de consciência/da perceção da região como destino turístico Aumento do conhecimento no que diz respeito ao potencia para o investimento e atividade comercial na região Criação de novo alojamento e atrações turísticas Melhoria nas acessibilidades	Formação de uma má reputação como resultado de equipamentos desadequados, práticas menos próprias ou aumento de preços Reações negativas por parte das empresas existentes devido à possibilidade de nova competição pelo poder local e assistência governamental
<b>FÍSICO/AMBIENTAL</b>	Construção de novas infraestruturas e equipamentos Melhoria das infraestruturas locais Preservação do Património	Danos ecológicos Alterações aos processos naturais Poluição arquitetónica Destruição do Património Sobrepovoamento
<b>SOCIAL/CULTURAL</b>	Aumento permanente no nível/grau de interesse local e da participação em tipo de atividades associadas com o evento Fortalecimento dos valores regionais e tradições	Comercialização de atividades que podem ser de natureza pessoal ou privada Modificação da natureza do evento ou da “atividade” para acomodar o turismo Potencial aumento do crime Alterações da estrutura da comunidade e transformação social
<b>PSICOLÓGICOS</b>	Aumento do orgulho local e do espírito de comunidade Aumento da tomada de consciência em relação ao que não são perceções locais	Tendência para atitudes defensivas em relação à área recetora Choques culturais Desentendimento conduzindo a vários graus de hostilidade face ao visitante
<b>POLÍTICO/ADMINISTRATIVO</b>	Aumento do reconhecimento internacional da região e dos seus valores	Exploração económica da população para satisfazer ambições das elites políticas Distorção da verdadeira natureza do evento para refletir os valores da elite Falha na cooperação Incapacidade para atingir os objetivos Utilização do evento para servir Legitimar decisões impopulares Legitimação da ideologia e da realidade sociocultural

Fonte: adaptação de Ferreira e Martins (2007), p. 37 in (Simões:2012:38).

O turismo baseado em eventos pode ser usado como um motor para aumentar os gastos e a duração da estadia do turista no destino. Além disso, estes

eventos costumam ter um programa de atividades paralelas durante a sua realização, o que permite atrair pessoas que de outra forma não visitariam o local. Assim, um evento é um evento temporário classificado em diferentes categorias com base na sua dimensão, forma e conteúdo (Getz, 2008). Eles são realizados num horário específico para atender necessidades específicas e têm caráter exclusivo (Goldblatt, 1997).

Segundo Jago e Shaw (1998, p.28) “um evento é um acontecimento único ou de ocorrência não frequente, de duração limitada que fornece ao consumidor um tempo de lazer e de oportunidade social que vão para além das experiências do seu quotidiano. Tais eventos, que atraem ou que têm potencial de atrair turistas, são muitas vezes realizados para aumentar a visibilidade, imagem e conhecimento de uma região”.

Para Jago e Shaw (1998) este tipo de eventos apresenta atributos como: Impacto económico significativo; atraem a atenção dos media; oferecem uma experiência social; atraem turistas ou desenvolvimento turístico; têm duração limitada. Enriquecendo a definição, de acordo com Jago e Shaw (1998), este tipo de eventos é caracterizado por: envolver a tradição e simbolismo; apresentar prestígio e status; estimular a procura de serviços complementares; incorporar festivais ou outros eventos; atrair grande número de público; ser de grande escala. Por seu turno, a gestão dos eventos tem como objetivo alcançar a rentabilidade económica para a área, argumentando que estes eventos produzem benefícios para a atração e os gastos efetuados pelos turistas, juntamente com o investimento necessário para a sua realização, formando assim uma estratégia a longo prazo de gestores turísticos (Stokes, 2008). Assim, os eventos desempenham um papel relevante nos planos de desenvolvimento e comercialização da maioria dos destinos, uma vez que com programação própria podem ajudar a transformar a imagem do destino para o turista, implicando maiores receitas e benefícios para os lugares (Liu, 2014).

### **2.5.5 Eventos no contexto do turismo cultural**

O turismo cultural é definido como uma maneira de desfrutar e proteger o passado (Tunbridge e Ashworth, 1996), onde todo o património é suscetível de ser convertido num produto turístico de consumo através de um planeamento adequado

(Tresserras e Matamala, 2005). O Património torna-se assim numa referência diferenciadora do destino, no contexto de uma sociedade cada vez mais globalizada e com uma maior competência no turismo (Salazar: 2012).

Desta forma, o turismo cultural converteu-se numa área de grande interesse, tanto como atividade dentro do sector, como um foco de investigação em face da crescente procura de visitantes para conhecer outras culturas e participar em eventos culturais (McKercher, 2002; Saleh e Ryan, 1993).

Os eventos de tipo cultural são uma celebração pública de temas heterogéneos que podem incluir a dança, o cinema, o teatro, a música, as artes, a história ou artesanato, entre outros (Getz, 2008), como referido anteriormente.

Destaca-se a forte relação entre a cultura e os destinos, uma vez que a arquitetura, as instalações culturais e os eventos são os principais ingredientes das estratégias de atração turística e o fortalecimento da identidade do destino, através de campanhas de promoção (Evans, 2003; Vivant, 2011).

Em relação à singularidade de um evento cultural, ele pode ser encontrado no local em que decorre, na participação de atores reconhecidos neste tipo de eventos ou no ambiente que surge da sua organização (Chambra et al., 2003).

A maioria desses eventos geralmente reúne diferentes performances ou exposições ao longo de sua programação e, às vezes, contém um perfil didático ou educativo para o público (Getz, 1991).

A Tabela 16 apresenta algumas metas e objetivos do turismo de eventos (Getz, 1991).

**Tabela 16: Metas e Objectivos do Turismo de Eventos**

<b>Metas</b>	<b>Objectivos</b>
Criar uma imagem favorável para o destino	Atrair e criar eventos de alto perfil; maximizar a exposição nos media, chamar a atenção para outras atrações, revelar simpatia e modernidade do país ou região; preservar a autenticidade dos atributos culturais.
Atrair visitantes estrangeiros	Definir metas para números reais
Gerar receitas	Favorecer eventos que atraem consumidores acima da média e investidores ou patrocinadores.
Gerar benefícios para outros sectores económicos	Ligar eventos a aspetos tecnológicos e gestionários; realizar feiras e congressos.
Expandir a temporada do turismo; reforçar a época alta	Atrair e criar eventos durante todo o ano.
Difundir os benefícios do turismo para todas as regiões e localidades	Atrair e criar eventos em todo o país; ligação para excursões e rotas turísticas.
<b>Metas</b>	<b>Objectivos</b>
Estimular visitas repetidas	Fornecer uma sequência e uma variedade de eventos; usar eventos para introduzir outras atrações, promover interação entre turistas e anfitriões; avaliar a qualidade do evento e a satisfação dos visitantes.
Desenvolver e melhorar as infraestruturas e as competências de gestão necessárias para criar, atrair e manter eventos	Prestar assistência e aconselhamento aos organizadores e patrocinadores; fomentar a partilha de recursos; criar marketing cooperativo e promoções.
Incentivar o desenvolvimento das artes, desporto, cultura, património e lazer	Prestar assistência a todos os tipos de eventos, fazer a ligação dos eventos para outras áreas políticas.
Assegurar o máximo de benefícios para a comunidade anfitriã	Realizar estudos de custo-benefício; acompanhar a comunidade no processo de planeamento.
Evitar os impactos negativos ambientais; fomentar a conservação	Estimular o turismo na natureza por meio de eventos; exigir avaliações de impacto.

Fonte de dados: Getz (1991)

Nesta perspetiva, uma recriação histórica pode ser considerada como um evento cultural baseado num evento histórico. Esta seria uma "grande peça de teatro" que transporta e envolve o turista, para uma outra época da História, fazendo-o participar (Asensio, 2013). Estamos diante de uma nova fórmula de turismo cultural e patrimonial, que nos é apresentada como uma oportunidade e um fator de crescimento para determinados destinos.

Os eventos assentes nas recriações históricas estão em ascensão e são promovidos por entusiastas da história e por residentes, preocupados em preservar factos passados na sua localidade (Agnew, 2007). A recriação histórica engloba vários temas e géneros, onde a autenticidade e o cuidado nos elementos recriados exigem um maior cuidado com os detalhes (Hart, 2007). Esta particularidade pode

fazer a diferença entre diferentes eventos, onde o valor da experiência autêntica é cada vez mais valorizado (Cook, 2005).

Estes eventos vão além de uma simples performance teatral, tendo presente o cenário onde decorre a recriação, e a participação ativa da população local que assume o património local como propriedade sua e que deve ser mantido e defendido (Agnew, 2005). As recriações visam divulgar o património local, as tradições, as lendas e a história de diferentes populações, para além de darem a conhecer seu "passado glorioso". Desta forma, servem para promover o turismo local e o desenvolvimento económico através da história, da gastronomia, dos produtos locais e do património local (Groot, 2009), material e intangível.

É importante recordar a forte ligação que mantém a cultura com os destinos, onde o património e os eventos são a base primordial das campanhas turísticas e o do fortalecimento de identidade do lugar (Evans, 2003). A maioria dos eventos turísticos de tipologia cultural recorrem a exposições, atuações ou mostras de carácter didático ou educativo para o público (Getz, 2008).

Neste contexto, uma recriação histórica pode ser tratada como um evento cultural assente na representação de um acontecimento histórico que transporta, fazendo com que o público participe numa época singular (Asensio, 2013).

As recriações históricas devem de ser orientadas principalmente por historiadores locais e por residentes implicados na preservação da história do seu território (Agnew, 2007), e esta participação ativa converte-se numa marca distintiva do evento, em conjunto com o cenário histórico em, que decorre (Agnew, 2005). Pelas razões já apontadas, os eventos têm um papel relevante nos planos de desenvolvimento e comercialização de muitos destinos, desde que tenha uma programação adequada podem ajudar a obter mais proveitos económicos para o lugar onde decorre o evento onde cada vez mais, a autenticidade dos eventos recriados torna-se mais importante para os turistas (Hart, 2007).

#### **2.5.6. As recriações históricas e acontecimentos históricos**

Como já verificamos as Recriações Históricas são um fenómeno com origens nos Estados Unidos (identificada em diversas ocasiões no mundo anglo-

saxão como Re-enactement ou Living History) e que nascera em Espanha a partir dos anos 70 e em Portugal nos anos 80.

Trata-se de uma atividade, na qual os participantes recordam diversos momentos ou marcos importantes da História, que na grande maioria dos casos decorrem no lugar onde verdadeiramente aconteceram. Podem implicar benefícios e criação de postos de trabalho para os habitantes e residentes no território, pela presença de público visitante atraído pelo facto de tomarem contacto com acontecimentos históricos na primeira pessoa. Turistas de todo o mundo desde europeus, norte-americanos, russos, chineses, judeus formam um mercado potencial interessado na história e muitas vezes relacionados com o turismo cultural de interior (Frost & Laing, 2013).

Recuperam-se assim as batalhas, as lendas, os contos e os acontecimentos descritos nos livros de História. Napoleão volta a dirigir os soldados da sua Guarda Imperial, os gladiadores regressam ao Circo Romano e os Cavaleiros da Idade Média alternam entre combates e festas. As recriações históricas podem tomar parte de uma estratégia planificada de marketing por parte das administrações públicas envolvidos, com a intenção de incrementar tanto a atração turística como a difusão e a conservação do património e as raízes locais (Gapps, 2009).

Como já foi referido anteriormente, foi a partir dos anos 70 do século XX, que se começaram a promover eventos comemorativos de combates históricos em diferentes países. Essas realizações são impulsionadas principalmente por associações relacionadas com a recriação histórica. Entre elas, destacam-se, dez recriações históricas de batalhas internacionais, eleitas pelo seu alto valor histórico e importância, e foram recolhidas tendo como base a relevância do facto histórico recriado, antiguidade em termos de organização, repercussão, atratividade e afluência do Público.

1) Batalha de Austerlitz (República Checa): recria-se uma das maiores vitórias de Napoleão Bonaparte, na qual derrotou a 3.<sup>a</sup> Coligação que integrava os exércitos dos Impérios Russo e Austríaco a 2 de dezembro de 1805. Nesse dia relembra-se a batalha dos Três imperadores, perto da cidade de Austerlitz.

2) Batalha do Vimeiro (Portugal). A Lourinhã propõe com este evento um regresso ao século XIX com recriações históricas de momentos relacionados com a Batalha do Vimeiro, um mercado oitocentista, mostras de produtos gastronómicos,

workshops e demonstrações de ofícios da época, animação, concertos e performances teatrais.

A Batalha do Vimeiro decorreu em 1808 e opôs o exército francês, que invadiu o território português sob as ordens de Napoleão e comandado pelo General Jean-Andoche Junot, ao exército anglo-luso sob o comando de Arthur Wellesley, Duque de Wellington.

3) Batalha de Hastings (Reino Unido). A 14 de outubro de 1066 o exército normando derrotou as tropas anglo-saxônicas na batalha de Hastings em que morreu Harold, o rei de Inglaterra. A recriação acontece em outubro em Battle, em que se encenam as cargas de cavalaria, os combates com lanças, espadas e escudos dos infantes e a luta de arqueiros ingleses.

4) Batalha de Jena (Alemanha). É reconstruída a façanha de 14 de junho de 1806 em que Napoleão derrotou os prussianos comandado por Frederico Guillermo III da Prússia. Anualmente mais de 1500 pessoas participam como figurantes na recriação da batalha.

5) Batalha de Waterloo (Bélgica). Recriação de uma das batalhas mais importantes da História. Trata-se da contenda que mudou o curso da História da Europa e precipitou o princípio do fim do Império Napoleónico de 18 de junho de 1815. Recorda a derrota de Napoleão contra os aliados, comandados pelo Duque de Wellington, nos campos de Quatre Bras, Ligny e Wavre.

6) Batalha de Borodino (Rússia). Reconstituição da batalha que teve lugar a 7 de setembro de 1812, durante a campanha da Rússia das Guerras Napoleónicas. Ficou famosa pela descrição que León Tolstoi efetuou na obra Guerra e Paz. Trata-se da maior e da mais sangrenta batalha de todas as Guerras Napoleónicas. Esta recriação envolve anualmente mais de 120 associações militares e históricas oriundos da Rússia, Estados Unidos, Espanha e Canadá.

7) Batalha de Leipzig (Alemanha). Reconstroem-se os factos que ocorreram entre 16 e 19 de outubro de 1813 quando teve lugar a também conhecida Batalha das Nações em que Napoleão foi derrotado. A recriação atrai milhares de pessoas de associações histórico-militares de toda a Europa, que utilizam os mesmos uniformes das forças aliadas do século XIX e dos militares franceses.

8) Desembarque da Normandia (França). Recriação do desembarque dos soldados aliados na costa da Normandia e respetivos combates com os soldados

alemães a 6 de junho de 1944. Recordar-se o famoso Dia D nas praias de Utah, Omaha, Gold, Juno e Sword, onde aconteceu a maior invasão pelo mar em toda a História, contando com a participação quer de atores, quer com descendentes diretos dos soldados intervenientes.

9) Batalha de Gettysburg: (Estados Unidos): Recria a vitória das tropas da União comandadas pelo General George Meade, sobre as tropas Confederadas de Robert E. Lee., em plena guerra civil americana, na qual morreram 58.000 soldados entre 1 e 3 de julho de 1863. A recriação decorre nessas datas em Gettysburg, onde se encena a batalha.

10) Batalha de Bailen (Espanha). Durante o mês de julho, Bailen recria o ambiente da Guerra da Independência Espanhola de 19 de julho de 1808. Supõe-se que terá sido a primeira derrota do poderosíssimo exército napoleónico.

#### **2.5.6.1 As Recriações Históricas como produto turístico**

Contemplar os passos dos legionários e gladiadores do Império Romano, o desembarque da Normandia junto ao comandante Eisenhower ou reviver o trabalho do Corpo de Enfermeiras do exército americano é o último Turismo. Designa-se de Re-enactement e na sua faceta mais espetacular recupera veículos e carros de combate, restaurados e em pleno funcionamento, que foram utilizados na II Guerra Mundial, na Coreia ou no Vietname. Esta nova indústria das recriações históricas que chegou do mundo anglo-saxão, tornou-se na Península Ibérica num setor próspero, permitindo por exemplo a criação em 2016 de 400 empresas em Espanha, e que movimentam cerca de 100 milhões de euros entre os mais de cem eventos realizados em cidades e vilas espanholas. A paixão pela história e o desejo de reconstruir, conhecer, compreender e, mais importante, aprender com o passado; é a base deste passatempo que tem milhares de seguidores em toda a Europa (El País, 30 de março de 2016). A mesma situação acontece em Portugal, no caso concreto de Santa Maria da Feira, com a criação de empresas de organização de eventos de Recriação Histórica, grupos de teatro, grupos musicais, artesãos, cenógrafos, entre outros exemplos.

Neste contexto, poderemos dizer que o turismo baseado nas Recriações Históricas se integra no designado turismo cultural. O conceito de turismo cultural foi-se alterando para se adaptar às novas realidades e exigências da procura, na

qual influi cada vez mais um maior número de fatores e condicionantes a partir de um recurso cultural-patrimonial, que para Kercher et al (2002), deve de cumprir uma série de critérios:

- a) Possuir capacidade de contar uma história.
- b) Ser suscetível de se converter num recurso vivo
- c) Fazer com que a experiência da visita seja participativa e relevante
- d) Centrar-se na qualidade e autenticidade.

Ou seja, deve possuir uma funcionalidade turística ou melhor socializar a cultura, gerando conteúdo compreensível e atraente para os visitantes. Seria criar e desenvolver um produto turístico a partir de bens históricos (tangíveis e intangíveis) que, em alguns casos, foram praticamente relegados ao esquecimento e à deterioração, e que hoje podem atrair milhares de visitantes para o seu prazer e conhecimento.

Em termos da literatura dedicada a festivais e eventos culturais, a mais recente foi produzida num contexto de organização (Shone e Parry 2004). A investigação tem-se focado, por exemplo, na realização de eventos e festivais enquanto formas de promover o turismo de uma região ou localidade e que, enquanto tal, devem ser entendidos numa dimensão de políticas públicas (Hall e Rusher 2004).

No entanto e associado ao debate relativo ao enfoque distorcido de que padece a indústria patrimonial, encontramos o debate respeitante ao rigor ou à autenticidade da informação histórica que é apresentada (Harvey:1991). Deste ponto de vista, “bocadinhos” de informação são vastamente retirados do contexto e exibidos para fins de “edutenimento” (Hewison: 1987). Tais interpretações não se destinam à apresentação de “factos históricos”, mas do valor superficial da história, um símbolo ou imagem do que os locais e culturas já foram (Baumann: 1991).

Urry argumenta, de forma convincente, que os encontros entre o turismo pós-moderno e a indústria patrimonial necessariamente conduzem ao consumo de símbolos ou imagens, e que as identidades se constroem através da troca de valores simbólicos. Embora haja tentativas de domínio pela atribuição de um significado único e inequívoco aos significantes, as imagens são tomadas segundo o espírito do espetáculo, e: “Neste mundo de espetáculo nada é original ou tem um real significado, tudo é uma cópia, ou um texto sobre outro texto. É um mundo sem

profundidade de redes de informação e comunicação, no qual a informação não tem qualquer propósito final no seu significado.” (Urry: 1988: 39).

As recriações históricas surgem assim como um meio de disseminar a história e o património cultural, e podem ser incluídas no turismo cultural e de eventos. Nas últimas décadas, houve um grande incremento de recriações históricas de natureza militar em todo o mundo, recordando as grandes batalhas que mudaram a história e episódios da História de Portugal no caso particular de Santa Maria da Feira, e apesar da origem do evento ter-se centrado no reinado de D. João I, que atribuiu a Carta de Feira, a organização tem recuado atrás à época de D. Afonso Henriques, centrando-se a sua edição, no reinado de D. Pedro I, o Justicheiro. Estes eventos geralmente são promovidos principalmente pelos habitantes da localidade e referem-se a factos que ocorreram no passado e que agora se recuperam. O seu objetivo é aumentar quer a atração turística como a difusão e a conservação do património e das raízes locais. Os critérios de rigor e da autenticidade históricos, são cada vez mais valorizados para o sucesso e a continuidade da recriação. O apoio das instituições junto dos empresários do setor turístico da região, pode favorecer o correto desenvolvimento da recriação (Halewood & Hannam, 2001).

Neste contexto, parece necessário valorizar os artesãos locais que mostram o seu trabalho na tecelagem, cestaria, construção, alimentação, uma vez que o apoio destes setores económicos ligados às tradições, juntamente com os empresários do setor turístico da região, favorece o correto desenvolvimento e o futuro da recriação. Como já verificamos, há também uma presença crescente de empresas especializadas nestes ambientes históricos, que oferecem os seus serviços como organizadores do evento.

O principal meio de promoção é a Internet e as redes sociais, por parte das administrações, associações, historiadores e amantes do património local (Pasanen & Konu, 2016).

### **CAPÍTULO 3. RECRIAÇÕES HISTÓRICAS, VIAGEM MEDIEVAL E PROPOSTAS INOVADORAS**

Tendo como objeto de estudo a análise da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, que surgiu da vontade de duas recém-licenciadas em Turismo em 1996 em organizar uma Recriação de uma Feira Medieval, nunca é demais de referir que “a primeira menção duma feira portuguesa nitidamente diferente do mercado local é a que vem registada no foral de Castelo Mendo, de 1229, e que se realizava três vezes no ano e durante oito dias de cada vez. Todos os que a ela ocorressem, tanto nacionais, como estrangeiros, teriam segurança desde oito dias antes até oito dias depois da feira, na ida e na volta, contra qualquer responsabilidade civil ou criminal que pesasse sobre ele.

Entre os privilégios que mais favoreceram o desenvolvimento das feiras cumpre mencionar o que isentava os feirantes do pagamento de direitos fiscais (portagens e costumagens). As que usufruíam desta regalia deu-se o nome de feiras francas (tipo de feira onde os feirantes não pagavam impostos).

Foi a partir do reinado de D. João I que se generalizou a outorga de feiras francas, bem como a isenção da meia sisa. Na evolução das feiras medievais portuguesas podemos considerar duas fases principais: uma, de formação, que decorreu até meados do século XIII; outra, de incremento e pujança, que se alonga por mais dois séculos e que termina para além do reinado de D. Afonso V.

As feiras medievais realizavam-se periodicamente (semanais, mensais ou anuais) nos concelhos, rurais e urbanos, e animavam-nos de forma diferente aos outros dias, veja-se o vigor de uma feira deste género quando se faz hoje uma reconstituição.

As feiras são um dos aspetos mais importantes da organização económica da Idade Média. Nascidas da necessidade de promover a troca de produtos entre o homem do campo e o da cidade, elas representam o ponto de contacto entre o produtor e consumidor, o ponto onde se concentrou a vida mercantil de uma época em que a circulação das pessoas e das mercadorias era dificultada pela falta de comunicações, pela pouca segurança das jornadas e pela falta de comunicações.

A Feira de Santa Maria da Feira, tinha uma periodicidade de 15 dias, com a duração de um dia. D. João I, a pedido de João Álvares Pereira, cavaleiro, concedeu ao concelho da Vila da Feira uma feira quinzenal, com as liberdades e privilégios que tinha a de Trancoso. Mas antes de marcar o dia exato em que ela se devia de fazer, ordenou el-rei a Domingues Anes da Maia, seu contador, que se informasse junto de dois ou três homens bons da vila, em que dias havia feiras nos arredores e “fazedo fazer esta em tal dia que nom faça prejuízo a ella”. Foi esta carta de D. João I passada a 27 de junho de 1407 (RAU, Virgínia - Feiras Medievais Portuguesas: subsídios para o seu estudo. Lisboa: Editorial Presença, 1982. Introdução e índices por José Manuel Garcia). Relativamente à vida quotidiana na Idade média, e cujos aspetos deverão de estar sempre presentes nas recriações históricas, importa integrá-lo numa lógica do ócio e do negocio (...), pelo rigor histórico, pelo recurso constante a imagens naturais, sociais e humanas, pelo realismo estético da linguagem, Maria Helena Cruz Coelho trouxe-nos um valioso contributo para a história do quotidiano medieval português. Género que, infelizmente, tão pouco cultivado entre nós, ganha com este livro, mais um ligar de relevo na historiografia portuguesa da Idade Média, conforme sublinha Maria José Azevedo Santos corroborada por José d'Encarnação: «A autora deste livro lê os documentos medievais, mas vai muito mais além da simples decifração da mensagem: procura os homens, as mulheres, o mundo outro que lhes está por trás. O quotidiano: o movimento colorido das feiras, o lazer e a alegria da festa, os apegos devocionais dos homens, os negócios e a casa de um rico mercador. Não é uma História do passado esta. Não. É um passado que se revisita e onde todos nos revemos, afinal. Com heroísmos e com vilanias. Uma História como só uma grande historiadora sabe entretecer, na escrita e na palavra.

Pela pena da autora desta obra é todo Portugal mediévico que, sem esforço, desfila perante nós - em prosa tersa, dialogante quase, plena de vivacidade no delinear dos quadros e no retrato forte das situações. (COELHO, Maria Helena da Cruz. Ócio e Negócio. 1998. A feira de Coimbra no contexto das feiras medievais portuguesas; Festa e sociabilidade na Idade Média; Superstição, Fé e Milagres na Idade Média. In: Ócio e Negócio em Tempos Medievais. Coimbra: Inatel, 1998, p. 1-126).

Em relação à época cuja recriação histórica – Viagem Medieval em terra de Santa Maria, aborda de um aforma mais profunda, é em termos simples que o medievalista Jacques Le Goff explica no livro A “Idade Média para Principiantes” a Idade Média às crianças e aos principiantes essa época contraditória da nossa história, que se estendeu por mais de mil anos, num pequeno e estimulante livro organizado em forma de conversa onde a curiosidade e a lógica garantem um saber preciso, sistemático e claro. Idade das trevas, ignóbil, mergulhada no obscurantismo e no pecado, ou momento fundador, de grande magia e de grande espiritualidade, a Idade Média é um esboço da identidade ocidental e o berço da Europa que hoje conhecemos.

Jacques Le Goff, foi um dos mais prestigiados medievalistas mundiais, fundador, com Pierre Nora, da 3ª Geração da Escola dos Annales. Dedicando-se à antropologia histórica e à história das mentalidades, Le Goff sucedeu a Fernand Braudel na direção da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais e, nos anos 80, ocupou-se da reformulação dos programas escolares franceses de História. "Idade Média para Principiantes" é um livro claro, sucinto e estimulante, onde a lógica e o tom coloquial imprimem um ritmo irresistível à leitura. (GOFF, Jacques Le. A Idade Média para Principiantes).

De uma forma mais aprofundada sobre o período medieval, temos de ter presente o trabalho, para um Novo Conceito de Idade Média, cuja edição original apareceu em 1979 com o título *Pour Un Autre Moyen Age*, e que é uma expressiva contribuição para o estudo da Idade Média. O livro reúne vários artigos do Autor sobre o tempo, o trabalho e a cultura no ocidente, merecendo, portanto, a atenção daqueles que se interessam pelo assunto. Em oposição à ideia dos humanistas do Renascimento, Jacques Le Goff não vê na Idade Média um vazio no fluxo do tempo, mas sim um período de grande impulso criador. Para ele, como de resto para os que têm noção desta época, o medievo é a idade seminal, a fase de gestação da sociedade moderna e civilização ainda viva "pelo que criou de essencial nas nossas estruturas sociais e mentais".

Na perspectiva do Autor, a Idade Média é total, profunda, e abarca a história do quotidiano, nos seus hábitos e nas suas crenças, nos seus comportamentos e nas

suas mentalidades. Essa longa Idade Média, permite-nos conhecer melhor as nossas origens, a nossa modernidade, a nossa imperiosa necessidade de compreender a evolução e a mudança.

Um novo conceito de Idade Média, procura resgatar as nossas raízes, criticando com lucidez num quadro extremamente amplo e complexo: realidades penosas como a fome, a peste, a miséria, o domínio dos poderosos, a exploração dos fracos; e criações com que ainda hoje convivemos: a cidade, a nação, o Estado, a universidade, o moinho, a máquina, a hora e o relógio, o livro, o garfo, o vestuário, a pessoa, a consciência e, finalmente, a revolução.

O livro *Para um Novo Conceito de Idade Média*, está dividido em quatro partes: A primeira parte - "Tempo e Trabalho" - A segunda parte - "Trabalho e Sistema de Valores". O objeto da terceira parte - "Cultura Erudita e Cultura Popular" e "Para uma Antropologia Histórica" é a última parte do livro.

Aqui Jacques Le Goff, considerado um dos mestres da História Nova, lança-se na reconstituição de uma antropologia histórica do Ocidente pré-industrial contribuindo com alguns elementos para um estudo do imaginário medieval. A análise do ritual simbólico da vassalagem aborda aspeto importante de uma instituição básica da sociedade feudal, retomando os estudos de Marc Bloch, Ganshof e de outros para analisar a tipologia dos elementos simbólicos no ritual vassálico: a palavra, o gesto, os objetos. Segundo o Autor, o conjunto de ritos e gestos simbólicos da vassalagem, mais que um cerimonial, constituem um sistema. Ao lado de hipóteses e proposições, Le Goff formula problemas importantes e sugere soluções. Também esta parte é enriquecida com apêndices pormenorizados. O texto de Jacques Le Goff resulta de pesquisa erudita e fornece subsídios ao estudo e compreensão de questões relevantes da Idade Média. É obra importante que exige reflexão. (Goff, J. *Para um novo conceito de Idade Média*. Lisboa: Estampa, 1980).

Em termos da literatura dedicada a festivais e eventos culturais, a maioria da mais recente foi produzida num contexto de organização (Shone e Parry 2004). A investigação tem-se focado, por exemplo, na realização de eventos e festivais enquanto formas de promover o turismo de uma região ou localidade e que,

enquanto tal, devem ser entendidos numa dimensão de políticas públicas (Hall e Rusher 2004). Existem, evidentemente, outros trabalhos sociológicos que exploram as relações entre festivais, eventos e significados. No contexto da sociologia, tem-se afirmado que os festivais podem ser desenvolvidos por vários motivos, que incluem: festejar, fomentar o orgulho comunitário, conservar identidades culturais (Roche 2000). E mesmo nos textos de nível mais básico dedicados ao assunto existe o reconhecimento, pelo menos no contexto do Reino Unido, que os festivais e os eventos da era moderna derivam de uma rica tradição de festivais enquanto atos de celebração comunitária e/ou de afirmação ritualística de identidade comunitária, conforme Bowdin et al citam na definição definitiva de “festival” no Reino Unido, cunhada pelo Policy Studies Institute: “Um festival era tradicionalmente uma altura de celebração, descontração e recuperação, após um período de trabalho físico pesado, como as sementeiras ou as colheitas, por exemplo. A característica essencial destes festivais era a celebração ou a reafirmação da comunidade.” (Bowdin et al: 2001:3).

Naturalmente, há uma longa tradição de literatura antropológica dedicada à natureza e significado de festivais, rituais e celebrações indígenas, e é graças a esta literatura que podemos obter as interpretações mais significativas relativas à encenação de identidade cultural através do festival (e.g van Gennep 1960). Caillois argumenta que o festival partilha o mesmo significado em todos os níveis das sociedades ; “...um grande ajuntamento de pessoas ruidosas em movimento” (2001:97).

O território onde se insere o objeto de estudo é a "Terra de Santa Maria" que foi organizada administrativa e militarmente, em meados do séc. IX, por Afonso III de Leão, aquando da reconquista cristã da Península e respetivo povoamento de Portucale" (o nome em Latim dado ao Porto, onde se situava o centro do condado).

No referido espaço geográfico delimitado pelos Rios Douro e Vouga, tendo a leste a serra de Paiva, Arouca, Cambra e Sever do Vouga e a Oeste, o Oceano Atlântico, foi-se desenvolvendo: um espaço económico muito importante vivendo numa grande complementaridade de subsistência: as serranias davam-lhe a caça, a pastorícia e a abundância de madeira. Os rios que a atravessavam e a extensa orla

marítima, asseguravam-lhe a pesca. Nas planícies que se estendiam de leste para o mar era o cultivo de cereais e do vinho. Uma próspera zona de extração de sal, em Cabanões, garantia este elemento indispensável à conservação dos alimentos. A par disto, uma notável rede viária assegurava um comércio intenso num local de passagem obrigatória entre Coimbra e o Porto. Junto ao Castelo a realização de grandes feiras comerciais acabaram por dar o nome à povoação: Feira (já em 1117); um espaço militar muito forte apoiado numa organização militar permanente para defesa contra as incursões árabes e um espaço cultural servido por dezenas de cenóbios e pelos grandes mosteiros de Grijó e de Pedroso. Estes institutos religiosos davam, àquelas gentes, para além de um esquema de valores cristãos, a possibilidade de funcionarem como centros administrativos para a redação de documentos. Tudo isto, acabou por gerar um clima de "autossuficiência de vida" e "uma identidade peculiar", de que algumas linhas mestras perduram até aos nossos dias.

E foi, exatamente, esta pujança económica, esta força militar organizada e esta "identidade cultural" de independência, que acabaram por desempenhar um papel decisivo na formação e consolidação da nacionalidade portuguesa com o levantamento coletivo que teve o seu epílogo na batalha de S. Mamede, em 1128. Como refere o Prof. José Mattoso, " A Terra de Santa Maria pode ser considerada como uma região, que, no caso de ter estabelecido uma ligação preferencial a Coimbra, deveria, teoricamente, ter inviabilizado a construção de um novo Reino. Em vez disso, associando-se a Portucale e garantindo o seu prolongamento em direção à mesma cidade de Coimbra, acabou por constituir o elo de ligação com ela". (MATTOSO, José, Luís KRUS e Amélia Aguiar ANDRADE. O Castelo e a Feira. A Terra de Santa Maria nos séculos XI a XIII, Lisboa, Ed. Estampa).

A criação da Terra de Santa Maria em torno do castelo ou civitas do mesmo nome deveu-se provavelmente ao rei Alonso III de Leão (866- 910), constituindo-se num polo de atração para todo o território entre o Douro, o Vouga e as faldas das montanhas que o delimitam a leste, até ao extremo da zona a que Orlando Ribeiro chama a «das montanhas do Douro e do Vouga» (Portugal, o Mediterrâneo e o Atlântico, 4a. ed., Lisboa, Sá da Costa, 1986, pp. 147-148 e mapa de p. 189).

A Terra de Santa Maria forma, portanto, um território em declive para o mar, constituído fundamentalmente pela segunda das áreas mencionadas localiza-se exatamente a meio entre as duas regiões costeiras da grande divisão geográfica do “Norte Atlântico”, uma das três em que se divide o conjunto do País (“Norte Atlântico”, “Sul Mediterrânico”, que começa no vale do Mondego, e “Norte Transmontano”, para o interior).

Neste contexto não poderemos deixar de ignorar as afinidades humanas que historicamente se verificaram entre os atuais concelhos de Vila Nova de Gaia, Espinho, Ovar, Santa Maria da Feira, S. João da Madeira, Castelo de Paiva, Arouca, Oliveira de Azeméis, Murtosa, Estarreja, Vale de Cambra, Albergaria-a-Velha e Sever do Vouga (e ainda uma pequena faixa do concelho de Gondomar, situado na margem sul do rio Douro). Alguns deles têm a maior parte do seu território fora da área da antiga civitas de Santa Maria, como acontece com Arouca, Gondomar.

Mas o seu conjunto pode considerar-se a expressão moderna da Terra de Santa Maria na sua expressão mais antiga. A sua soma representa, afinal, aproximadamente, a área em que dominava a civitas de Santa Maria criada pelo rei Afonso III de Leão e Astúrias no século IX, e que deve ter perdurado até meados do século XI. (MATTOSO, José. A terra de Santa Maria na Idade Média: limites geográficos e identidade peculiar).

Numa abordagem sobre o Turismo per si e neste sentido pretendemos extrair do livro Turismo, Princípios, Práticas e Filosofias, que se constitui num importante texto introdutório sobre o assunto, ampliado e atualizado, o qual aborda a área de turismo e a viagem do ponto de vista global, oferecendo insights sobre as forças económicas, políticas e sociais que agem sobre o turismo: Parte 1 - Visão Geral do turismo 1 - turismo em perspetiva. 2 - O turismo através dos tempos 3 - oportunidades parte 2 - como o turismo está organizado 4 - organizações mundiais, nacionais, regionais e outras 5 - transporte de passageiros 6 - serviços de hospitalidade 7 - organização do processo de distribuição 8 - atrativos, entretenimento, recreação e outros parte 3 - entendendo o comportamento de viagem 9 - motivações para viagens de lazer 10 - turismo cultural e internacional para o enriquecimento da vida 11 - sociologia do turismo parte 4 - oferta, demanda,

política, planejamento e desenvolvimento do turismo 12 - componentes do turismo e a oferta 13 - mensuração e previsão de demanda 14 - o impacto econômico do turismo 15 - políticas de turismo: estrutura, conteúdo e processo 16 - planejamento, desenvolvimento e considerações sociais sobre o turismo 17 - turismo e meio ambiente parte 5 - elementos essenciais da pesquisa e do marketing turísticos 18 - pesquisa em turismo 19 - o marketing turístico parte 6 - perspectivas para o turismo 20 - o futuro do turismo anexo a - contatos no setor turístico anexo b - sugestões de fontes de informação. (GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W. Turismo: princípios, práticas e filosofias.

Refletindo sobre o Turismo, os seus princípios e as suas práticas, temos a obra “Turismo princípios e práticas”, que faz uma introdução ao turismo, reunindo temas importantes como o transporte, a acomodações, as atrações e as tecnologias de informação. Além disso, os autores procuram situar as questões relativas à procura e ao marketing turístico de forma histórica chegando até a atualidade com a inclusão de dados sobre pesquisas e teorias, abordando também o importante conceito de sustentabilidade. Possui material de apoio em inglês para professores. (COOPER, Chris et al. Turismo, princípios e prática.).

Sobre os conceitos, os modelos e os sistemas temos o trabalho de Guilherme Lohmann e Alexandre Panosso Netto, escrito e organizado para ser uma ferramenta de consulta e pesquisa, que apresenta 73 conceitos, modelos e sistemas relacionados com o turismo e áreas afins. Para estudantes, o texto apresenta um panorama dos principais itens a serem examinados nos cursos técnicos e superiores de turismo e de hotelaria; para os profissionais mais experientes, é uma oportunidade de reciclagem, aprofundamento e aplicabilidade dos conhecimentos adquiridos na Academia e no próprio mercado de trabalho.

Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas está estruturado de forma criteriosa, clara e funcional, sendo rico em imagens, tabelas e gráficos, explica os conceitos básicos e complexos com exemplos atuais, além de oferecer exercícios, dicas operacionais e muitas referências bibliográficas. Com uma abordagem teórica e prática, é uma ferramenta básica e desde já referencial para estudantes e

profissionais da área. PANOSSO NETTO, A.; LOHMANN, Guilherme. Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas.

O turismo é reconhecido hoje em dia como uma atividade económica de importância global. Vem crescendo a atenção dada ao turismo pelos governos, organizações, tanto do sector público como do privado, e académicos. Este livro Introdução ao Turismo é um verdadeiro introito a esta indústria complexa e multifacetada e destina-se principalmente a dois tipos de público: estudantes de turismo e pessoas que trabalham na indústria e que desejam saber mais sobre a estrutura, as atividades dos seus componentes e o ambiente em que trabalham. A obra inclui: A história do turismo; fatores que influenciam a indústria do turismo; o turismo nos países em desenvolvimento; conceito de turismo sustentável e previsão de tendências futuras. (JENKINS, Carson L., LICKORISH, J. Leonard. Introdução ao Turismo). Uma vez que se pretende aferir e avaliar a importância das recriações históricas no turismo, que alcançou um lugar cimeiro na economia mundial e é uma das atividades com maior potencial de crescimento e da criação de emprego estimando-se em 18,6 mil o número de postos de trabalho que criará, diariamente, em todo o mundo, nos próximos 10 anos. À medida que foi (e vai) abrangendo uma mais vasta multiplicidade de atividades e influenciando muitas mais, transformou-se numa “economia turística” que se vai tornando cada vez mais complexa. A compreensão dos fenómenos que orientam e dirigem o seu desenvolvimento, o conhecimento dos efeitos que provoca não só a nível económico e social, mas também ambiental e cultural e a aquisição de capacidades que permitam atuar eficazmente num mundo em permanente mudança são condições essenciais para garantir o seu desenvolvimento equilibrado e sustentável. São-no, porém, particularmente relevantes para Portugal onde a economia turística assume reconhecidamente o papel de dimensão estratégica de desenvolvimento.

O livro 'Introdução ao Turismo', primeira obra do género editada em Portugal, visa, por isso mesmo, contribuir para o melhor conhecimento do turismo, destinando-se, em particular, aos estudantes e aos profissionais do sector, assim como a todos quantos tenham necessidade ou desejem familiarizar-se com os seus conceitos básicos, tornando-se numa obra de referência do ensino do turismo no espaço lusófono, visa contribuir para o aprofundamento do conhecimento teórico e científico

da principal e mais dinâmica atividade económica mundial.

A obra, integrando as principais temáticas que estruturam o turismo, apresenta-se agora atualizada e aumentada, revelando os novos desenvolvimentos tecnológicos e modelos de negócios na distribuição turística, a par da emergência dos eventos e do seu contributo para a consolidação, criação ou renovação dos destinos turísticos: Conceitos, Classificações e Tipos de Turismo; Elementos de Avaliação do Turismo; Sistema das Relações do Turismo ; Procura Turística; Oferta Turística; Acomodação ou Alojamento Turístico; Equipamentos de Atração e Animação Turística; Eventos Turísticos; Distribuição Turística; Transportes Turísticos ; Obstáculos Legais ao Turismo; Turismo Social; Gestão da Qualidade em Turismo; Organização Institucional do Turismo. (CUNHA, Licínio e ABRANTES, António. 2013. Introdução ao Turismo).

Tendo como objeto de estudo a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, que se realiza em Santa Maria da Feira, já na sua 21.<sup>a</sup> edição em 2017, de acordo com os autores “os eventos e a animação turística é um bom exemplo da importância de um evento no âmbito sociocultural, com as suas repercussões ao nível turístico. Com uma grande participação do associativismo local, a Fecofeira – Federação das Coletividades de Cultura e Recreio do Concelho de Santa Maria da Feira – foi impulsionadora do evento e mantém um papel muito ativo no seu desenvolvimento. Assim, o evento nasce de uma vontade da própria comunidade, fortalecendo a oferta cultural do destino e o sentido de pertença, contribuindo para a memória coletiva. Por outro lado, a internacionalização do evento, que cada vez mais se faz de forma proactiva (por exemplo, promovendo ações de diplomacia cultural e económica junto de embaixadas e representações de vários países), também permite que haja uma afirmação e promoção internacional da cultura, bem como permite alavancar a promoção de outra oferta cultural associada à imagem do Concelho, como o Imaginarius, a Terra dos Sonhos, a Festa das Fogaceiras ou a valorização do património construído, como o Castelo ou o Museu Convento dos Lóios. Este evento apresenta ainda claros contributos para a atração de investimentos, a promoção e o aumento do negócio do comércio e indústria local, levando-nos a outros tipos de contributos que os eventos e a animação turística podem trazer para um destino turístico.

Os contributos dos eventos e da animação turística ao nível económico podem fazer-se sentir em vários domínios. Desde logo, são fenómenos multiplicadores de negócios, pois desencadeiam uma série de outros consumos, sejam eles turísticos ou não, os quais promovem a criação de riqueza e de emprego e incrementam a cobrança de impostos diretos e indiretos. Podem, ainda, servir como “alavanca” para o desenvolvimento de outras atividades económicas, que, muitas vezes, perduram ao tempo. GONÇALVES, Susana Filipa, UMBELINO, Jorge. Os eventos e a animação Turística in SILVA, Francisco, UMBELINO, Jorge. Planeamento e Desenvolvimento Turístico.

A afirmação do turismo como setor estruturante para a economia, sociedade e território é atualmente um valor incontestável, o que sustenta a necessidade de reforçar a atenção em torno do planeamento e do ordenamento turístico. Essa necessidade é ainda mais sentida quando se projeta a realidade portuguesa na sua aplicação, transformando esta obra coletiva numa verdadeira oportunidade.

No livro Planeamento e Desenvolvimento Turístico, a diversidade do texto apresentado é útil face à abrangência do público-alvo, que integra um vasto grupo genericamente identificados como agentes do sector do turismo, incluindo os profissionais que atuam nas suas dimensões pública e privada, mas prestando especial atenção aos estudantes desta área do conhecimento, nos seus diversos níveis de ensino e tipologias.

Tratando-se de uma temática com uma abrangência alargada, para facilitar a sua consulta, esta obra foi organizada em três partes - na primeira, são abordados conteúdos estruturantes e transversais a toda a atividade turística; na segunda, o enfoque é o planeamento de produtos, selecionados pelos coordenadores como importantes ou inovadores para o território nacional; e a última parte versa sobre os principais tipos de destinos turísticos.

A opção de envolver uma vasta equipa de autores, entre docentes e investigadores que se dedicam ao turismo e congregam uma grande diversidade de formações académicas de origem, de gerações e de experiências profissionais e de vida, é certamente uma das mais-valias desta obra, pois permite oferecer um invulgar somatório de saberes e uma expressiva riqueza de perspetivas e de

tratamento dos conteúdos. (SILVA, Francisco, UMBELINO, Jorge. Planeamento e Desenvolvimento Turístico).

Outro documento de referência é a Estratégia para o Turismo 2027, constituindo-se no referencial estratégico para o turismo em Portugal na próxima década, cuja construção teve por base um processo participativo, alargado e criativo, no qual o Estado assume a sua responsabilidade e mobiliza os agentes e a sociedade.

A importância de um forte investimento e de um trabalho articulado entre entidades públicas e privadas, iniciado há mais de uma década.

O Estado da Arte em Portugal relativamente às questões as recriações históricas matéria é muito incipiente uma vez que não existem publicações estruturadas que abordem a temática na sua verdadeira amplitude, e em termos comparativos. No entanto existem artigos dispersos que abordam as recriações históricas, salientando-se: “Viagem Medieval em Terra de Santa Maria”, de Irene Maria Ferreira Coelho; Performando cultura: recreaciones históricas e interpretaciones patrimoniales da autoria de Paulo Raposo do CEAS/ISCTE - Lisboa que é um trabalho que aborda o desempenho de dois grupos de animação histórica portugueses, com conceitos distintos (Re-enactement e living history).

Na investigação portuguesa merecem destaque alguns artigos” Um novo modelo de produto turístico em Terra de Santa Maria”, e Recriações Históricas em Portugal e Espanha – Relevância destes eventos para o Turismo, de Maria Rosário Campos.

Porém já foram publicados três livros publicados cujo enfoque é a Viagem Medieval, o primeiro livro que abordou o evento foi da minha autoria com fotografias de Francisco Almeida Dias, tendo sido publicado pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira em 14 de junho de 2002, integrando a coleção Festas e Romarias da Editora Elo, sob o título Viagem Medieval em Terra de Santa Maria.

O livro foi prefaciado por Luís Miguel Duarte, tratando-se de uma edição bilingue e que nos apresenta a Viagem Medieval em toda a sua verdadeira essência. Descreve, em mais de cem páginas, a Viagem Medieval que alegra o concelho de Santa Maria da Feira e atrai pessoas de todo o país. As fotografias e o texto mostram os momentos mais marcantes desta Viagem carregada de cor e vida, como é o caso da ceia medieval, auto-de-fé, jogos medievais, o torneio e o cortejo. Esta

obra é constituída pelo Prefácio, Por Caminhos do Burgo, Castelo da Feira, Ambientes de uma Feira Franca, quadros da história medieval, jogos medievais, Auto-de-Fé, Torneio Medieval, ceia medieval e Luís Miguel Duarte sublinha que a história que nós, investigadores, escrevemos, não é reconstituição autêntica do passado, pela simples razão de tal não é nem nunca será possível. Nós “inventamos” o passado - não à nossa vontade, não sem regras exigentes - mas o que fazemos é sempre uma "representação". Portanto, não estamos assim tão longes destas Feiras e destes Torneios. (CARLOS, Roberto; DIAS, Francisco de Almeida. Viagem Medieval em Terra de Santa Maria). Em 2007 foi lançado o livro Feira da Vila da autoria de Luís Miguel Duarte, professor catedrático na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e reconhecido historiador medievalista. Este estudo foi encomendado pela Comissão Executiva da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, evento de recriação histórica medieval, que vai decorrer de 3 a 12 de agosto, e que teve como tema central os 600 anos da atribuição da Carta de Feira por D. João I, em 1407, a 27 de junho. Nesta data o rei D. João I concedeu uma autorização para que se realizasse uma feira na Terra de Santa Maria.

Todavia, o livro não se centra exclusivamente na Feira da Terra de Santa Maria, até porque a informação disponível é muito pouca. O autor optou por começar por resumir a história das feiras medievais: quando apareceram, o que eram, que importância tinha, como eram protegidas pelos poderes, e quem lá ia. Depois, faz uma abordagem às mais célebres feiras da Europa e apresenta uma breve história das feiras medievais portuguesas. O livro aborda ainda algumas ideias sobre a história da Terra de Santa Maria, as suas características, o seu dinamismo, para se perceber melhor para que serviria instituir, em 1407, uma feira por essas paragens. A obra termina com os “heróis” desta pequena história: D. João I e João Álvares Pereira, fidalgo que pede a Carta de Feira ao rei. (DUARTE, Luís Miguel. A Feira da Vila).

Outro “livro” sobre a temática da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria – A História e as Estórias - que supostamente ao longo de 328 páginas, revelando-se extremamente confrangedor uma vez que traz praticamente os programas da Viagem medieval, que estão digitalizados no Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira. O próprio autor sublinhava que tratamento desses conteúdos foi facilitado pelo facto de que "a maior parte da informação já

estava compilada", sublinhando que a sua paginação foi feita pela sua colaboradora Vânia Costa e a revisão dos textos ter sido feita pela responsável do Gabinete de Comunicação do Município.

Nas fontes bibliográficas o autor do livro" não faz referência aos autores que publicaram artigos nos jornais e revistas de onde retirou informações e pistas para o conjunto das histórias, resumindo e concluindo, produto final apresenta-se assim dividido em três grandes rubricas. "A primeira é mais académica e aborda o evento na perspetiva do turismo, da cultura e do desenvolvimento local", que infelizmente se resume apenas a 8 páginas sobre o tema. Dede a página 34 até à 50, que é apresentado um estudo da Memorandum (2005) Cision (2007), encomendados pela organização do evento para aferir o impacto mediático do evento e do estudo de opinião aos visitantes e uns gráficos incipientes de uma já extinta unidade de sondagens e estudos de mercado sobre os públicos da viagem medieval e os seus consumos aplicados por estudantes do Isvouga onde o autor é docente.

Um segundo grupo de conteúdos traça o retrato da Viagem Medieval "edição a edição", mencionando as transformações na calendarização do evento, o crescimento da área ocupada pela recriação, a sua evolução em termos de áreas temáticas, parcerias e patrocinadores, e o acompanhamento que lhe foi sendo dado pela Imprensa ao longo dos anos. Resumindo e concluindo da página 56 à 216 ou seja 160 páginas deste livro apresenta-nos a cópia de todos os programas da Viagem Medieval, que se encontravam já compiladas!

A última parte é a que tem 16 histórias, a maior parte das quais vividas na primeira pessoa e as restantes resultantes de entrevistas, como a que fez às fundadoras do evento. Efetivamente não deixa de ser uma compilação pura e dura de todos programas da Viagem Medieval, correndo-se o risco de dizer mesmo que é uma cópia *ipsis verbis*, complementada com 16 historietas sem qualquer tipo de valor acrescentado. (PAIS, Paulo Sérgio. Viagem Medieval em Terra de Santa Maria – A História e as Estórias).

Para além dos livros citados, gostaríamos de falar das seguintes teses académicas: O impacto dos eventos Turísticos, o Caso da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, de Maria do Rosário Barros Oliveira. Universidade Fernando Pessoa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. 2009. Esta Dissertação de

Mestrado foi apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Ciências Empresariais, e destaca que a realização de eventos tem vindo a ser considerada uma das mais importantes manifestações do Turismo em Portugal e no mundo, sendo notório que os mesmos geram uma dinâmica na economia das localidades. Assim, importa saber que tipos de impactos resultam desses eventos. A Viagem Medieval em Terra de Santa Maria é o maior evento de recriação medieval do País, constituindo uma oferta turística única que potencia a promoção do município, razão pela qual foi escolhido o estudo de caso - “Os impactos dos Eventos turísticos – O Caso da Viagem Medieval em Santa Maria da Feira”, que teve por objetivo analisar a perceção da população e das instituições locais sobre os impactos causados pelo evento, na localidade. Para o efeito, foram aplicados questionários para aferir os tipos de impactos – económicos, sociais, culturais e ambientais, e a sua natureza – positivos e negativos, em Santa Maria da Feira.

A segunda tese é de Raquel da Assunção Bernardo Alves Coelho, sob o tema:

História Viva. A Recriação Histórica como Veículo de Divulgação do Património Histórico e Artístico Nacional (1986 – 2009). Conceitos e Práticas. Dissertação orientada pelo Prof. Doutor Fernando Grilo, para a obtenção do grau de Mestrado em Arte, Património e Restauro na Faculdade Letras da Universidade de Lisboa em 2009. O trabalho centrou-se no estudo do conceito de História Viva: origens, sua introdução em Portugal, primeiras intervenções, evolução, práticas atuais e projeções futuras, e por fim o estudo de um caso, bem como a utilização da História ao Vivo como um método didático para a difusão e aprendizagem da História, da cultura, da memória de determinada época num dado contexto, com recurso à expressão dramática.

Em 1986 foi introduzida em Portugal pela Associação Portuguesa de Museologia com o intuito de dinamizar e de dar novo fôlego ao ensino e interpretação da História e valorização da nossa memória coletiva, constituindo-se como um método didático com uma componente lúdica que torna mais atrativa a assimilação dos conhecimentos que se pretende comunicar.

A terceira tese designa-se História viva: a recriação histórica como veículo de divulgação do património histórico e artístico nacional, 1986-2009: conceitos e práticas. Raquel da Assunção Bernardo Alves Coelho, Tese de mestrado, Arte, Património e Restauro, Universidade de Lisboa, Faculdade de Letras (2010), e centrou-se no estudo do conceito de História Viva: origens, sua introdução em Portugal, primeiras intervenções, evolução, práticas atuais e projeções futuras, e por fim o estudo de um caso. Através da realização deste trabalho ambicionámos sistematizar toda a informação encontrada de forma a redigir um documento onde esta se congregasse, proporcionando um melhor conhecimento de um todo, a possibilidade de reflexão sobre o tema e seus fundamentos essenciais e o renovar das suas práticas. A História ao Vivo é um método didático para a difusão e aprendizagem da História, da cultura, da memória de determinada época num dado contexto, com recurso à expressão dramática. A técnica de Living History foi criada em Inglaterra nos anos de 1970, teve a sua evolução naquele país e em outros que, como Portugal, a importaram, sendo no presente uma prática indissociável da museologia, servindo a educação, o lazer e o turismo cultural. Em 1986 foi introduzida em Portugal pela Associação Portuguesa de Museologia com o intuito de dinamizar e de dar novo fôlego ao ensino e interpretação da História e valorização da nossa memória coletiva. Nos primeiros anos, em que houve grande empenhamento na divulgação desta técnica, houve uma forte adesão ao conceito que se disseminou e foi posto em prática através da realização de ações sobre os mais variados temas. A adesão do Grupo de Trabalho do Ministério da Educação para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses, entre 1988 e 2000, foi fundamental para o enraizamento desta prática. Passados mais de vinte anos desde a sua introdução em Portugal pudemos investir numa observação cuidada deste percurso e propor estratégias para a sua revitalização. Estamos cientes de que o recurso à dramatização nesta área teve adesão no nosso país, contudo carece de elementos teóricos que a suportem para que não se alheie da essência da sua razão de existir: a Educação Patrimonial com base na investigação.

O quarto trabalho “Segmentação de mercado da viagem medieval com base nas emoções” da autoria de Ana Cláudia da Silva Santos (2011) e é uma Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo,

realizada sob a orientação científica da Prof. Doutora Maria João Aibéo Carneiro, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro e coorientação da Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

Ana Cláudia da Silva Santos destaca que cada vez mais a importância dos eventos no âmbito do turismo, está a aumentar. Os eventos de recriação e história viva, que serão alvo de estudo nesta dissertação, nomeadamente a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria que se realiza em Santa Maria da Feira, vêm assumindo cada vez mais relevância. O principal objetivo desta dissertação foi a análise do perfil dos visitantes deste evento e segmentar o mercado de acordo com as emoções vividas aquando da participação no evento. Foi realizada uma revisão da literatura no que concerne aos eventos, segmentação e importância das emoções em turismo e nos eventos. Dessa revisão da literatura ficou evidente que as emoções são uma variável ainda muito pouco utilizada para segmentar visitantes de eventos e que as emoções são uma componente influenciada pela avaliação do produto, personalidade e motivações dos visitantes.

O quinto trabalho é da autoria de Paula Alexandra da Costa Granja e intitula-se Recriação histórica: Viagem Medieval em Terra de Santa Maria (2013), sendo a Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo realizada sob a orientação científica do Doutor Nuno Rosmaninho, Professor Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro. O estudo visava analisar o caso específico da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria. Um exemplo de recriação histórica que mobiliza grande parte das coletividades locais e cuja dimensão e rigor histórico têm lugar de destaque. Neste sentido, procura-se aferir o êxito deste evento que se renova a cada nova edição e o seu contributo para o desenvolvimento turístico do concelho.

Relativamente a outros eventos, devemos de tomar em consideração o trabalho sobre Silves (2011), na tese Lazer, Turismo Cultural e Património em Silves: a Feira Medieval e a Revitalização do Centro Histórico Urbano Dissertação para

obtenção de grau de Mestre em Antropologia pela Mestranda Marta Isabel das Dores Gamito que teve como Orientador: Professor Doutor José da Cunha Barros.

Outro trabalho sobre o evento de Castro Marim: Dias medievais em Castro Marim da autoria de Maria João Freitas e fotografias de Telma Veríssimo, traz-nos seguintes capítulos: Uma Idade Média Viva e Sonhada; A Sociedade Feudal; O Castelo; Os Cavaleiros; A Cidade; O Comércio e os Ofícios; A Vida no Campo; A Vida Espiritual; Tempos Difíceis; As Catedrais e os Mosteiros; A Universidade; A Mulher; O Vestuário; A Alimentação; Os Tempos Livres e o Imaginário Medieval.

Relativamente ao chamado turismo temático considera-se o artigo Turismo temático: A criação de um Parque Medieval de Tânia Cristina Vidal Pinho e Fernando Florim de Lemos, que defendem que os Parques Temáticos constituem um elemento importante para o turismo pois transformam-se em verdadeiros recursos que permitem construir a vocação turística de uma zona ou região, regenerar os destinos turísticos tradicionais e melhorar a sua competitividade.

Além-fronteiras conhecemos os trabalhos relacionados com as Recreações Históricas: El negocio de la historia en la Feria Medieval de Noia da autoria de Jesus Pena Castro; Consumption of a medieval event: Employing theatre in the construction of local and spatial organization da autoria de TAALAS, Saara L; The use and abuse of historical reenactment: thoughts on recent trends in public history de Alexander Cook; e um extraordinário artigo transposto no Capítulo 29 - Medieval Re-enactment de Thomas M. Stallone publicado no livro Interactive & Improvisational Drama: Varieties of Applied Theatre and Performance, editado por Adam Blatner, M.D., com Daniel Wiener; La recreación histórica en España - definición, caracterización y perspectivas de aplicación de Guillermo Cózar Llistó - Universidad Autónoma de Madrid; Las recreaciones históricas un recurso turístico en expansión de Carlos Belloso Martin da Facultad de CC. Jurídicas y Económicas da Universidad Europea Miguel de Cervantes; Ethnographic Methodologies and Reenactment Practices in Art - A study of Jeremy Deller's - The Battle of Orgreave de Sandra Nilsen Lorentzen; Las recreaciones históricas y sus fundamentos. (Qué es, quiénes somos, cómo crearlas) de Jonathan Cabrera Asensio.

O impacto que este trabalho terá em termos de contributo científico original, será um maior conhecimento da realidade da maior recriação histórica em Portugal, uma

vez que se definiu como território, Santa Maria da Feira e um período temporal de dois anos de realização dos eventos (2015 e 2016). Outro aspeto importante a considerar será a análise dos seus impactos em termos económicos (se geram riqueza e criam emprego), culturais e ambientais e as suas perspectivas futuras (por exemplo a criação de parques temáticos). Por último e não menos importante será a opinião do consumidor final deste tipo de eventos.

O estudo do impacto económico deste tipo de eventos tem adotado normalmente uma metodologia comum, embora existam algumas diferenças entre eles e outras aplicações baseadas nos fluxos e dos elementos analisados. Assim são distinguidos geralmente três tipos de impactos ou efeitos que podem ser medidos (Seaman, 2003), nomeadamente, os efeitos diretos (que correspondem às despesas da atividade, da instituição cultural, desportiva analisadas em diferentes conceitos: salários, compras, alugueres, implementação de programas, etc. na área geográfica de referência e num determinado período de tempo), efeitos indiretos (definidos como os gastos dos visitantes ou espectadores, como resultado de produto cultural, festivo, desportivo (alojamento, alimentação, transporte, ingressos, etc.); e efeitos induzidos (ou seja, todos os impactos não contabilizados nas categorias acima identificadas e que se espalham ou expandem-se para o sistema económico, dentro e fora do espaço de referência).

Neste sentido, procurar-se-á desenvolver ao longo deste trabalho uma reflexão sobre a realidade atual do produto Turismo de Eventos / Recriações Históricas, tendo como foco central o património cultural e suportada por três componentes estruturais, designadamente património, cultural e turística.

Hoje em dia são evidentes o desenvolvimento económico e o impacto social, que as recriações históricas, as comemorações e as festas históricas mais representativas geram e que atualmente se realizam em Portugal.

Para Getz (1991), um destino só terá benefícios em receber este nicho de mercado, pois irá alargar a época de turismo, ampliar a procura turística mais amplamente por toda área da cidade, atrair visitantes estrangeiros e criar uma imagem favorável do destino. O grande desafio de qualquer destino turístico é fazer com que o turista o eleja como o destino na sua próxima viagem, mediante uma série de outras opções decorrentes de uma grande concorrência existente neste

mercado, que ultrapassa fronteiras e distâncias no mundo globalizado como o de hoje.

Por isso o que procura é mais do que um destino que ofereça produtos e serviços de qualidade, já que o que o turista é atraído pelos lugares que permitam um contacto mais próximo com o local visitado, onde, mais do que visitar e contemplar, seja possível também viver, emocionar-se, serem personagens da sua própria viagem (JENSEN, 1999).

As recriações históricas podem ser valorizadas numa perspetiva multidisciplinar pois oferecem múltiplos aspetos históricos, turísticos, económicos, culturais, sociológicos e antropológicos que entram em jogo, colocando em cena cada uma destas comemorações festivas. Muitas destas recriações mantiveram-se, tendo-se realizado ininterruptamente durante muitos anos, algumas com mais de 25 edições graças ao grau de implicação dos habitantes locais na sua organização, o que supões uma elevada repercussão turística que tem como consequência direta um importante efeito económico.

“Os eventos permitem que uma região ou comunidade comemore a sua singularidade, que se promova, que desenvolva o orgulho local, e que melhore o seu bem-estar económico” (McIntosh et al, 1995: 156). Hall (1992) salienta ainda que os eventos permitem o desenvolvimento ou manutenção da identidade comunitária ou regional. Todavia eles também podem alterar as características da comunidade, uma vez que podem transformar a cultura num objeto de mercantilização (Craik, 2003).

Esta nova abordagem obriga a uma reflexão mais aprofundada de qual deve ser o posicionamento deste produto artístico, que parece deter um poder de atração singular para a competitividade dos destinos turísticos.

### **3.1. As Recriações Históricas no Mundo**

#### **Recriação histórica: Antes e Depois de 1978**

A recriação histórica é uma atividade na qual o participante recria alguns dos aspetos de um determinado acontecimento histórico ou período. Conceptualmente, a Recriação Histórica pode ser definida como a reconstituição do passado no presente. Pode ser de um período estritamente definido, tais

como uma guerra específica ou outro evento, ou num sentido mais amplo pode definir-se por um movimento social, período marcado por anos específicos ou por personalidades importantes.

O conceito e a ideia de Recriação não é nova. Como conceito, poderemos considerá-lo tão antigo como a própria civilização. A Recriação Histórica poderá ter as suas origens na Antiga Roma, quando os romanos recriavam no Coliseu, os seus triunfos militares.

Nas primeiras formas, os torneios medievais recriavam batalhas da época Romana ou de períodos anteriores. Embora a ideia de se trajar e de forma superficial, recriar o passado para diversão possa ter uma origem mais antiga, foi na década de 60 que começou a surgir a recriação histórica de uma forma mais estruturada e desenvolvida (Agnew, 2004), quando se centrou em determinadas temáticas históricas, de forma prática. Segundo esta definição, a reconstituição pode ser de qualquer época ou de qualquer acontecimento histórico, incluindo guerras, que é, sem dúvida, a forma mais conhecida de recriação.

Numa definição mais precisa, a Recriação Histórica, destina-se a reconstruir acontecimentos específicos, tais como batalhas, incidentes históricos ou aspetos importantes da vida quotidiana do passado. A Recriação histórica implica sempre a utilização de um local previamente preparado, quase sempre um espaço público que de forma não permanente é utilizado para reproduzir cenários históricos por organizações chamadas de Grupos de Recriação Histórica (Hunt, 2004).

Antes de 1978, a forma mais popular de reconstituição histórica foi a Guerra Civil Americana, que se impôs no início dos anos 60, aquando das comemorações do seu centenário. No entanto, esta não foi a primeira reconstituição histórica que aconteceu. Jenny Thompson, autor do livro *War Games: Inside the World of 20th Century War Reenactors*, identificou outras formas de reconstituição que nos levam até ao período do Império Romano.

O conceito Re-enactment (recriação ou reconstituição) é tão antigo quanto a própria civilização, segundo Howard Giles<sup>1</sup>, que é considerado pelos britânicos como um dos grandes especialistas em termos de eventos históricos, considera que "as

---

<sup>1</sup> GILES, Howard, "Recreating the Past for Live Events, TV, and Film: A Brief History of Re-enactment. [http://www.eventplan.co.uk/history\\_of\\_reenactment.htm](http://www.eventplan.co.uk/history_of_reenactment.htm). Acesso em 10 de Julho de 2009

lutas de gladiadores organizadas em Roma, nas quais se lutava até à morte, pelas vitórias no Coliseu”, podem ser consideradas reconstituições históricas primárias, pois um dos principais objetivos da reconstituição é a oferta de uma exibição pública, designada de "história viva".

A História Viva, por sua vez, pode ser definida como "uma atividade que incorpora ferramentas históricas, atividades e trajes numa apresentação interativa, fazendo com que os visitantes e os participantes tenham uma sensação de recuar no tempo."

No século 17 as batalhas de Mock tornaram-se populares. Estas consistiam nas recriações de batalhas em pequena escala para o público em geral ou para a realeza. Em 1635, o grupo London Trained Bands mostrou as suas capacidades de combate perante o rei Carlos I, e em 1645, durante a Guerra Civil Inglesa, as tropas parlamentares escolheram Blackheath para recriarem uma das suas vitórias recentes, apesar de ainda estarem em guerra”.

Em 1821, o duque de Buckingham chegou a encenar batalhas navais napoleónicas num lago da sua propriedade. Em 1840, o jovem Lord Glasgow, governador da Nova Zelândia (1892-1897), organizou um torneio medieval em Kelburn Castle, na Escócia, onde todos os participantes tiveram que estar trajados à época.

Este episódio poderia ser visto como um precursor de uma moderna Feira Medieval ou do Renascimento, outra forma de história ao vivo e de reconstituição histórica.

Em fevereiro de 1895, cerca de cem membros do grupo Gloucestershire Engineer Volunteers recriou a famosa batalha da defesa de Rorkes Drift em Natal. Setenta e cinco elementos estavam vestidos de "Zulus", enquanto os outros vinte e cinco estavam vestidos como “redcoats” (armada britânica).

No entanto, esses tipos de eventos/batalhas não se limitaram às ilhas britânicas. Em 1876, os sobreviventes do Custer's Last Stand at Little Big Horn foram encorajados a regressar ao campo de batalha e recriar os acontecimentos da batalha para os fotógrafos. Durante o século 19 e início do século 20, membros de diferentes organizações começaram a homenagear os pais e os avós que foram soldados e morreram na Guerra Civil Americana.

## **Outra tipologia de Recriação Histórica**

Não foi só entrar em contacto com realidades de outros países setentrionais (Alemanha e Grã-Bretanha, basicamente), quando soubemos da existência de um outro modelo muito mais focado na divulgação histórica do que na festa em si: arqueologia experimental, Living History e Re-enactement; modelo anglo-saxão de divulgação histórica.

Uma das primeiras reconstruções arqueológicas seguindo as técnicas de arqueologia experimental, realizou-se na Escandinávia, concretamente na Dinamarca em 1879. Trata-se de uma casa idade da pedra que, todavia, continua erguida num museu ao ar livre de Odense.

Na Suécia a primeira tentativa de se fazer algo parecido foi numa experiência levada a cabo pelo sueco Ernst Klein, com a ajuda do conde Eric Von Rosen e decorreu em 1919 na sua propriedade de Rockelstad, ao de Estocolmo. Contrataram dois estudantes com as características físicas adequadas para que no verão de 1919 vivessem como na idade da pedra, ou seja tinha de procurar o seu próprio sustento e construir uma casa com réplicas de ferramentas da época. Klein descreveu a experiência no seu livro *La vida en la Edad de Piedra*. A afirmação de Klein é muito clara: as experiências práticas são melhores que as hipóteses teóricas.

Também na Suécia efetuou-se uma reconstrução em Lojsta em 1932, na ilha de Gotland (Mar Báltico). Depois de terem descoberto uma casa da idade do ferro, do período das migrações (400 a 550 aC) os exploradores pediram ao Diretor Geral do Conselho Central de Antiguidades Nacionais de Estocolmo autorização para reconstruí-la no mesmo sítio. Essa autorização foi-lhe concedida com a condição dos vestígios da antiga casa fossem protegidos com pequena camada de terra. A reconstrução continua de pé.

Na Suécia não houve mais reconstrução até se concretizar da fortaleza circular de Eketorp nos anos 60 e 70 do século passado.

Na Alemanha podemos destacar a reconstrução seguindo técnicas de arqueologia experimental do forte romano de Saalburg, perto de Frankfurt. Trata-se de uma tentativa que, quando se realizou nos finais do século XIX, significou uma mudança significativa no desenvolvimento das técnicas de divulgação do património, enquanto na Inglaterra encontramos casos de reconstrução de sítios arqueológicos no Fort Arbeia (no Muro de Adriano) e na fortaleza legionária de Lunt Fort.

Nos Estados Unidos o exemplo paradigmático de reconstrução *in situ* é, sem dúvida, o caso de Colonial Williamsburg. Em 1926 o magnata J.D. Rockefeller financiou o projeto de reconstrução da antiga capital colonial de Virginia. O êxito deste projeto é demonstrado pelos mais de quatro milhões de visitantes que recebe atualmente por ano.

Da reconstrução do património imaterial à tentativa de recriar ao vivo as personagens com vestuário e armamento foi um pequeno passo, que se deu quase simultaneamente com as primeiras reconstruções «físicas».

A reconstrução arqueológica daria um outro passo, embora os fenómenos surjam em paralelo, com um conceito novo de experimentação histórica: Living History e o Re-enactement, como já verificamos surgiram em Inglaterra e nos Estados Unidos com grupos de ex. veteranos da guerra civil americana (em EUA) e veteranos do exército inglês (recriação das guerras zulus e dos boers e depois as duas Grandes Guerras). Apaixonados da história (militar em principio) foram criando grupos que encenavam as batalhas do passado.

Em 1913 no mesmo campo onde ocorreu a batalha de Gettysburg em 1863, teve lugar um encontro de veteranos da dita batalha. Neste encontro voltou-se a recrear algumas fases da batalha. O evento tornou-se anual.

Atualmente existem mais de 60.000 pessoas integradas nos grupos de Re-enactement da guerra civil americana. Em Inglaterra o English Heritage aproveita todo o saber dos grupos de Re-enactement para programar um sem fim de atividades deste tipo relacionado com todas as épocas.

Os grupos de Re-enactement converteram-se em colaboradores habituais de museus, de centros de interpretação e em colaboradores dos gestores do património, oferecendo sem dúvida uma das melhores formas de divulgação histórica que conhecemos.

### **3.2. As Recriações Históricas em Portugal**

A “História ao Vivo” (Living History), começou a dar os seus primeiros passos em Portugal, a partir da década de 80 do século vinte, depois de ser implementado com grande sucesso em Inglaterra graças à ação do Departamento «The Historic Buildings and Monuments Commission for England» em 1979, que promoveu dois

programas para as escolas de Suffolk: o projeto de reconstituição de Havening Hall, mansão do século XVIII, da época georgiana (bem conservada), no interior de Suffolk, onde uma multidão de criados serve o proprietário e a sua família; seguindo-se-lhe o projeto do Castelo de Oxford (quase em ruínas), situado no litoral do mesmo condado, que em 1173 tem à sua volta um enxame de artesãos que o vai «construir».

Os projetos de Living History, orientados por Patrick Redsell, tiveram impacto também no Brasil, tendo sido esta técnica posta à prova em Massangana – «Um dia no engenho».

Em Portugal, a Associação Portuguesa de Museologia - APOM, conhecedora destes projetos de Living History, e apoiada pelo Instituto Britânico em Portugal, convidou os técnicos ingleses Patrik Redsell (dramaturgo), Stephen Wolfendem (fotógrafo) e Michael Corbishey (pedagogo), e ainda a conservadora brasileira Lurdes Horta Barreto para participarem no Colóquio APOM de 1986, que teve lugar em Faro. (Solé, 2001).

O estudo, a investigação, o aprofundamento, a experimentação prática e a aprendizagem de antigas técnicas são em suma as palavras de referência de quem deseja aproximar-se da “Recriação Histórica”.

Fazer “história ao vivo” significa dar rosto, forma, realismo e uma alma aos personagens cuja vida quotidiana se tenta recriar; o que só é possível graças a uma séria e documentada ação de reconstrução que deve, obrigatoriamente, levar em conta em primeiro lugar a autenticidade: autenticidade do vestuário em cada caso, autenticidade na preparação de ambientes e situações que se tentam mostrar ao público, autenticidade em ressuscitar o espírito de uma época já passada.

Vestir, atuar, sentir e chegar inclusivamente, se não a pensar, pelo menos a identificar-se com um mercador do Ano 1000, um cavaleiro de 1200, uma camponesa do século XIV, uma mulher nobre do Renascimento, um soldado da Primeira Guerra Mundial, um partisan da Segunda Guerra Mundial: todos eles, em conjunto são uma “Recriação Histórica”.

Dar-se um nome, construir em torno daquele nome um personagem com uma história bem definida vivendo-a como se efetivamente fosse a sua própria história, também isso é Recriação Histórica. (Romero, 2011).

E assim desejosos de um regresso ao passado, às etapas que marcaram a humanidade, os apaixonados da história ao vivo encontram-se, produzem os seus próprios trajes e sapatos, dormem em tendas sobre fardos de palha, comem alimentos cozinhados com estranhos procedimentos, animam acampamentos, praças e cidades.

Como é referido no Relatório do 1º Encontro sobre Recriação Histórica, Cultura, Turismo e Cidadania que decorreu no Monte do Alto da Courela da Chaminé, em Vendas Novas, em 28 de novembro de 2008, na comunicação de Catarina Loureiro sob o tema Animação versus Recriação - Incompatibilidade ou Parceria? “. Numa época em que as Autarquias se apresentam cada vez mais sensibilizadas, quer para a divulgação do seu património turístico-cultural, quer para memória coletiva da região, urge colocar algumas questões: a imagem dos Municípios, o seu potencial turístico e respetivo desenvolvimento económico.

Os responsáveis e representantes eleitos de um povo, e de um povo com História, ao levarem a cabo iniciativas culturais para as mais variadas e distintas franjas da nossa sociedade, têm por certo consciência das necessidades primeiras daqueles a quem servem”<sup>2</sup>.

Alexandre Cabrita no mesmo encontro na apresentação A Recriação Histórica como fator de desenvolvimento local sublinhou igualmente que “devemos de aproveitar esta “modalidade” cultural, que poderá ter várias valências - na área turística ou da cidadania - de uma forma sustentável, nos tempos que correm pode ser importante para ajudar ao desenvolvimento ou ao “não esquecimento” de certas áreas geográficas, ricas em história e património, mas sem grande fator produtivo.

Ao mesmo tempo, compreender a necessidade do envolvimento da comunidade local, através da consciencialização da importância da sua história e de ao torná-la viva, dar corpo a um produto de qualidade, para todos benéficos, pode ser outro instrumento de desenvolvimento de vários sectores de uma região.

---

<sup>2</sup> [http://www.passadovivo.com/contactos/Relatorio\\_1\\_Encontro\\_281108.pdf](http://www.passadovivo.com/contactos/Relatorio_1_Encontro_281108.pdf)

Todavia é fundamental distinguir o “principal” do “acessório”, a “qualidade” do “disfarce”, a “dimensão adequada” à “falsa dimensão” são alguns pontos de partida para quem pretenda planear algo dentro deste contexto.

Por último, as recriações históricas devem ser encaradas como projetos globais, sempre a médio-longo prazo, independentemente da sua dimensão e contexto de realização presentes, pautando sempre pela qualidade minimamente exigível<sup>3</sup>.

### **O despertar das feiras medievais - primeira Feira Medieval portuguesa**

As recriações históricas em Portugal, nomeadamente as feiras medievais, registaram nos últimos anos um "extraordinário crescimento", que trouxe "óbvias vantagens" para quem trabalha na área, mas que tem redundado também numa maior falta de rigor histórico.

Em junho de 1988, foi apresentada em Espinho a primeira Feira Medieval portuguesa. Organizada pelo Clube de Dramatização em História da Escola Secundária Dr. Manuel Laranjeira, sob orientação do professor Avelino Alves Ribeiro (professor de História e dinamizador do Clube), a iniciativa desenvolveu-se no âmbito do projeto «Escola Cultural». (Coelho, 2010).

A abertura oficial da feira deu-se pelas 10 horas do dia 16 de Junho com a proclamação da Carta de Feira de Espinho. Nela se incluíram núcleos de exposição-venda; músicas medievais interpretadas pelos coros da Academia de Música de Espinho e da Escola Secundária Dr. Manuel Laranjeira e, da parte da tarde, apresentações teatrais com fantoches pelo núcleo de teatro da Escola e do Externato Oliveira Martins; teatro de rua e saltimbancos; coros e cantigas medievais; jogos tradicionais e a intervenção do "arauto" com «notícias de outras bandas». O jornal «Defesa de Espinho» apoiou o projeto fazendo a cobertura do acontecimento e publicando um suplemento alusivo ao evento no dia da feira.

Calcula-se que anualmente se realizem em Portugal mais de 120 Feiras Medievais e Quinhentistas de média ou grande dimensão, só na região de Porto e Norte de Portugal (cujas entidades regionais de Turismo editam há vários anos uma

---

<sup>3</sup> Idem

brochura sobre estes eventos), e pelo menos outras tantas recriações de outras épocas históricas.



**Figura 16: Viagem Medieval em Santa Maria da Feira.**  
Fonte de dados: Arquivo Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Algumas estão firmemente implantadas, e são já ex-líbris locais. A Feira Medieval de Coimbra (um grande apoio da Professora Maria Helena da Cruz Coelho com uma peculiar ligação a grupos amadores, associada ao melhor rigor histórico que encontramos em Portugal), a Viagem Medieval de Santa Maria da Feira (enraizada nas coletividades locais e que se destaca pela sua dimensão, sendo considerada a maior que se realiza em Portugal), os Dias Medievais de Castro Marim, a Feira Medieval de Silves cada vez mais vocacionada para a recriação da época moura, e o Mercado Medieval de Óbidos.

### 3.3. A Terra de Santa Maria e as recriações históricas

A Terra de Santa Maria<sup>4</sup> inicialmente, estendia-se entre os Rios Douro e Vouga, tendo a leste as serranias de Paiva, Arouca, Cambra e Sever do Vouga e a oeste, o Oceano Atlântico.

Nos princípios do séc. XII, a área da região foi reduzida do lado Sul devido a uma disputa entre os Bispos de Porto e de Coimbra. A parte destacada desintegrou-se ao ser absorvida pelos territórios anexos, ficando a pertencer à diocese de Coimbra.

A parte centro e norte, manteve-se como um núcleo central. Embora ficando a pertencer à diocese do Porto continuou, administrativamente, sujeita ao governo de Coimbra. De então para cá, aquele núcleo central com aquele nome, manteve-se até meados do séc. XIX, ao contrário do que sucedeu com outras regiões medievais, entretanto desaparecidas.

Deste "núcleo central" faziam parte territórios que hoje se distribuem por 14 concelhos do Distrito de Aveiro: Albergaria-a-Velha (parte), Arouca (parte), Castelo de Paiva (parte), Espinho, Estarreja, Gondomar (parte), Murtosa, Oliveira de Azeméis, Ovar, S. João da Madeira, Santa Maria da Feira, Sever do Vouga (parte), Vale de Cambra (parte) e Vila Nova de Gaia.

A Terra de Santa Maria, está assim situada no contexto do centro litoral norte do país é, do ponto de vista da sua geomorfologia, uma região de transição entre os relevos acentuados e muito antigos do extremo ocidental da meseta ibérica e os solos recentes, ternários e quarternários, que confinam com a orla marítima, constituindo-se em anfiteatro fronteiro ao Oceano Atlântico.

É de realçar aqui a amenidade do clima e a influência marítima decrescente a medida que se avança para o interior, possibilitando, sobretudo nos vales e encostas viradas a sul, a existência de uma vegetação extremamente diversificada. Por sua vez os vales cavados pelos cursos de água constituíram, desde os tempos remotos, rotas privilegiadas de penetração e comunicação com o interior.

---

<sup>4</sup> <http://www.castelodafeira.com/TerraStaMaria.asp>

As zonas montanhosas constituídas maioritariamente por xistos e granitos, vêm sofrendo de há milénios uma erosão acentuada a que não foi estranho o pastoreio intensivo.

Os terrenos de cultivo nas áreas de montanha, inicialmente circunscritos aos vales de aluvião, devido ao crescimento populacional foram progressivamente ocupando algumas encostas, através de um trabalho árduo de construção de terraços e fertilização do solo com o estrume dos animais e os matos retirados das florestas adjacentes, moldando e alterando lentamente a paisagem.

A Terra de Santa Maria, situada no cruzamento dos eixos Norte - Sul e Litoral - Beira Interior dispõe de um posicionamento geográfico que, desde épocas remotas fez, desta região, local de encontro e de passagem de muitos povos. Comprovam-no a existência das vias romanas que ligavam Lisboa a Braga (marco milenário encontrado em Ul) e o Porto Viseu (Por Batalha - Cepelos). Estas vias de comunicação continuaram a ser utilizadas durante toda a Idade Média e até ao nosso século.

### **Os polos aglutinadores do povoamento na Terra de Santa Maria**

Após a reconquista, com base na antiga divisão administrativa dos conventos, 3 polos de desenvolvimento se evidenciaram na região: O Mosteiro de Cucujães, o Mosteiro de Arouca e o Castelo da Feira.

O Castelo da Feira, sendo um local de pagamento de tributo era local privilegiado de comércio de produtos vários, pelo que em seu redor se foi instalando a população, dando origem à atual cidade de Santa Maria da Feira.

O povoamento da Terra de Santa Maria é já muito antigo, como o atestam a presença de vários monumentos funerários (mamoas), que remontam ao IV-V milénio antes de Cristo, bem como castros (povoações fortificadas) pré-romanos ou romanizados. O império trouxe as vias romanas, por necessidades militares ou comerciais e são ainda visíveis vários troços de vias e pontes dessa época, muitos dos quais ainda bem conservados.

Da Idade Média ficaram-nos testemunhos da arquitetura militar, de que o castelo da feira será o mais imponente e representativo. Mas é na arquitetura religiosa que a monumentalidade atinge a sua máxima expressão: conventos,

igrejas, cruzeiros, do românico ao barroco, são muitas vezes o espelho do passar do tempo, através de intervenções sofridas em épocas variadas.

A Civitas Sanctae Mariae, está documentada desde ano 977 e mais tarde (1117), num documento de D. Teresa, o local é designado por "Terra de Santa Maria". A 10 de fevereiro de 1514, D. Manuel I concede o foral à "Vila da Feira e Terra de Santa Maria".

A origem mais provável do nome será a feira que se realizava às portas do castelo e a partir da qual se terá criado e desenvolvido uma povoação. Essa feira tornou-se tão importante que a aglomeração e posteriormente a vila tomaram o seu nome.

Como temos vindo a observar, a enorme riqueza histórica dos diversos territórios que outrora integraram a Terra de Santa Maria, permite-lhes realizar Recriações Históricas, sob temáticas e épocas distintas, como verificaremos em seguida.

### **Arouca, uma recriação histórica<sup>5</sup>**

Desde 2004, que o Mosteiro de Arouca se transforma num cenário do século XIX, para recriar nos seus diversos espaços o ambiente em que viviam as monjas da Ordem de Cister, onde ao longo de três dias, cerca de 200 atores e figurantes participaram no evento "Arouca, uma recriação histórica", que encenava situações do antigo quotidiano das monjas no interior do mosteiro, assim como no terreiro de Santa Mafalda e nos jardins em redor.

Em 2017, a recriação remontou ao ano de 1793, em que se registou a subida aos altares da Beata Mafalda. Realizam-se banquetes e um grandioso cortejo. As monjas voltam a respeitar os seus tempos de oração no cadeiral, regem a sua vida na sala do capítulo, dedicam-se às artes e aos cuidados médicos. Chegam individualidades de toda a parte, que se cruzam com o povo, que canta e dança, enquanto descansa do labor dos seus ofícios, ali mesmo ao lado. Nas ruas desta Vila vestidas para a festa, cruzaram-se nobres com o Povo. A animação incessante e ruidosa entoava por entre bombos e violas braguesas. No entanto a serenidade da Vila é abalada por vários distúrbios causados por Frei Simão de Vasconcelos,

---

<sup>5</sup> <http://recriacao.cm-arouca.pt/>

combatente liberal, frade cisterciense do Mosteiro de Alcobaça, fugido da Cadeia de Vila da Feira, que funcionava no atual edifício da Câmara Municipal.

Reviveram-se episódios das invasões francesas e das lutas liberais, mas também momentos da vida religiosa, como a eleição da abadessa, figura de poder religioso e temporal por estas terras.



**Figura 17- Monjas Cistercienses**

Fonte de dados: Câmara Municipal de Arouca

Curiosamente a maioria dos arouquenses é descendente de pessoas que viveram no tempo das monjas. Eram as famílias de Arouca que forneciam as criadas e as damas de companhia às freiras, e, à custa disso, as monjas ficaram para sempre na memória desta gente.

Neste Convento, só podiam entrar senhoras de comprovada ascendência nobre - nada de sangue judeu, nem sangue negro. Em alguns casos, as freiras eram realmente devotas - chamavam-se "religiosas professas" - e seguiam a Regra de S. Bento, que determina que: "Sete vezes ao dia rezarás ao Senhor teu Deus".

A maioria das monjas que frequentavam o mosteiro era, no entanto, secular. Iam para o mosteiro devido a desgostos de amor, porque tinham enviuvado ou porque não havia quem casasse com elas e não tinham que seguir regras rígidas.

## **Espinho - Vir a Banhos. Recriação de uma praia do início do século XX<sup>6</sup>**

A Praia da Baía recebe em julho, vilões e fidalgos em fatos de banho dos anos 20, na iniciativa “Vir a Banhos” que recorda a época áurea de Espinho, quando “vilões e fidalgos” faziam praia durante a manhã, mediante prescrição médica, e ocupavam as tardes no convívio social da então chamada “Cascais do Norte”, e que fez parte dos primeiros destinos turísticos de Portugal

Este evento “Vir a Banhos” organizado pela Câmara de Espinho em parceria com nove entidades locais, só não é uma recriação rigorosa em termos históricos porque juntam-se na mesma tarde os camponeses e os fidalgos, que, na realidade, nunca se misturavam. No início do século XX, a prática era que fidalgos e nobres fizessem praia entre abril e outubro, durante toda a semana, enquanto os “vilões” iam ao mar ao sábado e domingo, sobretudo depois de terminada a época das vindimas. Historicamente os fidalgos a burguesia mais abastada e os espanhóis, frequentavam a praia em agosto e em outubro vinham os lavradores mais ricos, logo após as colheitas. Sem dinheiro para comprar fatos de fato, as classes mais baixas usavam a roupa do quotidiano e para entrar na água limitavam-se a “arregaçar as calças ou as saias”. Os veraneantes de posição mais elevada usavam fatos de banho completos, quase sempre às riscas brancas com azul ou preto, gorro ou chapéu de palha para os homens e touquinha aos folhos para as senhoras. Elas só tinham a descoberto as mãos, os pés e o rosto; eles, às vezes, deixavam de fora o braço inteiro.

Entravam na água com essa roupa toda, mas, como na altura quase ninguém sabia nadar, o banheiro ajudava-os a mergulhar, tantas vezes quantas as que o médico receitara. Esta recriação demonstra também que a praia tinha ainda outros atracões: teatro de robertos, músicos e contorcionistas, vendedores de tremoços e peixe, papagaios de vento em papel de jornal, fotografias «à la minute», construções de areia com formas de bolo caseiras e jogos do eixo, da cabra-cega, com tétulas (jogos com pedrinhas) e com bolas de trapos.

Todavia o “Vir a banhos”, não consegue recriar o cosmopolitismo de Espinho no início do século XX, quando a cidade era capaz de atrair por exemplo Pablo Casals que estava muitas vezes no «Café Chinez», e o Ramalho Ortigão também

---

<sup>6</sup> <http://www.destak.pt/artigo/35083> - 11 | 07 | 2009 16.16H

vinha muitas vezes, como se vê por “As Farpas”, em que ele faz descrições deliciosas de quem vinha a Espinho nessa época.

Neste contexto a iniciativa “Vir a Banhos” é uma aula viva de história, que demonstra que as origens de Espinho estão muito ligadas ao mar do trabalho, da pesca e da conserveira Brandão Gomes, mas também ao mar do veraneio, das elites e do culto do corpo”.



**Figura 18 - Vir a Banhos**

Fonte dados: Câmara Municipal de Espinho

Um dos aspetos mais marcantes da prática balnear do início do século XX seria também o deslumbramento do mar. A maioria da população só se deslocava à praia por razões medicinais, muitos adultos viam-se obrigados a uma viagem longa para ter essa primeira experiência e a visão do mar, a chegada, revelava-se uma coisa imensa, enorme, que impressionava e assustava.

### **Gondomar - A recriação histórica da Assinatura da Convenção de Gramido**

A Câmara de Gondomar inaugurou em 31 de maio de 2008 a Casa Branca de Gramido, numa cerimónia em que foi recriado o ambiente em que foi assinada a Convenção de Gramido, que marcou o final da denominada Guerra da Patuleia, em

1847. Realizada a 29 de junho de 1847, a Convenção do Gramido (Valbom, Gondomar) foi imposta por forças militares estrangeiras - espanholas e inglesas -, para que os princípios de manutenção da monarquia defendidos pela Quádrupla Aliança de 1834 se mantivessem em Portugal.



**Figura 19: Recriação histórica da assinatura da convenção do Gramido**

Fonte de dados: Arquivo Câmara Municipal de Gondomar

A recuperação deste imóvel, que envolveu um investimento de 800 mil euros, foi feita no quadro do programa Polis Gondomar, que prevê um investimento global de cerca de 15 milhões de euros no concelho.

A recriação histórica da Assinatura da Convenção de Gramido esteve a cargo da Associação Napoleónica Portuguesa e do Grupo de Recriação Histórica do Município de Almeida, culminando com uma demonstração militar. No entanto, este evento nunca mais se realizou.

### **Murtosa – Ciclo do Milho**

Anualmente, a Béstida, na Freguesia do Bunheiro, acolhe duas etapas da recriação do Ciclo do Milho, das décadas de 50, 60 e 70 do século XX.

Depois de, em maio, o Ciclo se ter iniciado com o lavrar, gradar e semear do milho, em setembro, o milho é cortado, com foicinhas, carregado para os carros de vacas e transportado para as imediações do Cais da Béstida, onde, fica a aguardar a cascadela.

À noite, num cenário que procurou, continuamente, lembrar aos mais velhos os tempos de outrora e transmitir aos mais novos uma imagem/retrato de uma parte da vida no campo vividos há 40 e mais anos atrás, centenas de pessoas assistiram, no Cais da Béstida, à cascadela à moda antiga (com transporte dos gigos de espigas para a eira, transporte e colocação da palha no cabanal e animação com os “moços”), no quinteiro e distribuição das papas (de abóbora e farinha de milho) pelos trabalhadores, malhada das espigas na eira (com 8 “moais”), chegada do moleiro com a farinha de milho, amassar e cozer bolo (pão de milho) no forno da casa (e posterior distribuição pelo público presente). Não faltaram os cantares tradicionais e os “moços” que, disfarçados com colchas ou gabões, se foram abeirando das raparigas casadoiras. A recriação termina com umas danças de roda executadas na eira, às quais aderiu o público presente.

Esta recriação pretendeu criar um registo fiel do que era o ciclo do milho, há mais de 50 anos e assim permitir aos mais novos ficarem a conhecer as técnicas manuais ancestrais.

### Oliveira de Azeméis - Era Uma vez, Mercado à Moda à Antiga<sup>7</sup>



**Figura 20: Era uma vez, mercado à moda antiga**  
Fonte de dados: Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis

<sup>7</sup> <http://mercadomodaantiga.cm-oaz.pt/?op=artigo&mn=145&id=304>

"Era uma vez... Mercado à Moda Antiga" é um projeto cultural de Oliveira de Azeméis nascido em 1997 pela iniciativa do Grupo Recreativo, Associativo e Cultural de Cidacos. Desde a primeira edição, conta com a parceria da Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis. O evento pretende reviver o mercado que se realizava, há 100 anos, na então "Praça dos Vales": Gentes de todas as freguesias do concelho, e limítrofes, deslocavam-se para o centro da então "Vila" de Oliveira de Azeméis para venderem os produtos da terra, sobretudo produtos agrícolas.

Desta forma, para além de proporcionar um momento de lazer, o "Mercado à Moda Antiga" é já uma referência no que diz respeito ao envolvimento dos usos e costumes do final do Séc. XIX, início do Séc. XX, recriados nos dias de hoje como uma verdadeira partilha de saberes por novos e mais velhos das freguesias do concelho.

Tendas à moda antiga, artesãos, padeiras de UI, produtos agrícolas, utensílios e trajes antigos são alguns dos elementos que constituem o cenário do Mercado. A Feira do Pão, uma mostra de artesanato e a atuação de grupos de danças e cantares tradicionais, acontece paralelamente, todos os anos, de forma ininterrupta, desde 1997, participando atualmente 83 coletividades e mais de 1000 figurantes.

### **Ovar - Recriação Histórica da Visita de D. Maria II a Ovar**



**Figura 21: Recriação Histórica da Visita de D. Maria II a Ovar**  
Fonte de dados: Museu Júlio Dinis de Ovar

Em 19 de setembro de 2009 a Câmara Municipal de Ovar recriou a visita que ocorreu em 23 de maio de 1852 quando a Rainha D. Maria II chegou a Ovar, no regresso de uma visita a terras do Norte de Portugal. Ainda não havia comboio – foi preciso esperar dez anos para que isso acontecesse –, pelo que o séquito usava carruagens e animais de carga.

Aqui chegados pela estrada da Feira, e após breve descanso, foi cantado na Igreja Matriz um solene Te Deum, recolhendo-se a Rainha na Casa da Câmara, que serviu de Paço Real.

Na manhã seguinte, após assistir à Missa na Capela de Santo António, a comitiva partiu para o cais da Ribeira, onde embarcou, seguindo, pela Ria, até Aveiro, onde foi recebida festivamente.

Nesta única Recriação Histórica da passagem da rainha por Ovar, A Recriação Histórica da Visita da Rainha D. Maria II, numa iniciativa inédita, contou com o apoio do Ministério da Cultura, do Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico - IGESPAR e com o envolvimento das seguintes da Rede Museológica de Ovar, Associação dos Amigos d’Avenida (Aveiro), Real Associação de Aveiro, Associação de Recriação Histórica de Santa Maria da Feira, e mais 20 coletividades do Concelho. Fruto das dinâmicas entretanto criadas, O Concelho de Ovar tem vindo a recriar outros episódios da história local, nomeadamente o Centenário da República e os 100 anos da Escola Oliveira Lopes. Estes eventos realizaram-se apenas uma vez.

### **Vila Nova de Gaia - Feira Medieval de Vilar de Andorinho<sup>8</sup>**

A ideia nasceu em 2005, na Escola Básica de Balteiro 1, no decorrer do planeamento das atividades para o ano letivo, partindo de uma professora e com a colaboração da Associação de Pais, todos trabalharam para a tornar uma realidade.

---

<sup>8</sup> Jornal Audiência. Quarta-feira, 10 de junho de 2009



**Figura 22: Feira Medieval de Vilar de Andorinho**

Fonte de dados: Jornal Audiência

A primeira Feira Medieval de apenas um dia foi um sucesso, passando no ano seguinte a dois dias, já com almoço medieval. A adesão da população foi grande e estiveram presentes cerca de duas mil pessoas, numa área de pequenas dimensões, apenas a área externa do recinto escolar.

Dado o grande êxito das duas edições anteriores a Junta de Freguesias decidiu em 2009 ano lançar o desafio à Associação de Pais da Escola E.B.1 de Balteiro, para ser a entidade organizadora a Feira Medieval em Terras de Vilar de Andorinho, recriando a história da freguesia tendo quatro objetivos fundamentais: Pedagógico – Recriar um ambiente medieval; Lúdico – Proporcionar momentos de lazer; Cultural – Contactar com traços de cultura medieval; Gastronómico – Conhecer a gastronomia Medieval. Associa a participação de escolas, associações e comunidade envolvente sendo realizada numa área de grandes dimensões, a Quinta dos Condes Paço Vitorino.

Uma quinta datada de meados do século XVIII, composto de Casa de Quinta e Capela, edifício barroco, em forma de U, sendo o acesso ao edifício nobre feito por escada interior, esta quinta fica situada no gaveto das ruas de Mariz com a de S. João Baptista.

O slogan da Feira é “vem recriar a história” constituindo-se numa espécie de aula de história ao vivo, em que a juventude poderá vir a assistir, sendo recriada uma fase da Idade Média, o século XIV.

Concertos, cortejos, danças do ventre, exibição de aves de rapina, adestramento de cavaleiros, manifestações circenses, ceia, teatro, fantoches, espetáculos de fogo, torneios a cavalo, assalto ao acampamento e missa na Igreja Matriz foram as notas de principal destaque que se dividiram pelos espaços da Liça, Animais, Paço, Pelourinho, Tenda do Rei e Mouraria.

### **3.4. Outras Recriações Históricas que se realizam em Santa Maria Feira**

O Município de Santa Maria da Feira, que para além da Viagem Medieval, tem fortemente enraizados outros eventos como por exemplo a Festa da Fogaceiras, que se realiza anualmente em 20 de janeiro, em honra do Mártir S. Sebastião, o que explica que uma grande maioria dos residentes que responderam ao inquérito e como iremos ver capítulo V, não considera que evento Viagem Medieval contribua para a Identidade de Santa Maria da Feira, 45,5 % discorda, e 18,4 % discorda plenamente.

#### **A Festa das Fogaceiras**

Até hoje são problemáticas todas as datas de origem que se alegam para a Festa das Fogaceiras.

O voto cuja origem é tão remota não tem uma data assinalada, porém foi referido por D. Marcos da Cruz, que ao falar desta terra na “Crónica dos Crúzios”, em 1640, e referindo-se aos tempos de D. Sancho I (1184 a 1211) como estando relacionada com o célebre e calamitoso ano, chamado “annus malus” que assinalou a era de 1160 (César) ou fosse o ano de Cristo de 1122.

Esta tese indicaria que a Festa teria 896 anos, contudo e como sempre as teses historiográficas devem de ser colocadas à discussão e quantos mais documentos surgirem, melhor, porque assim os historiadores conseguirão chegar a uma data mais próxima quanto à sua origem.

Sabe-se que os Senhores da Feira e o povo da Terra de Santa Maria, duramente castigados por uma daquelas pestes tristemente célebres da Idade Média, recorreram ao patrocínio do Mártir S. Sebastião e dele alcançaram miraculoso acolhimento.

No tempo dos condes, segundo a tradição uma epidemia devastou implacavelmente a vila; e eles valendo-se da proteção de S. Sebastião, prometeram festejá-lo todos

os anos com missa cantada, Santíssimo exposto, sermão, procissão, e com a oferta de três broas de pão doce, chamadas fogaças benzidas no ato da festa.



**Figura 23: Fogaça de Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Com efeito a epidemia desapareceu e os condes cumpriram religiosamente o voto até ao ano de 1700, em que a casa dos condes, pela extinção dos mesmos, passou no tempo de D. João V para a Casa do Infantado.

Depois deste acontecimento as pessoas mais nobres e abastadas da vila encarregaram-se desta festividade e cumpriram o voto dos condes por espaço de alguns anos, até que afrouxando a devoção, deixaram de festejar o santo.

Decorridos anos, reapareceu na vila a epidemia e com tal força que apavorou toda a população. Depressa a viuvez e a orfandade invadiram o palácio do rico e a choupana do pobre. O povo atribuiu o reaparecimento do flagelo à relaxação do voto e pediu à Câmara Municipal, para que esta, continuando o exemplo dos nobres condes da Feira, se encarregasse de fazer a mesma festividade a expensas suas; a Câmara acedeu de bom grado à vontade do povo e obteve do infante D. Pedro III uma provisão para celebrar a festa anualmente e com a mesma oferta de três fogaças benzidas, que seriam conduzidas na procissão por três homens e repartidas depois por todos os habitantes da vila. E para mais brilhantismo da festa estatuiu

que seriam obrigados a comparecer na procissão as cruzes paroquiais das freguesias mais próximas, toda a polícia da vila e concelho e que a mesma câmara assistisse à festividade e se incorporasse na procissão com o seu estandarte.

À medida que a população cresceu, cresceu também o número de fogaças, que eram já conduzidas por donzelas de cinte e cinco anos e pouco tempo depois por meninas de nove a doze anos, preferidas as expostas (Roda dos Expostos), recebendo todas da Câmara uma pequena gratificação. Desde então a festa em hora do Mártir, tem sido feita com todo o esplendor na igreja paroquial do mosteiro, concorrendo muito para o seu luzimento a assistência das Fogaceiras, toucadas de flores e vestidas elegantemente de branco.

Com a proclamação da República, acrescentou-se um novo ritual: a formação de um cortejo cívico, a partir dos Paços do Concelho rumo à Igreja Matriz, antes da missa solene, que integra as meninas “fogaceiras”, que levam as fogaças à cabeça, bem como as autoridades políticas, administrativas, judiciais e militares e personalidades de relevo na vida municipal.



**Figura 24: Fogaceiras**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A procissão festiva realiza-se a meio da tarde e congrega símbolos religiosos, com destaque para o mártir S. Sebastião, bem como uma representação civil, com símbolos

autárquicos, económicos, sociais e culturais de cada uma das 31 freguesias do concelho, numa curiosa mistura entre o civil e o religioso.

No cortejo e procissão as atenções recaem, naturalmente, sobre as fogaceiras, segundo a tradição “crianças impúberes”, provenientes de todo o concelho, vestidas e calçadas de branco, cintadas com faixas coloridas, que levam à cabeça as fogaças do voto, coroadas de papel de prata de diferentes cores, recortado com perfis do castelo.

Inicialmente, as “fogaças do voto” eram distribuídas pela população em geral, depois pelos pobres e mais tarde pelos presos, pobres e personalidades concelhias, em fatias chamadas “mandados”. Atualmente, são entregues às autoridades religiosas, políticas e militares que têm jurisdição sobre o município de Santa Maria da Feira.

### **Semana Santa de Santa Maria da Feira**



**Figura 25: Cartaz Semana Santa**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A Semana Santa antecede a Páscoa, a quem os judeus chamam PÉSAH. A esta palavra dá-se o significado de “saltar a pé coxinho”, lembrando a passagem do Anjo exterminador que, no Egito, saltava a casa dos judeus para só ferir as casas

dos egípcios; daí o sentido derivado de “golpe”, infligido aos egípcios pelo Anjo exterminador, quando os judeus eram por eles escravizados<sup>9</sup>. Passou depois a designar a festa, que celebrava este acontecimento histórico.

O ponto culminante do ano litúrgico cristão é a Semana Santa, onde celebramos o Mistério da Paixão, Morte e Ressurreição de Jesus Cristo. É a ‘semana maior’ para os cristãos: inicia-se com a celebração da Entrada Triunfal de Jesus em Jerusalém, que ocorre no Domingo de Ramos, e tem o seu epicentro na Vigília Pascal, na noite de Sábado Santo para Domingo de Páscoa. A semana Santa de Santa Maria da Feira, constitui-se nesta altura numas das referências do chamado Turismo Religioso em Portugal.

Tudo terá começado em 1911, logo após a implantação da República, uma vez que há quinze anos que nesta vila se não realizavam as tocantes e soleníssimas cerimónias da Semana Santa.

Quando “a mesa da confraria do S.S. Sacramento realizou este ano as cerimónias de quinta-feira Santa com um brilho desusado e uma imponência poucas vezes vista. Os sacrifícios não se pouparam os irmãos da referida confraria que procuraram por todos os meios realçar e fazer fulgir em todo o esplendor esta solenidade, na quinta-feira e sexta-feira Santa, num período extraordinariamente complicado para a Igreja Católica.

Segundo os jornais da época à Igreja Matriz de Santa Maria da Feira, a concorrência de fiéis foi extraordinária, calculando-se que fosse superior a 4000 pessoas. A Confraria do S.S. Sacramento na pessoa do seu muito digno Juiz e à Santa Casa da Misericórdia na do seu provedor digníssimo firmamos o nosso respeitoso e merecido preito de reconhecimento pela sua obra de levar a cabo a realização de tão importante festividade<sup>10</sup>.

Todavia A Semana Santa em Santa Maria da Feira nos moldes em que se conhece, foi criada em 1997, por iniciativa do Grupo Gólgota, em colaboração com a Paróquia e a Santa Casa da Misericórdia da cidade e apoiada pelo Município, assim como por outras forças vivas, civis ou religiosas, congrega vários eventos, que valorizam o rico património espiritual e cultural que envolve este importantíssimo

---

<sup>9</sup> Ex.12,13,23,27

<sup>10</sup> Notícias da Feira, 24 de março de 1911, pág. 2

ciclo litúrgico de todos os cristãos: a 'Procissão dos Lírios ou do Encontro', a 'Entrada Triunfal de Jesus em Jerusalém – na cidade humana', a 'Via-Sacra', Vigília Pascal e Compasso.

A cidade prepara-se logo no início da Quaresma, com a colocação das Cruzes e pendões nas fachadas criando assim um cenário de maior envolvimento da população nestas celebrações. "A cruz é a bandeira do crente. O crente tem orgulho na cruz.

As cruzes são revestidas com panos roxos, seguindo-se na decoração com ramos verdes no Domingo de Ramos, e no Sábado Santo, são decoradas com flores, dia em que também são retirados o pendão roxo.

Fortemente enraizada Santa Maria da Feira celebra a Semana Santa com a realização de diversas encenações que recriam os últimos dias da vida de Jesus, envolvendo a participação de dezenas de atores do grupo Gólgota e centenas de figurantes. Com a participação de cerca de 70 elementos do grupo Gólgota, a Procissão dos Lírios ou do Encontro e o primeiro dos eventos, sai da Capela de Campos rumo à Igreja Matriz e recria o momento em que Jesus cruzou o olhar com a sua mãe quando carregava a cruz a caminho do Calvário.

No Dia de Ramos, as atenções estão viradas para os mais novos. A par de dezenas de atores do grupo Gólgota, centenas de crianças e jovens animam o percurso, desde a Igreja Matriz até ao Seminário dos Passionistas, recriando os vários quadros da Entrada Triunfal de Jesus em Jerusalém e na Cidade Humana, sempre acompanhados por uma multidão que acena a Jesus. Aqui são encenados cinco quadros, de uma forma muito realista e interventiva em termos culturais, sociais e religiosos.

Na Quinta-feira Santa celebra-se a Última Ceia de Jesus e o Lava-pés. Vivendo em clima de Paixão, a Igreja, em vigília ao Santíssimo, recorda os sofrimentos de Jesus, por isso, com a Celebração da Instituição da Eucaristia.

A Procissão do Triunfo das Endoenças ou Ecce Homo decorre da Igreja da Misericórdia/Igreja Matriz. Aqui o Coro do Centro de Cultura e Recreio do Orfeão da Feira, interpreta como vem sendo habitual há dezenas de anos, músicas adequadas

à Paixão de Cristo. A Procissão regressa de novo a Igreja da Misericórdia ao som da marcha lenta da banda de música.

A Sexta-Feira Santa é marcada pela realização da Via-Sacra ao Vivo, desde o Palácio da Justiça até ao Castelo. Nesta encenação, o povo acompanha os diversos quadros, mostrando-se sensível aos valores e princípios evidenciados, sentindo e vivendo os acontecimentos importantíssimos da vida de Jesus, relacionados com a sua condenação injusta, com a sua morte dolorosíssima na cruz e com a sua ressurreição.

No Sábado Santo, a Igreja celebra em júbilo a Vigília Pascal, ‘a mãe de todas as vigílias’, a noite da Ressurreição de Cristo, abrindo assim as portas da alegria da Páscoa que se prolongará por cinquenta dias, com as Vigílias Pascais na Igreja Paroquial e na Igreja dos Passionistas.

Em Santa Maria da Feira também no Sábado de Aleluia, temos um acontecimento profano fortemente enraizado, em que de uma forma burlesca e recreativa se vingar daquele que foi o traidor. No lugar da Velha, constituía um motivo de descontração na tarde do Sábado de Aleluia, servindo para alegrar o povo e reconstituir a morte trágica do enforcamento<sup>11</sup> de Judas que é claramente o símbolo perpétuo da traição e renegação. A Queima do Judas era, pois, uma maneira absurda e farsante de se vingar do traidor de Jesus.

No domingo e segunda-feira de Páscoa decorre a Visita Pascal ou Compasso. Aqui temos a recriação de uma tradição que está muito arreigada no Norte de Portugal, mas cujo significado, na prática, ninguém consegue apurar. Todavia, esta tradição está basicamente ligada à celebração da Páscoa.

Como afirma Geraldo Coelho Dias “a sua origem, devemos procurá-la na bênção das casas, que, na Idade Média, o pároco fazia às casas dos seus paroquianos, em recordação das casas dos hebreus ou judeus, benzidas no Egito e defendidas pela proteção do anjo exterminador, que marcou com sangue a soleira ou dintel das suas casas (Ex. 12,21-23). Daqui nasceu a prática da bênção das casas entre os judeus pela Páscoa, costume que, depois, passou aos cristãos, originando o solene rito da Visita Pascal ou Compasso, isto é, a bênção feita pelo

---

<sup>11</sup> Atos dos Apóstolos 1,18

pároco com o acompanhamento da Cruz, em que o Senhor tinha padecido (Cruz cum passo domino). Deriva desta prática a importância do cargo de Juiz da Cruz nas nossas paróquias, que deu origem à Confraria do Subsino (a Cruz e não o sino de tocar), aquela que tomava o encargo de velar pela Igreja e pelo enterro dos cristãos. Foi a partir dela que no Liberalismo se formou a Junta de Paróquia e, na República, a Junta de Freguesia, que, com as leis higiénicas dos enterros fora das igrejas, herdou o encargo de zelar pelo cemitério” (Dias,2006).

### **Centenário da Visita do Rei D. Manuel II e inauguração da Linha do Vale do Vouga.**



**Figura 26: Centenário da inauguração da linha do vale do Vouga**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A 23 de novembro de 2008, aquando do centenário da Linha do Vale do Vouga 23 de novembro de 2008, foi recriada a Visita do rei de Portugal de acordo com o que aconteceu no dia 23 de novembro de 1908, que teve como base os relatos da época: Embarque de convidados na estação de S. Paio de Oleiros (1.ª Estação do Concelho de Santa Maria da Feira), seguindo-se as paragens em Paços de Brandão Rio Meão e São João de Ver. Em todas elas tocavam bandas de música, sendo queimados muitos foguetes, e o povo das respetivas localidades aclamava o Soberano, recriando o dia 23 de novembro de 1908. Este evento integrou o Programa Passeios na Minha Terra.

## Invasões Francesas em Arrifana “Massacre dos Quintados “



**Figura 27: Invasões Francesas de Arrifana**  
Fonte dos dados: Fotografia de Manuel Sousa

Desde 2009 que as Invasões Francesas ocorridas a 17 de abril de 1809 em Arrifana são assinaladas com recriações históricas, com um diversificado programa evocativo, promovido pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e junta de freguesia local. Duas dezenas de coletividades do concelho, num total de cerca de 1000 participantes, preparam a recriação do Massacre de Arrifana, ocorrido na madrugada de 17 de abril de 1809 quando o exército francês cercou e tomou de assalto a pacata povoação de Arrifana. (Cleto e Faro, 2000).

Neste dia quem ofereceu resistência ou ensaiou a fuga foi morto a tiro, à coronhada ou trespassado pelos sabres e baionetas dos soldados de Napoleão. Grande parte da população procurou refúgio no interior da igreja que, no entanto, acabou por se revelar uma verdadeira ratoeira: os franceses obrigaram todos os homens válidos a saírem do templo, selecionando em seguida um em cada cinco.

Os “quintados” (assim ficaram conhecidos) foram de seguida fuzilados pelos invasores. Quando estes partiram deixaram atrás de si a povoação em chamas e,

empilhados no local do massacre, dispersos por campos e caminhos de tentativa de fuga e pendurados de cabeça para baixo em várias árvores, cerca de 70 mortos. Em 2018, esta Recriação Histórica a par da Viagem Medieval integração a programação da V Capital da Cultura do Eixo Atlântico.

### **Centenário da Implantação da República.**

Na então Vila da Feira a implantação da República, deu-se de forma serena, uma vez que desde 1907 que sabíamos da existência do partido republicano presidido por aquele que viria a ser o primeiro presidente de Câmara Republicano, Elísio de Castro, que apesar de ser republicano disputava grandes torneio de caça com o Rei D. Carlos, que viria a ser assassinado no dia 1 de fevereiro de 1908, juntamente com o seu filho D. Luís Filipe no Terreiro de Paço. O sucessor do trono seria D. Manuel, que em 23 de novembro do mesmo ano, na Vila da Feira foi recebido em apoteose, para a inauguração da Linha do Vale do Vouga.

Para assinalar o centenário da Implantação da República, a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira organizou uma recriação de episódios ocorridos a 5 de outubro de 1910, que contou com a participação de cerca de 500 atores e figurantes de 25 associações do Concelho. Esta iniciativa, à semelhança do Centenário da Visita Real foi integrada no programa municipal “Passeios na Minha Terra” – passeios culturais destinados aos seniores do Concelho.

Esta recriação foi preparada com base num rigoroso levantamento, que teve como fontes as atas das reuniões de Câmara Municipal que estão no Arquivo Histórico de Santa Maria da Feira e também nos quatro jornais que se publicavam no Concelho. De resto, o público presente teve oportunidade de contactar com os relatos da imprensa da época, uma vez que durante o evento foram distribuídas facsimile dos jornais de 8 de fevereiro de 1908 e de 8 de outubro de 1910, que anunciavam, respetivamente, o assassinato do rei D. Carlos e do seu filho, e a proclamação da República.



**Figura 28: Centenário da República**

Fonte dos dados: Fotografia de Roberto Carlos

Este levantamento histórico permitiu a “descoberta” de personalidades concelhias que se destacaram na política nacional, tais como Francisco Sousa Brandão, fundador do Partido Republicano Português; Abel de Pinho, o primeiro presidente republicano do Tribunal da Relação do Porto; Ângelo Sampaio Maia, deputado, Ministro do Trabalho que instituiu as 40 horas semanais e foi também presidente da Câmara Municipal de Lisboa; e Elísio de Castro, que presidiu à Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e foi um dos autores da Constituição de 1911 entre outros.

### **Turno da Noite no Museu do Papel**

Integrado no projeto Europeu “La Nuit des Musées”, comemorado em toda a Europa, realiza-se desde 2004 a recriação de um “Turno da Noite”, no Museu do Papel Terra de Santa Maria, em Paços de Brandão.



**Figura 29: Turno da Noite no Museu do Papel**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Entre sons e ritmos, os visitantes descobrem os diferentes espaços do museu com a sua própria candeia de luz. Estes antigos espaços, dedicados à produção de papel, surpreendendo os visitantes com novas sensações e movimentos. O trabalho noturno, cheio de ruídos mecânicos e repetitivos, é reinventado com outros sons e movimentos, constituindo-se num convite à descoberta de uma outra noite no Museu do Papel.

Nessa noite, os espaços do museu deixam de ser ocupados somente pelas memórias de um trabalho passado, para serem vividos de uma forma única por um público que partilha uma nova memória, e que deseja voltar.

Para além desta recriação o Museu leva a efeito a recriação da Merenda à Papeleiro lembrando os turnos que eram longos e para os quais os papeleiros faziam umas merendas que incluíam broa, chouriço, marmelada, queijo e eram acompanhadas de uma bebida “a receita” feita com vinho tinto, água gaseificada e açúcar”.

### 3.5. A Viagem Medieval em Terra de Santa Maria



**Figura 30: Viagem Medieval em Terra de Santa Maria.**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

#### **Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**

O evento Viagem Medieval em Terra de Santa Maria que se organiza em Santa Maria da Feira é um extraordinário exemplo de projeto de rentabilização dos recursos patrimoniais através daquilo que Jesús Pena Castro (2004) designa no seu trabalho *El negocio de la historia en la Feria Medieval de Noia*, “como sendo o mercado da história, das suas narrativas e dos espaços, bem como os níveis de autenticidade vividos e apreciados na recriação.”

Ao analisarmos a trajetória de Santa Maria da Feira, a partir da segunda metade do século XX, percebe-se claramente a mudança de uma economia fortemente assente na indústria, para atividades económicas do sector terciário que envolve a prestação de serviços, o comércio, o turismo entre outros, sendo que na década de 90, a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira procurou estimular a

atração de empresas hoteleiras de grande dimensão, que foi mais ou menos bem conseguida, nomeadamente devido à construção do Europarque.

Assim e em várias cidades do País, e com um relevo especial em Santa Maria da Feira, tem vindo a apostar-se em recriações de momentos históricos carregados de cor e de vida: feiras, torneios e justas, desfiles, autos de fé... O princípio é sempre bastante 'amador' e artesanal, mas quando as coisas correm bem, como tem sido o caso desta cidade e acontece igualmente em Viseu, entre vários e felizes exemplos possíveis, que, de ano para ano se melhora, se aperfeiçoa. Nunca se poderá elogiar suficientemente a importância destas festas, destas iniciativas, refere Luís Miguel Duarte no Prefácio do livro *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria* (Reis e Dias 2002, 8-12).

Luís Miguel Duarte, questiona, E era mesmo assim? “A veracidade e a exatidão de cada reconstituição histórica são problemas reais. Há algumas melhores, outras mais descuidadas e imperfeitas. Como resolver o problema? Desde logo, desdramatizando-o. A história que nós, investigadores, escrevemos, não é uma reconstituição autêntica do passado, pela simples razão de que tal não é nem nunca será possível. Nós 'inventamos' o passado — não à nossa vontade, não sem regras exigentes — mas o que fazemos é sempre uma "representação". “Portanto, não estamos assim tão longe destas Feiras e destes Torneios. É vital que haja pontes, mas pontes que possam ser atravessadas nos dois sentidos: que os responsáveis por esta iniciativa vão perguntando, vão trocando impressões com os que fazem investigação científica sobre os temas — como era o vinho medieval? Como é que um cavaleiro ia armado para um torneio em Portugal? Sobre estes — e todos os outros temas — há gente a investigar no nosso País. Mas, ao mesmo tempo que esses investigadores se aproximem das autarquias, se envolvam nas festas, e deem as suas ideias para melhorar o que está menos bem. Sabendo sempre que estamos perante momentos de diversão, de alegria, de participação de milhares de pessoas, e que o grande objetivo é ao mesmo tempo diverti-las, interessá-las, dar-lhes alguma informação. Se elas gostarem, tratarão de querer saber mais. Nessa altura, entram de novo os historiadores, que têm de saber contar as suas histórias, de um modo cientificamente atualizado, mas acessível.

Não há ainda muitos que o saibam fazer, porque não fomos habituados, a isso. Pelo seu passado, bem sintetizado nestas páginas, Santa Maria da Feira está particularmente vocacionada para estas aventuras: o impressionante castelo, os truculentos Pereiras que o Porto odiava... é hora de ir à Feira. Os cavalos estão nervosos para começar as justas. 'Então era assim? Era mesmo assim?', perguntarão muitos de vocês.

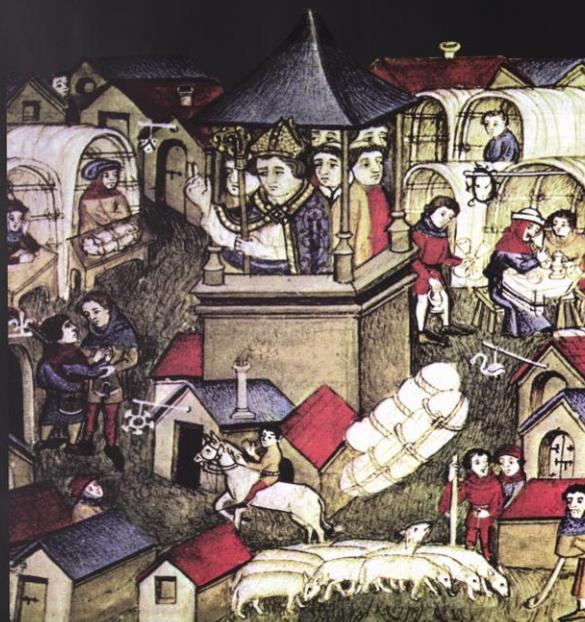
Se fosse vivo, um ilustre filho da Terra de Santa Maria, Carlos Alberto Ferreira de Almeida, responderia com o seu sorriso matreiro: "Se não era, é como se fosse..."<sup>12</sup> (Reis e Dias 2002, 8-12).

O projeto "Viagem Medieval em Terra de Santa Maria", nasceu em 1996 com a recriação histórica na região então denominada Terra de Santa Maria com um pequeno mercado medieval que decorreu dentro do castelo em 1996.

---

<sup>12</sup> Luís Miguel Duarte in Prefácio Carlos, Roberto, Dias, Francisco de Almeida. (2002) Viagem Medieval em Terra de Santa Maria =The medieval journey

# Viagem Medieval em Terra de Santa Maria



7 e 8 de Setembro  
Castelo de Santa Maria da Feira

apoios: câmaras municipais da terra de santa maria governo civil de aveiro região de turismo rota da luz MONTEPIO GERAL

**Figura 31: 1º cartaz da viagem medieval**

Fonte dos dados: Biblioteca Municipal da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Esta primeira edição contou com a participação de doze das quatorze câmaras municipais a ela pertencentes, durante um fim-de-semana no Castelo de Santa Maria da Feira, por sugestão de duas profissionais de Turismo, Cristina Perestrelo e Ana Nadais. Continuou em 1997 com interrupção em 1998.

Como já verificamos primeira edição da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria realizou-se em 1996 por iniciativa de duas profissionais de turismo que, no ano de 1995, apresentaram um projeto de animação à Autarquia, intitulado Viagem Medieval em Terra de Santa Maria (site viagem medieval Roberto Carlos: 2001). A investigação abordou a Idade Média, permitindo a investigação dos costumes, tradições, artes, ofícios desse período histórico, bem como a história do Castelo de Santa Maria da Feira. Ao longo do trabalho desenvolvido pelas estudantes, decidiu-

se mudar a estrutura do "projeto inicial de uma feira restrita ao castelo, passando a ser alargada aos 14 concelhos que constituem a Terra de Santa Maria" (Coelho: 2002, 16). Assim estabelecia-se que, anualmente, "se iria reviver a antiga história e colocar associações dos diversos concelhos a trabalhar e a participar, envolvendo a população" (Coelho: 2002, 15). Na sequência da aprovação do projeto pela Câmara de Santa Maria da Feira, foram contactadas as entidades locais dos 14 concelhos da Terra de Santa Maria abrangidos pelo projeto.

Mas a comissão organizadora da Viagem, "precisava de ser apoiada por uma instituição isenta que de forma legal e através de uma parceria oficializasse a receção de receitas, subsídios e patrocínios indispensáveis à viabilização desse projeto" (Coelho: 2002, 16).

A escolha recaiu sobre a Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira, representante de várias coletividades do concelho. Esta entidade passou a liderar o processo.

O objetivo era dinamizar a Viagem dentro da muralha do Castelo de Santa Maria da Feira, com a presença das diferentes associações da região que venderiam os produtos locais, apresentariam o seu artesanato e ofícios tradicionais, tendo os representantes dessas associações que deter formação antecipada sobre a Idade Média, para que no dia do Evento encarnassem um personagem dessa época. Assim, considerava a organização, poderiam deter os "visitantes uma visão global da Terra de Santa Maria com algum rigor histórico e com produtos típicos das regiões representadas" (Coelho: 2002, 16), tendo solicitado a colaboração de um recém-licenciado em História pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Roberto Carlos Reis. Os dias escolhidos para o Evento foram os dias 7 e 8 de setembro.

Contudo, neste mesmo período, através da aposta num Plano para o Turismo, abriram-se novas perspectivas para o Município. Tal iniciativa teve como objetivo transformar a cidade num destino turístico regional e nacional, e consequentemente, gerar receitas e postos de trabalho. O Município apostou numa série de ações, visando a mobilização da comunidade, dos empresários, bem como das escolas e particulares, para torná-los atores conscientes do seu papel na implantação da atividade turística.

Ainda neste sentido, fruto da ação da Câmara Municipal, e da Associação Empresarial de Portugal foi construído o primeiro centro de congressos do Concelho, o Europarque, com objetivo de responder às necessidades do Turismo de Eventos e de Negócios da cidade e da região. A finalidade foi incrementar o fluxo de turistas e aumentar as oportunidades de empregos diretos e indiretos. Um dos grandes eventos foi a Presidência da União Europeia em 2000. Foram construídos novos hotéis e outros estavam projetados, exigindo mão-de-obra qualificada para que possam assegurar ao turista a excelência de atendimento, apesar do abrandamento do investimento motivado pela crise económica atual.

### **A origem da Feira Medieval**

Pouco sabemos acerca da origem da feira primitiva, a não ser que já existia em 1315, e que se celebrava em agosto. O facto de a mesma decorrer em agosto, poderá indiciar que se deva ao culto a Santa Maria, serviu de mote temático para a realização da 1.<sup>a</sup> edição da Viagem Medieval.



**Figura 32: Nossa Senhora do Castelo. Imagem em Calcário (Século XIV e XV)**  
Fonte dos dados: Comissão de Vigilância do Castelo de Santa Maria da Feira

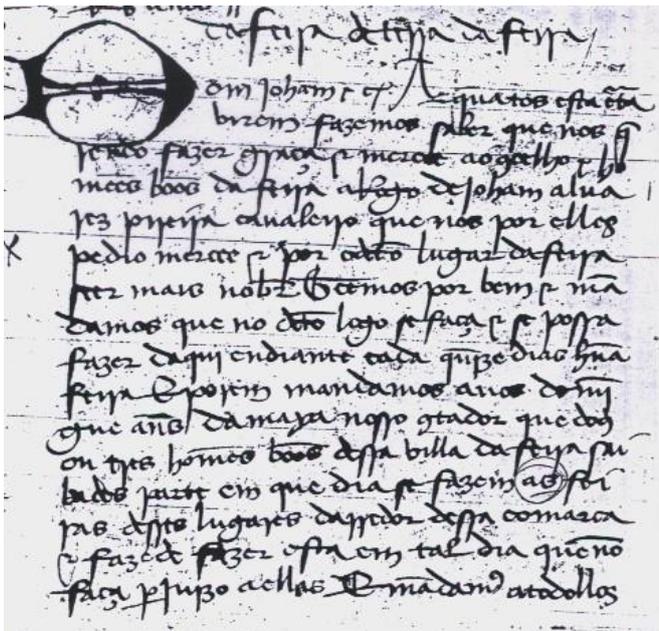
Porém sabemos que a pedido de D. João Álvares Pereira (2.<sup>o</sup> Senhor da Terra de Santa Maria), o Rei D. João I instituiu uma feira quinzenal na Vila da Feira, ... por o dicto lugar da feira seer mais nobre..., por...carta dante em santarem XXVij de junho ... era de mil iij centos XLV annos.



**Figura 33: João Álvares Pereira (2.º Senhor da Terra de Santa Maria)<sup>13</sup>**

Fonte dos dados: "Genealogia do III Conde da Feira". Estudos de Vasco Graça Moura; Maria José Mexia Bigotte Chorão. Lisboa: Edições Inapa, 1998. 47, [20] p. : il. ; 24 cm. (História da cultura portuguesa)

Esta carta viria instituir uma realidade que de facto parecia existir há muito tempo, basta registar o topónimo Feira, com ...todollos priullegios liberdades e franquezas que há a feira de trancoso...<sup>14</sup>



**Figura 34: Carta de feira da Terra da Feira**

Fonte dos dados: Arquivo Nacional da Torre do Tombo, Chancelaria D. João I

<sup>13</sup> No ano de 1437 achou-se e distinguiu-se no cerco a Tânger, com o Infante D. Henrique. Os burgueses do Porto expulsaram violentamente João Álvares por ele pretender-se demorar-se nela mais tempo do que o permitido pelos seus foros.

<sup>14</sup> Virgínia Rau in Feiras Medievais Portuguesas: Subsídios para o seu estudo

Na verdade, a feira de Trancoso<sup>15</sup>, criada em 8 de agosto de 1273 por D. Afonso III, parece ter sido o modelo seguido pela chancelaria joanina para a instituição de feiras francas<sup>16</sup> até ao aparecimento do tipo de carta de Tomar de 1420 (Rau,1982) .

O diploma de 1407, não indica o dia exato em que a feira se deveria de realizar, referindo apenas que ... no dicto logo se faça e se possa fazer daqui endiante cada qujnze dias huma feira...

Isto porque o monarca, pretendendo salvaguardar os direitos de todas as outras que se realizava à sua volta, determinou que o seu contador ...domjngues anes da maya..., apurasse de ...dous ou tres homens boos dessa villa da feira...em que dia se fazem feiras desses lugares darredor dessa comarca e fazede fazer esta em tal dia que nom faça perjuizo a ellas...

Foi sob esta temática que se organizou a primeira edição da Viagem Medieval que para além da recriação da Feira, decorreu ainda uma Ceia Medieval e um Sarau "na praça forte onde se recreou um auto com a participação do grupo de teatro Efémero, Grupo Gólgota e Viv'art (Laboratório de Expressão Dramática de Oliveira do Bairro.

A Viagem Medieval foi retomada em 1997 com a representação de 11 Câmaras Municipais, mas em 1998, não se realizou o Evento, devido a enormes dificuldades financeiras. Essa paragem foi propositada e teve em vista "repensar o projeto e fornecer-lhe um figurino diferente" (Coelho: 2002, 23).

Neste sentido, a Federação das Coletividades e a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, juntaram os seus esforços para que em 1999, a organização da Viagem Medieval fosse conjunta.

A história dava os argumentos perfeitos e a Feira voltaria a ser a nova centralidade regional da Terra de Santa Maria da Feira.

Aliou-se a política à cultura e fez-se nascer no castelo, onde outrora saíram as tropas de Afonso Henriques, a primeira Feira Medieval com artesãos de vários municípios santamarianos. O objetivo acabou por falhar, mas ficou a semente de um

---

<sup>15</sup> Feira de Trancoso: A população de Trancoso, queixou-se várias vezes ao Rei da atuação dos Corregedores. Quer D. Pedro em 1363, quer D. João I em 1407, ambos atenderam aos pedidos da população e dos feirantes, para que os Corregedores não tivessem qualquer intervenção durante a realização da Feira

<sup>16</sup> Feira Franca: Isenção do pagamento de impostos sobre mercadorias, por parte do Rei

evento que viria a colocar a Feira no centro dos holofotes nacionais<sup>17</sup>. Fomentar o espírito concelhio e, sobretudo, fomentar o espírito santamariano foram os objetivos que levaram, há 16 anos a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira a realizar aquela que foi a primeira Feira Medieval. O evento nasceu no interior das muralhas do castelo e envolvia essencialmente os artesãos dos vários concelhos da Terra de Santa Maria. O objetivo, recorda José Manuel Leão, vereador da Cultura, de então, era fazer do concelho feirense a nova centralidade regional. O objetivo acabou por não ser totalmente cumprido, mas ficou o evento que, passadas mais de duas décadas, é a referência no País. Tornar Santa Maria da Feira na nova centralidade regional chegou a ser slogan de campanha. Corria o ano de 1995 quando a ideia começou a ser desenhada entre os políticos.

José Manuel Leão, responsável pela pasta da Cultura naquela altura, juntamente com Alfredo Henriques, presidente do executivo, puseram os pés a caminho e percorrerem todos os municípios que integram a Terra de Santa Maria, lançando as sementes para transformar a Feira no polo central da região. Ao mesmo tempo, nas escolas distribuía-se mapas da região santamariana e adquiriu-se um autocarro para levar as crianças a conhecer de perto essa identidade regional. "Queríamos sensibilizar todos os autarcas para esta necessidade de fazer renascer o espírito santamariano" - lembra José Manuel Leão, atual deputado da bancada social-democrata na Assembleia Municipal. Algumas das autarquias vizinhas mostraram-se entusiasmadas com a ideia, sobretudo, Vila Nova de Gaia e Oliveira de Azeméis. E, nesse enquadramento, surgiu a primeira edição da Viagem Medieval. Tímida, confinada às muralhas do castelo, mas com um objetivo político muito claro: "a história concedia-nos uma vantagem. Já antes tínhamos sido a centralidade". O castelo era prova disso, e, portanto, no principal monumento feirense juntaram-se artesãos de quase todos os municípios da Terra de Santa Maria, ao mesmo tempo que se dava início às Ceias Medievais. Corria o ano de 1996. "Este foi o pontapé de saída para aquele que seria o objetivo de voltar a colocar Santa Maria da Feira no centro do mapa da antiga região da Terra de Santa Maria". O desiderato ficou pelo caminho. "A nova centralidade regional não foi conseguida", mas ficaram outras conquistas que só se revelariam anos mais tarde. "Colocaram-se os professores das escolas a falar sobre os tempos medievais e

---

<sup>17</sup> MORENO, Sandra. Correio da Feira. Correio da Feira 30.JUL.2012

todas as crianças ficaram a conhecer a região a que pertencem". Mais tarde, reconhecer-se-ia que a ideia da realização de uma recriação medieval foi capaz de colocar Santa Maria da Feira no mapa nacional da Cultura. A Viagem Medieval foi crescendo, tomando conta da cidade. No segundo ano, avançou as muralhas do castelo, estendendo-se até á sua envolvente e dois anos, mais tarde, desceria até ao Rossio. Hoje ocupa 33 hectares da zona histórica da cidade e movimenta meio milhão de visitantes.

### **Das muralhas do castelo para meio milhão de visitantes**

"De facto, a partir de 1998, a Viagem Medieval ganhou proporções que pouco tinham a ver com aquela que aconteceu dois anos antes" - recorda José Manuel Leão, salientando: "Não fomos a nova centralidade regional, mas, sem dúvida alguma, que colocamos Santa Maria da Feira no mapa". De tal forma que hoje, José Manuel Leão confessa que nunca esperaria que aquela ideia inicial de uma feira medieval pudesse crescer para o que hoje é a Viagem. "Nunca imaginaria que o evento pudesse ganhar esta dimensão e tenho muito orgulho em ver como pequenos projetos se transformam em grandes eventos e, atualmente, é incrível ver a quantidade de concelhos que, por esse país fora, tentam imitar a nossa Viagem Medieval". Ao fim de 21 anos, José Manuel Leão diz-se satisfeito com o resultado de um evento que nasceu tímido e para o qual foi desenhado um outro objetivo. "De facto, há coisas que se conseguem por caminhos diferentes. Hoje todas as crianças feirenses conhecem o Concelho à custa deste evento e todas as associações sentem na pele o espírito feirense. Aliás, a grande quantidade de associações que participam na Viagem Medieval é a maior riqueza deste evento, independentemente dos 500 mil visitantes". O autarca reconhece, contudo, que ainda está por alcançar o objetivo turístico da estadia. "Ainda não se conseguiu que, durante a Viagem Medieval, os visitantes pernoitem na Feira e essa é uma lacuna que, na minha perspetiva se deve ao facto de se ter terminado com as Ceias Medievais" - diz, lembrando que este foi um investimento "fortíssimo" da Sociedade de Turismo, mas acabou por ficar a meio do caminho. "A Comissão de Vigilância do Castelo começou a colocar preços tão elevados para o aluguer do espaço que, mesmo que a comida fosse de borla, o custo por pessoa continuaria a ser insuportável" - critica, destacando: "a Comissão do Castelo matou a galinha dos ovos de ouro, porque as Ceias Medievais decorriam, ao longo de todo o ano e mantinham acesa a chama da

Viagem Medieval. Hoje as Ceias foram substituídas pelo Repasto no Povoado, que se realizam apenas durante do evento, ao contrário das ceias, que se organizavam ao longo do ano. (Figura 35).



**Figura 35: Repasto no Povoado da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Nesse mesmo ano, houve uma maior participação das associações locais e um aumento do número de visitantes, decorrendo em junho, durante três dias (11 a 13 de junho). A Viagem proporcionou a realização de um grande cortejo nas ruas da cidade [de Santa Maria da Feira] integrando elementos das associações recreativas e culturais, elementos permanentes na animação do evento, cavaleiros e o Viv'art (que coordenavam a animação) "(Coelho: 2002, 25). Em 1999, a Câmara Municipal criou a Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira, S.A, uma entidade de capitais mistos que tem como fundamento conciliar interesses públicos e privados com o objetivo de rentabilizar esforços em prol do Turismo da região.

A sua missão assentava na definição e promoção de estratégias de desenvolvimento turístico no concelho de Santa Maria da Feira, bem como a gestão dos recursos e equipamentos do âmbito turístico, nomeadamente a exploração da água mineral e da atividade termal das Termas de S. Jorge e a organização de eventos com temática medieval, das quais se salienta o produto turístico mal

consolidado (Ceias Medievais), vocacionado para a área do Turismo de Negócios e Incentivos.

Além disto, e fruto da delegação de competências relacionadas com a atividade cultural da Câmara Municipal na Empresa Municipal Feira Viva e o estabelecimento de parcerias com o tecido associativo concelhio e outras entidades, o Concelho continuou a potenciar os eventos como a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, o Festival da Juventude, o Festival de Cinema Luso-Brasileiro, o Festival para Gente Sentada, o Rock Feira (estes dois eventos já não existem) o Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua, a Semana Santa, a Festa das Fogaceiras entre outros, tornaram Santa Maria da Feira um palco de experiências por excelência, aumentando, por sua vez, a movimentação nos hotéis, bares e restaurantes, comércio e transportes públicos. Pelas transformações que Santa Maria da Feira vive atualmente e apesar da grave crise económica recente, que se traduziu no aumento do desemprego e da emigração, o dinamismo inerente ao processo histórico, à memória e à cultura dos locais.

O conceito lugar de memória está mais vinculado às análises sobre a preservação e o património. No turismo a sua melhor integração seria como “conceção que remete diretamente à afetividade, integridade e identidades locais” (Gastal, 2002).

Segundo Huyssen (2000), “a emergência da memória é um dos fenómenos culturais e políticos mais característicos dos fins do século X, devido à transformação que ocorreu na sociedade, nomeadamente a mudança em relação à perceção do tempo de futuro-presente para passado-presente”.

Como já verificamos, “a realização de Feiras Medievais é já um hábito em muitas localidades com história que lhes permitem recriar os ambientes da época em causa. No entanto, umas destacam-se pela qualidade da produção, preocupada com os mais pequenos detalhes, que atraem cada vez mais interessados num evento de qualidade, enquanto outras realizam-se com padrões de recriação da época que deixam muito a desejar e que, por vezes, levam a questionar a realização do evento, tão pequena a sua dimensão e tão rudimentar a produção”. (Reis e Dias, 2002).

No cenário nacional, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, realizada em Santa Maria da Feira, é sem dúvida uma das melhores, se não mesmo a melhor.

Uma visita rápida ao site do evento (<http://www.viagemmedieval.com>) permite-nos perceber o que a distingue de todos os outros eventos semelhantes, como Óbidos, Castro Marim ou mesmo Silves.

A Viagem Medieval começou como já foi dito teve o seu início com a realização de uma pequena feira dentro das muralhas do castelo, em 1996, sob proposta de licenciadas do Curso de Turismo, Ana Nadais e Cristina Perestrelo. O evento decorreu entre 7 e 8 de setembro na Praça de Armas do Castelo de Santa Maria da Feira. As promotoras movidas pelo anseio de dinamizar o Castelo e transmitir a História, fizeram com que nascesse assim a primeira Viagem Medieval em terra de Santa Maria, a partir da concretização uma feira Medieval, onde não faltavam os saltimbancos, o bobo, as ciganas, o trovador, o curandeiro ou mendicantes a animar o ambiente

De sublinhar que inicialmente, o evento tinha um envolvimento intermunicipal, situação que não ocorre nos dias de hoje, pois contava para além do apoio da participação do Município de Santa Maria da Feira, dos outros onze Concelhos da Terra de Santa Maria, cujos participantes recriavam as artes e os ofícios de cada um dos Concelhos, bem como a gastronomia tradicional e as vivências de mercado sob a estrutura organizativa da Federação das Coletividades de Cultura e Recreio do Concelho de Santa Maria da Feira. A entrada custava 300 escudos (1,5 euros) tendo participado 10 mil visitantes foram e 200 figurantes, entre os quais 23 feirantes (com outras tantas tendas).



**Figura 36: Foto da 1.ª Edição da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria de 1996**  
Fonte dos dados: Biblioteca Municipal da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A Viagem Medieval prosseguiu em 1997, durante dois (6 e 7 de setembro) e o tema foi de novo a realização de uma Feira no Castelo, ao tempo do reinado de D. Dinis. Nesta edição realizou-se o primeiro grande cortejo com 280 participantes, saído de vários pontos da cidade, com os produtos chegados de outras terras para a feira. Realizou-se ainda um banquete medieval que se tornaria num produto de referência da Viagem Medieval, assalto ao castelo, torneios de cavaleiros apeados e a atuação do grupo musical Galandum Galundaina. Apesar do enorme sucesso alcançado no ano seguinte, a organização do evento foi interrompida.

Em 1999 “a Federação das Coletividades de Cultura e Recreio, juntamente com a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e a Escola Fernando Pessoa chamou a si a organização do evento, realizando-se o primeiro grande cortejo com a

participação de 400 figurantes, integrando elementos das associações recreativas e culturais, elementos permanentes na animação do evento, cavaleiros e o Viv'art (que coordenavam a animação) "(Coelho: 2002, 25). Esta edição já decorreu durante 3 dias no mês de junho (11 a 13), também dentro das muralhas do Castelo, teve o como tema o reinado de D. João, mestre de Aviz, centrado no recrutamento de homens para enfrentar o rei de Castela (1385, Aljubarrota) e na feira medieval, decorrendo no Castelo de Santa Maria da Feira e zona verde sul da Piscina Municipal.

As vivências do século XIV estavam em destaque e o evento expande-se para as ruas e para além da feira, que continua a reproduzir usos e costumes no Castelo, com as suas bancas de produtos e animações com músicos ambulantes, jograis, trovadores, saltimbancos e ciganas. A Viagem Medieval ganhou uma nova zona junto ao rio Cáster e Piscina Municipal, onde aconteceu um torneio medieval recriado por um pelotão de especialistas da GNR de Évora. As ruas foram tomadas por pregoeiros e outras figuras que anunciavam o evento acompanhados de bombos. O cortejo medieval tornou-se um marco da Viagem e as recriações de episódios históricos surgiam com a dramatização de um recrutamento forçado de homens durante o desfile. O evento perdeu o carácter intermunicipal (apenas contou com o apoio das câmaras de Ovar e S. João da Madeira) e tornou-se mais local: a Câmara Municipal passou a integrar a organização, com a Federação das Coletividades, e as associações do Concelho assumem um maior envolvimento, situação que de alguma forma desvirtua a criação original do evento, com a abrangência territorial da Terra de Santa Maria.

## Entidades Envolvidas na Organização da Viagem Medieval de 1996 a 2017

Tabela 17 - Entidades Envolvidas na Organização da Viagem Medieval de 1996 a 2017

<b>Edição Ano Nº de dias</b>	<b>Organização/ Produção</b>	<b>Parcerias</b>
<b>I 1996 2 dias em setembro</b>	2 Finalistas de turismo.	Apoios: Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira. Câmaras Municipais de Albergaria-a-Velha, de Arouca, de Castelo de Paiva, de Espinho, Estarreja, Vila Nova de Gaia, Oliveira de Oliveira de Azeméis, de Ovar, de São João da Madeira, de Sever do Vouga, de Vale de Cambra.
<b>II 1997 2 dias em setembro</b>	Núcleo da Viagem Medieval da Federação das Coletividades de Cultura e Recreio	Apoios: Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira. Apoios: Câmaras Municipais de Santa Maria da Feira, de Arouca, de Castelo de Paiva, de Espinho, Estarreja, Vila Nova de Gaia, Oliveira de Oliveira de Azeméis, de Ovar, de São João da Madeira, de Sever do Vouga e de Vale de Cambra.
<b>III 1999 3 dias em Junho</b>	Federação das Coletividades de Cultura e Recreio	Apoios: Câmara Municipal, Ministério da Cultura, Câmara Municipal de Ovar e de São João da Madeira Instituto Português da Juventude, Ministério da Cultura e PROCOM (programa de apoio à modernização do comércio).
<b>IV 2000 11 dias em Junho</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio.	Apoios: Câmara Municipal de Ovar e de São João da Madeira Instituto Português da Juventude, Ministério da Cultura e PROCOM (programa de apoio à modernização do comércio). Parceiros: Jornal de Notícias (divulgação)
<b>V 2001 10 dias em Junho</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio.	Apoios: Programa Operacional Região Norte e Instituto Português da Juventude (IPJ). Parceiros: Associação Empresarial, Sociedade de Turismo, Associação dos Artesãos de Santa Maria e Jornal de Notícias (divulgação)
<b>V 2002 10 dias em Junho</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio.	Patrocinadores: Cerveja Sagres Apoios: Instituto Superior de Entre o Douro e o Vouga (ISVOUGA) e Galeria ao Quadrado. Parceiros: Associação Empresarial, Sociedade de Turismo, Associação dos Artesãos de Santa Maria, Jornal de Notícias (divulgação) e Rádio Nostalgia (divulgação)
<b>VII 2003 10 dias em Julho Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio e Empresa Municipal Feira Viva	Parceiros: Associação Empresarial, Sociedade de Turismo, Associação dos Artesãos da Terra de Santa Maria e Escola de Hotelaria e Turismo de Santa Maria da

		Feira
<b>VIII 2004</b> <b>10 dias em</b> <b>Julho Agosto</b>	Câmara Municipal, e Federação das Coletividades. Produção Executiva: Empresa Municipal Feira Viva	Sociedade de Turismo (Parceria Executiva), Associação Empresarial de Santa Maria da e Associação de Artesãos da Terra de Santa Maria Feira
<b>IX 2005</b> <b>10 dias em</b> <b>Julho Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio Produção Executiva Empresa Municipal Feira Viva	Patrocinadores: Super Bock e BP Gás Apoios: Jornal de Notícias (divulgação) Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva)
<b>X 2006</b> <b>10 dias em</b> <b>Julho Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio Produção Executiva Empresa Municipal Feira Viva.	Patrocinadores: Super Bock, Indaqua, Citroen – Lécio Pinto e Grupo Jerónimo Martins. Apoios: Comansegur (segurança) e El Faro (iluminação) Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva) e Jornal de Notícias (media partner)
<b>XI 2007</b> <b>10 dias em</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio Produção Executiva Empresa Municipal Feira Viva.	Patrocinadores: Super Bock (master sponsor), Feira Nova e Beppi Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva), Comansegur (segurança) e Jornal de Notícias e RTP (media partner)
<b>XII 2008</b> <b>10 dias em</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio Produção Executiva Empresa Municipal Feira Viva.	Patrocinadores: Super Bock (master sponsor), Caixa de Crédito Agrícola e Beppi. Apoio: Comansegur, Lécio Pinto Lda. E Jornal de Notícias (divulgação). Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva)
<b>XIII 2009</b> <b>11 dias em</b> <b>Julho e</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Patrocinadores: Super Bock e Kia Motors. Apoio: Comansegur; Autoprudente e Jornal de Notícias (Divulgação) Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva)
<b>XIV 2010</b> <b>11 dias em</b> <b>Julho e</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Apoio: Turismo do Norte de Portugal (apoio institucional); Comansegur; DNSI e Jornal de Notícias (divulgação). Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva)
<b>XV 2011</b> <b>11 dias em</b> <b>Julho e</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Patrocinadores: Super Bock, M. Coutinho – Litoral e Caixa de Crédito Agrícola. Apoio: Turismo do Norte de Portugal; Comansegur e Jornal de Notícias (divulgação). Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva)
<b>XVI 2012</b> <b>11 dias em</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Patrocinadores: Super Bock Apoio: Turismo do Porto e Norte de Portugal; Comansegur, Citroen – Lécio Pinto Lda; Imprensa Nacional da Casa da Moeda, Instituto da Segurança Social IP e Jornal de Notícias (divulgação). Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira (parceria executiva). Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira
<b>XVII</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da	Parceiros: Sociedade de Turismo de Santa

<b>2013</b> <b>11 dias em</b> <b>Agosto</b>	Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Maria da Feira (parceria executiva)
<b>XVIII</b> <b>2014</b> <b>11 dias em</b> <b>Julho</b> <b>e</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira
<b>XIX</b> <b>2015</b> <b>12 dias em</b> <b>Julho</b> <b>e</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira
<b>XX</b> <b>2016</b> <b>12 dias em</b> <b>Julho</b> <b>e</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira
<b>XXI</b> <b>2017</b> <b>12 dias em</b> <b>Agosto</b>	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Coletividades de Cultura e Recreio. Empresa Municipal Feira Viva.	Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira

Fonte dos dados: Elaboração própria a partir dos programas da Viagem Medieval

Como já foi por diversas vezes referido, o salto qualitativo decorreu em 2000, coincidindo com a presidência portuguesa da União Europeia cuja cimeira dos Chefes de estado decorreu no Europarque.

No ano 2000, a organização (para além da Federação das Coletividades e da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira) chamou para o seu seio a Sociedade de Turismo e a Associação Empresarial. Neste ano a Viagem prolongou-se por onze dias do mês de junho (de 10 a 20), aumentando a área ocupada pelo Evento, saindo assim, do interior do Castelo. As escolas dos 14 concelhos da Terra de Santa Maria, foram convidadas permitindo a participar na Viagem Medieval, tendo-lhes sido "oferecidos transportes e guias que orientavam a visita de cada uma delas" (Coelho: 2002, 28).

A 4ª edição - 2000, decorreu entre 10 e 20 de junho, focando-se no Reinado de D. João, mestre de Avis, centrado no recrutamento de homens para enfrentar o rei de Castela (1385, Aljubarrota), durante 11 dias, pelo Castelo de Santa Maria da Feira, zona verde sul da Piscina Municipal, Praça do Rossio, margem norte do rio Cáster, Alameda do Tribunal, exterior das muralhas do castelo.



**Figura 37: Cartaz da edição de 2000 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

É na 4ª edição, que a Viagem Medieval deu o grande salto em termos de duração, passando de três para onze dias, tendo o recinto do evento alargado, integrando uma área infantil bastante, que contemplava atividades direcionadas às crianças, onde poderiam exercitarem-se em torneios de cavaleiros, justas ou tiro com arco.

Outro aspeto inovador nesta edição, foi a criação de uma área alimentar com gastronomia medieval, bem como uma aposta fortíssima na animação permanente, com o envolvimento das associações locais e de grupos estrangeiros (espetáculos musicais, torneios, cortejo medieval que recriava o recrutamento forçado para a participação na Batalha de Aljubarrota). Foi ainda introduzida uma moeda própria da época (Real) afim de ser usada pelo visitante nas transações comerciais. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira).

A 5ª edição - 2001, decorreu de 8 a 17 de junho, e voltou a ter como tema central o reinado de D. João, mestre de Avis, realizando-se durante 10 dias, no Castelo de Santa Maria da Feira, na zona verde sul da Piscina Municipal, na Praça do Rossio, na margem norte do rio Cáster, na Alameda do Tribunal, no exterior das

muralhas do Castelo, na Praça Gaspar Moreira, na Praça da República, na rua Dr. Roberto Alves e na margem sul do rio Cáster. O evento começa cada vez a ocupar uma área mais alargada e no castelo são recriadas as vivências e as personagens. Junto às margens do Cáster, nasce o Burgo, com a igreja românica, a casa da guarda, o estaleiro do ferreiro, casas rurais com artesãos, entre outras construções e recriações animadas. A zona infantil agora chama-se Burginho e expande o evento para a outra margem. As Ceias Medievais são reintroduzidas para recriação de banquetes reais e matem-se a realização do Cortejo Medieval, que por esta altura continua a recriar a momento chave do evento, ou seja, o recrutamento forçado para a Batalha de Aljubarrota. Foi introduzida a representação de um Auto-de-Fé. Nesta edição destaca-se ainda aquilo que poderíamos designar de uma parceria politico-privada com a empresa Oficios Medievales em 2001, que inquestionavelmente veio dar um grande impulso ao evento em todos os sentidos.

A experiência espanhola dos Oficios Medievales, empresa que mais tarde deu origem à *Temporarius*<sup>18</sup>, fez-se sentir nas edições de 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006. Como empresa galega especializada no sector da recriação histórica, ofereciam um serviço integral de desenho, organização e produção eventos, criando projeto exclusivos e à medida. Procuravam sempre soluções diferentes e inovadoras, que permitam aos seus clientes diferenciar-se da sua competência, provocando um maior impacto no público. A sua capacidade de desenho e produção permitia a realização de espetáculos e ambientações exclusivas e inovadoras, executando uma qualidade de encenação elevada e proporcionando um sem número de soluções exclusivas. A empresa disponibilizava uma vasta gama de recursos humanos, de meios, de serviços, de espetáculos e de infraestruturas para que o evento seja um sucesso.

Para garantir a autenticidade na recriação de factos históricos, a empresa contava com a assessoria e colaboração de entidades qualificadas na matéria, para além de muito trabalho de pesquisa e consulta de textos, trabalhos e bibliografia especializada.

---

<sup>18</sup> <http://www.temporarius.es/>

Todavía e neste aspeto há que assinalar também os custos do evento aumentaram, e que se deveu em grande parte à contratação da empresa especializada que organizava o evento, uma vez que tinham a responsabilidade de seleccionar os animadores, os artesãos os vendedores ambulantes, à disposição das tendas, bem como a decoração das ruas e dos edifícios, ao mesmo tempo que prestavam assessoria aos comerciantes e outros participantes locais, sobre as suas propostas para a feira. Os custos com a contratação desta empresa superaram nas primeiras edições os 100 mil euros - em alguma ocasião ultrapassaram claramente este valor - não se contabilizando dos benefícios diretos que os animadores e os vendedores externos obteriam pelo seu trabalho durante a feira.

**TEMPORARIUS**  
Recreaciones - La Coruña

CAMPAMENTO

VALORACION ECONOMICA DEL PROYECTO

CONCEPTO	IMPORTE
Atrezzo y Decoración Estática con todos sus elementos	12.500,00
Vestuario, armas y accesorios	5.200,00
Recursos Humanos (30 personas)	18.000,00
Tiro con Arco Profesional y Oficios (4 personas)	9.000,00
Mantenimiento (30 personas)	2.000,00
Montaje y Desmontaje	2.800,00
Organización, Gestión y Coordinación del Proyecto	10.000,00
	59.500,00

Ignacio Prieto-Puga Somoza  
Gerente de Temporarius Recreaciones  
La Coruña

La Coruña, 29 de abril de 2006.

c/Arce de Vitoria, Calles 7 - 48901 11 La Cañada (Euzkadi) C-ETAR temporarius@temporarius.com  
Cof.º: 930 981 90 98 10 Fax: 930 981 922 869 C-2004 CIB-001 133847825004

**Figura 38: Um dos Orçamentos da empresa Oficios Medievales**  
Fonte dos dados: Arquivo Histórico da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Este elevado desembolso, foi bastante criticado na cidade, apesar do estrondoso sucesso da festa e da satisfação generalizada dos visitantes, pois considerou-se que este dinheiro deveria de ter sido aplicado na preparação de estruturas do projeto.

Por conseguinte, as reações à contratação de pessoal alheio ao Concelho de Santa Maria da Feira para organizar a Viagem Medieval foi muito semelhante aquilo que é escrito pela socióloga Jesús Pena Castro em *El negocio de la historia en la Feria Medieval de Noia* (2004), em relação a esta feira galega “despoletou um conjunto de críticas desde o ponto de vista da standardização de um evento que se pretendia como um reforço de identidade, porque a vinculação com a população local e a história da comunidade é mínima, bem como pelos elevados custos económicos que não teriam retorno num dos eventos turísticos mais marcantes do Município. Nas edições seguintes da feira levou-se a cabo um importante corte nos gastos com a contratação externa para que se tentasse incentivar um pouco mais a participação local”.

Lentamente nos anos de 2001 e 2002, a organização integrou a Associação de Artesãos de Santa Maria para que captasse os artesãos e os integrasse no projeto nos dois anos o Evento decorreu, durante 10 dias, no mês de Junho, de 8 a 17 de Junho, em 2001, e de 7 a 16 de Junho, em 2002, respetivamente. Houve o aumento da participação de Escolas em 2001 e um crescimento da participação das Associações em 2002.

Entre 1996 e o ano 2010, houve um alargamento do espaço da Viagem Medieval, uma grande diversificação da animação e das recriações históricas, uma criação de áreas temáticas, aumento do número de dias. A aposta na realização de Torneios Medievais, Autos de Fé, Jogos Medievais, Ceias Medievais, Feira Franca, as Tabernas, o Burgo, o Burguinho foi decisivo para a implementação e sustentabilidade do projeto.

Quanto à opinião dos habitantes de Santa Maria da Feira a respeito da Viagem Medieval devemos assinalar que se alterou radicalmente em comparação ao que aconteceu na primeira edição. Se o projeto nasceu com o olhar de soslaio, o rotundo sucesso económico bem como o orgulho que gerou na população com a recriação da temática medieval favoreceram enormemente o crescimento da opinião positiva.

Como salienta Jesús Pena Castro (2004) “Neste sentido deve-se assinalar que apesar de falhas implícitas na própria conceção do mercado medieval, que supõe um exercício económico de exploração de uma imagem mítica do passado, paradoxalmente cumpre-se o objetivo de ressaltar a importância dos vestígios históricos, enquanto os cidadãos tomam consciência do valor e das possibilidades deste legado do passado.

A 6ª edição - 2002, decorreu entre 7 de julho e 16 de junho, e teve como temática: A Idade Média, onde se fez uma abordagem mais genérica da Idade Média, destacando-se o castelo de Santa Maria da Feira como palco de representações da vivência e estratificação social das diversas personagens que nele coabitavam, durante a época medieval. Esta recriação passa pela caracterização deste espaço nos seus diversos recantos: a Cozinha, o Quarto, o Salão Nobre, a Praça de Armas e a Masmorra. Recriou-se às margens do rio Cáster, um burgo medieval, tendo sido criada uma estrutura onde se concentram algumas das principais construções da época, nomeadamente a Igreja Românica, a Casa da Guarda, o Estaleiro do Ferreiro, bem como, algumas Casas Rurais e respetivos artesãos.

Acresce-se ainda várias tendas medievais, e os respetivos artesãos provenientes dos quatro cantos da Terra de Santa Maria, de Espanha, da Alemanha e Argentina, exibiram os seus produtos, presenteando os visitantes com a produção ao vivo dos mesmos. O evento reúne ainda personagens medievais, tais como, o oleiro, o ferreiro, o barbeiro, o moleiro, o tecelão e o alfaiate, o hortelão, o padeiro e o carneiro, o pedinte, o cura, o marginal, o homem de virtudes, entre outros. O objetivo era dar a conhecer quais os produtos comercializados na época, dos quais se destacam o peixe seco e salgado, o pão, os frutos secos, o queijo, a fogaça, a cevada, o gado, a regueifa, o linho, o mel, a cera, as frutas e legumes, as peles e ferragens, as ervas aromáticas e o vinho.

Em termos de animação, manteve-se o registo dos Cortejos, dos torneios e do Auto-de-Fé. A imprensa local fala em 250 mil visitantes e em mil figurantes participantes. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

A 7ª edição -2003, decorreu de 1 a 10 de agosto (grande mudança nas datas, que passou para agosto, permitindo um grande afluxo de veraneantes, turistas e emigrantes), a um evento que apresentava um vasto programa inovador, numa proposta diversificada e abrangente de iniciativas de índole histórica, cultural e recreativa. A partir de um contexto histórico, que se situava entre os anos de 1382 e 1387, incidindo na grave crise da independência portuguesa de 1383/1385, a Viagem Medieval deu a conhecer factos relevantes da história local e nacional, fazendo regressar à Idade Média as ruas do Centro Histórico de Santa Maria da Feira.



**Figura 39: Cartaz da edição de 2003 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Como se tem verificado, este evento está centrado na reconstrução de episódios e acontecimentos que marcaram a história local e nacional na Idade Média. Tendo a Viagem Medieval começado dentro das muralhas do castelo, todavia rapidamente se estendeu a todo o centro histórico e zona circundante,

ocupando nesta edição uma superfície de 33 Hectares. A identidade e sentido de pertença a este projeto é demonstrado pela mobilização de uma ampla equipa de mais de 2000 pessoas e 450 voluntários.

2003 é o ano em que a Viagem Medieval se transfere para o mês de agosto. Nesta edição foi assumido como tema a Feira de Santa Maria de 1407, que quinzenalmente se realizaria no centro da Terra de Santa Maria, como contexto histórico local. É também quando a empresa municipal Feira Viva, Cultura e Desporto se junta à Câmara Municipal e à Federação das Coletividades de Cultura e Recreio do Concelho de Santa Maria da Feira na organização do evento, situação que permanece até hoje. Em oito dias do programa, há um espetáculo de recriação histórica diferente. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

A 8ª edição – 2004, que se realizou entre 30 de julho e 8 de agosto, tendo como mote a crise dinástica portuguesa do século XIV que levou o país para a guerra e, simultaneamente, a um estreitar de relações de amizade com a Inglaterra. Apesar da instabilidade, e num contexto de um Portugal abalado por sucessivas tentativas de libertação do domínio de Castela, a Terra de Santa Maria evidenciou-se pela sua importância geoestratégica e económica, ganhando, no tempo de D. João I, uma nova importância política, com a nomeação de João Álvares Pereira como donatário de todas as suas terras, lugares, frutos, rendas e direitos e jurisdição cível e crime.

Nesta edição o evento expandiu-se à subida para o Castelo, onde nasceu um Espaço Esotérico, uma Falcoaria e uma Mouraria/Judiaria. Levando a que pela primeira vez, se falasse na imprensa local de um número estimado de visitantes superior a 500 mil.

**Tabela 18: Viagem Medieval em números – 2004**

<b>Organização</b>	<b>65 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	230
<b>Animação</b>	500 elementos
<b>Grupos de animação do concelho</b>	13
<b>Grupos de animação de fora do concelho</b>	17
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	33
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1000

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 9ª edição - 2005, realizou-se entre 29 de julho e 7 de agosto (10 dias), coincidindo o início da Viagem Medieval em Terra de Santa com a última sexta-feira de Julho, tendo como tema a Feira de Santa Maria e a época de D. Diogo Pereira, Senhor da Terra da Feira, recriando o período em que a peste assolou este território, para assinalar as comemorações dos 500 anos da Festa das Fogaceiras – final do século XV e início do XVI, ou seja houve de novo um entrecruzamento da história local e nacional,

A Feira Medieval continuou a expandir-se na colina para o Castelo e nasceu uma nova zona de tabernas a sudoeste da Piscina Municipal.

**Tabela 19: Viagem Medieval em números – 2005**

<b>Organização</b>	<b>65 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	230
<b>Animação</b>	500 elementos
<b>Grupos de animação do concelho</b>	13
<b>Grupos de animação de fora do concelho</b>	17
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	33
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1000

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 10ª edição, decorreu de 28 de julho A 6 de agosto de 2006 e recriou alguns momentos da época de Rui Pereira, homem vigoroso, corpulento e arrogante. No seu percurso de vida, ao comando dos seus escudeiros e homens de armas, esteve

sempre relacionado com as grandes vitórias, ajudando el-rei D. Afonso V na conquista das praças africanas. Por este motivo, el-rei presenteou-o com o título de 1º Conde da Feira, criando assim o condado da Feira. O dia-a-dia no Castelo, desde as funções militares às domésticas, pode ser revisitado in loco, em visitas guiadas, na 10ª edição da Viagem Medieval, que voltou a expandir-se para aquela zona, mas também cresceu em área nas margens do rio Cáster, surgindo novas áreas temáticas, como a Falcoaria, a Estalagem onde os homens cumpriam os vícios ou o Sítio dos Tormentos, a praça onde a justiça medieval aplicava tortura e castigos públicos, como açoites e empicotamento. No programa, constava ainda o Bosque Encantado, lutas apeadas (treino de artes militares), mostra de fabrico de Fogaça, o Mundo da Coruja, o Ritual da Queimada, o Arraial, o Lazareto, o Grande Torneio, as Justas Medievais, a Feira, entre outras atividades. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

**Tabela 20: Viagem Medieval em números – 2006**

<b>Organização</b>	<b>65 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	225
<b>Animação</b>	320 elementos em permanência
<b>Grupos de animação do concelho</b>	17
<b>Grupos de animação de fora do concelho</b>	20
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	21
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões</b>	167
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1000

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 11ª edição da Viagem Medieval decorreu de novo no mês de agosto de 2017, entre 3 e 12 e assinalou os 600 anos da confirmação régia da feira da Terra da Feira, instituída em 27 de junho de 1407, por D. João I que concedeu aos homens bons da Feira, através do seu cavaleiro João Álvares Pereira, a carta de feira franca, para que se faça e que possa fazer daqui endiante cada quinze dias huma feira.

A existência de feiras, por iniciativa popular, era confirmada, mais tarde, pela autoridade régia, comprovada pelo nome de feira franqueada ou franca, facilitando as trocas comerciais e incentivando assim o comércio interno. A implementação de um ambiente de paz da feira também favoreceu a segurança e o livre-trânsito de feirantes e visitantes. Quase sempre era uma feira anual, mas podia ser semestral ou até quinzenal, associada na sua origem, a festas de santos protetores – S. João, S. Miguel ou S. Nicolau.

Neste ano a organização lançou o desafio à população do Concelho para que as janelas e varandas da cidade se vestissem a preceito para acolher a 11ª edição, através da inédita “Operação Pendões”. Foram distribuídas porta-a-porta cerca de 3100 pendões com a Cruz dos Pereira, símbolo da Viagem Medieval. Também pela primeira vez, foram introduzidos pórticos nos principais acessos ao recinto (sete), clarificando o perímetro do evento e harmonizando a decoração e venda de produtos nas fronteiras.



**Figura 40: Pendões nas varandas e janelas das habitações de Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Sistema Municipal de Informação Geográfica da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Os espetáculos de recriação histórica renovam-se para retratar o período e tema da edição. As áreas temáticas tradicionais são mantidas, as incrementadas no ano anterior são consolidadas, mas ainda há espaço para novidades, como o

Passeios nas Montadas, o Sítio dos Bonifrates (marionetas), as zonas de Contadores de Histórias e do Sentir do Guerreiro (jogos). (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira).

**Tabela 21: Viagem Medieval em números – 2007**

<b>Organização</b>	<b>50 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	200
<b>Animação</b>	450 elementos em permanência
<b>Grupos de animação do concelho</b>	27
<b>Grupos de animação de fora do concelho</b>	24
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	30
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões</b>	202
<b>Horas de animação durante o evento</b>	145
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1000
<b>Orçamento</b>	600 mil euros

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

Na 12<sup>a</sup> edição - 2008, que decorreu de 1 a 10 de agosto, o reinado que esteve em destaque foi o de D. Dinis (1279-1325), sexto Rei de Portugal, que reinou numa época agitada, de perseguição e guerra civil e, ao mesmo tempo, de paz e de conciliação, em que apesar de tudo, o quotidiano de vida laboriosa continua e o mundo medieval não deixa de viver o seu lado festivo e animado.

Na década de vinte do séc. XIV, o reino de Portugal encontra-se em guerra civil. De um lado, os partidários de D. Dinis e do outro, seu filho herdeiro D. Afonso, apoiado pela nobreza senhorial. Em 1321, numa altura em que era alcaide do Castelo da Feira, Gonçalo Rodrigues de Macedo, o futuro D. Afonso IV, a caminho do Porto, decide tomar o castelo. El-rei avança com as suas tropas em direção ao norte e retoma a posse do Castelo da Feira. No final da peleja, com a intervenção da rainha D. Isabel, donatária da Terra de Santa Maria, el-rei D. Dinis concedeu o Castelo da Feira a seu filho, retratado na recriação do assalto ao castelo, que foi um dos dez momentos de recriação histórica. Em destaque esteve também o Milagre das Rosas da Rainha Santa Isabel, esposa do monarca e donatária do Castelo da Feira e da Capela de Nossa Senhora de Campos.

Entre as novas áreas temáticas, nasceram os Banhos Públicos de S. Jorge no lago e nas grutas artificiais da Quinta do Castelo; atividades noturnas no castelo,

onde o teatro e a música erudita marcavam presença, num tributo ao rei trovador, D. Dinis; a dos Pequenos Guerreiros; a Liça, novo local de justas e torneios organizados em tempo de festas; a Tomada do Castelo, onde o visitante pode escalar a muralha. Pela primeira vez, os visitantes, participantes ou moradores puderam adquirir os seus próprios trajes dentro do evento, ou seja, na Casa do Moinho, cuja reabilitação é consequência do evento. 2008 foi o último ano em que circularam no recinto as moedas (dinheiros) da época. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

**Tabela 22: Viagem Medieval em números – 2008**

<b>Organização</b>	<b>54 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	288
<b>Animação</b>	450 elementos em permanência
<b>Grupos de animação circulante</b>	36
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	31
<b>Horas de animação durante o evento</b>	120
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1000
<b>Orçamento</b>	650 mil euros

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 13ª edição da Viagem Medieval decorreu de 30 de julho a 9 de agosto de 2009, revivendo-se os primeiros anos do reinado de D. Afonso IV, o Justiceiro e depois o Bravo, que se destacou pelas reformas legislativas e judiciais que implementou e que ainda duraram largos séculos. O início do reinado de D. Afonso IV foi marcado pelo ódio e sede de vingança contra os seus irmãos Afonso Sanches e João Afonso, originando três anos de uma guerra senhorial em que a rainha D. Isabel, que, entretanto, tinha ido em peregrinação a S. Tiago de Compostela, e no Caminho pernoitou e fez vários milagres em Arrifana. Apesar de viver em clausura no Convento de Coimbra, não deixa de intervir na vida pública do Reino, procurando a paz e a reconciliação.

Após o término da guerra, El-Rei vai dedicar-se aos assuntos de Estado, reafirmando o seu poder e autoridade e promovendo reformas judiciais e legislativas. Como rei centralizador determina, pela primeira vez, que os representantes do povo tenham assento nas Cortes e manifestem os seus desagravos contra os grandes

senhores do Reino. O rei legislador satisfaz os pedidos e anseios dos representantes do povo, criando as figuras de juiz de fora em termos de política externa, preocupou-se em casar o seu filho com alguém de famílias poderosas. É na sequência do casamento do Infante D. Pedro com D. Constança, que trazia no seu séquito Inês de Castro, jovem galega e filha natural do fidalgo castelhano Pedro Fernandes de Castro.

Foram criados espetáculos de grande dimensão, neste caso o Assalto ao Arraial, recriando algum episódio militar, integrando já à semelhança do que se faz no Parque Temático de Puy du Fou, integrando artes militares e cénicas, efeitos especiais, banda sonora e cerca de 200 intervenientes. Este espetáculo teve como resultado final, houve chuva de flechas e bolas de fogo, luta de espadas, torres e casas a desmoronar-se, despertando uma maior atenção do público. Como novidades desta edição da Viagem Medieval, foi ao prolongamento por mais um dia, alargou-se ao Mercado Municipal, considerada uma das obras primas da arquitetura mundial, da autoria de Fernando Távora, onde foi instalada a Mouraria. A juntar às antigas, apareceram novas áreas temáticas: Sombras do Castelo; Dias da Viagem; Arautos Celestes, espaço dedicado à astronomia medieval junto ao rio. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

**Tabela 23: Viagem Medieval em números – 2009**

<b>Organização</b>	<b>54 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	288
<b>Animação</b>	450 elementos em permanência
<b>Grupos de animação do concelho</b>	36
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	31
<b>Horas de animação durante o evento</b>	120
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1100
<b>Orçamento</b>	650 mil euros

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

Entre 29 de julho e 8 de agosto de 2010, realizou-se a 14.<sup>a</sup> edição que reviveu os anos de lutas de poder pela afirmação política e de autonomia, travados pela rainha D. Teresa e seu filho Afonso Henriques, ainda Infante e Príncipe, no território que outrora se denominou Condado Portucalense. Com a recriação da Fundação de Portugal nesta edição, a Viagem Medieval passou a contar a história portuguesa por

ordem cronológica ao longo dos anos seguintes, elegendo um reinado por cada edição para reconstituir, daqui em diante.

Afonso VI, imperador da Hispânia, doou à sua filha Teresa, por altura dos seus esponsais com Henrique da Borgonha, o território de Coimbra até ao castelo de Lobreira, na Galiza, incluindo a Terra de Santa Maria. Intitulando-se rainha em 1117, D. Teresa encontrava-se numa vila a que chamam de Feira, situada extramuros do Castelo de Santa Maria, onde faz doações a poderosos da Terra pelos serviços prestados na defesa da cidade de Coimbra, aquando do cerco dos almorávidas.

Os jogos e as disputas pelo poder entre os diversos partidários geraram confrontos armados que vão produzir mudanças de autoridade no Condado: após a batalha de S. Mamede, a 24 de junho de 1128, a rainha perde o governo para seu filho Afonso Henriques, passando este a representar um novo domínio e uma nova soberania: a autonomia do Condado perante o reino leonês. E em 1139, em dia de Santiago, Afonso Henriques encontra-se no campo de batalha, lutando contra os infiéis. Reconhecido pelos seus companheiros d'armas como um grande chefe e valoroso guerreiro, é alçado no seu escudo e aclamado rei de um novo reino: Portugal.

Foram estes momentos recriados na edição de 2010, com a criação de 14 novos espetáculos, inspirados no contexto histórico local e nacional: O Dote e o Festim, O Encolheito, Conde e Senhor, Rainha D. Teresa na Feira, Oposição dos Infâncias, Investidura do Infante, Revolta dos Senhores, Tomada do Castelo, A Caminho de S. Mamede, Alçamento, Cortejo Triunfal, Fossado e o Tributo bem como a criação de 8 novas áreas temáticas, com apresentação de novos espetáculos, dinamizados por novos grupos: 'As Asas de Ícaro', Bosque Mágico, (Des)Venturas do Reino, Mancebia, Mosteiro/Ceia do Monge, Praça da Vila, Recontro de Cavaleiros e Terra de Fronteira. Criação da figura do 'narrador', onde dois atores feirenses efetuaram a contextualização dos espetáculos no espaço e no tempo. Foi também efetuada a criação de imagem cinematográfica para o cartaz de promoção do evento (produção em estúdio).

Em 2010 outras das principais inovações foi a criação Campo de Tendilhas, que decorreu na Quinta do Castelo dinamizado pelo Agrupamento 640 do Corpo Nacional de Escutas, permitindo desde então o alojamento em ambiente medieval.

Em termos de números salienta-se que nesta edição a Organização integrou 72 elementos; a Animação 490 elementos; os grupos de animação circulante foram 36; envolveram-se 41 associações do concelho; candidataram-se 608 Voluntários para serem selecionados 230 para as diferentes áreas do projeto. Na feira franca participaram 248 cidadãos, 180 portugueses e 68 estrangeiros, dos quais 101 Artesãos, 16 Artífices, 57 Mercadores e 74 Regatões. A animação durante o evento totalizou 135 horas e trabalharam em 2010 na Viagem Medieval 1100 pessoas num perímetro de 33 hectares, ou seja, ao longo de 330 mil metros quadrados. O orçamento do evento de 2010 foi de 750 mil Euros, gerando 550 mil Euros de receita. O apoio da Câmara Municipal foi 200 mil Euros. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

**Tabela 24: Viagem Medieval em números – 2010**

<b>Organização</b>	<b>72 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	230
<b>Animação</b>	490 elementos em permanência
<b>Grupos de animação do concelho</b>	36
<b>Associações do concelho envolvidas</b>	41
<b>Horas de animação durante o evento</b>	131
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	cerca de 1100
<b>Orçamento</b>	750 mil euros

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

Em 2011, a XV Viagem Medieval em Terra de Santa Maria realizou-se de 28 de julho a 7 de agosto, no centro histórico de Santa Maria da Feira. Os acontecimentos e as personagens que mais contribuíram para a afirmação do poder régio e soberano de D. Afonso Henriques e para a concretização da independência de Portugal foram o mote para onze dias de recriações e animação.

Após a aclamação de D. Afonso Henriques em Ourique pelos seus companheiros d'armas, El-Rei decidiu aplicar novas estratégias militares na conquista do território aos sarracenos e deu início a um novo processo de

negociações políticas, diplomáticas e até matrimoniais, tendo como objetivo afirmar o seu poder soberano, impor a independência do reino de Portugal a outros reinos hispânicos e, principalmente, ser reconhecido pela Sé Apostólica, através da concessão do privilégio de Portugal se tornar um reino pertencente a São Pedro.

Em termos promocionais e numa ação de promoção turística da Viagem Medieval, a organização deste evento, em parceria com a companhia aérea Ryanair e a ANA - Aeroportos de Portugal. SA, realizou uma iniciativa inédita. O rei de Leão, Fernando II, e a sua comitiva partiram de Madrid, no voo da Ryanair, aterrando no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, onde foram recebidos por D. Afonso Henriques. O objetivo desta promoção passou pela aposta na internacionalização da Viagem Medieval, com vista a captar cada vez mais visitantes estrangeiros, nomeadamente do seu principal mercado emissor (Espanha).

Para além desta ação de marketing, e com base numa parceria entre a empresa municipal Feira Viva e a Unicer, a Super Bock desenvolveu uma Cerveja Especial dedicada à Viagem Medieval em Terra de Santa Maria. A garrafa de 0,75cl era de vidro escuro, muito semelhante à de um champanhe, com uma rolha de cortiça presa com aro em estanho.



**Figura 41: Cartaz da edição de 2011 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**  
Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Nesta edição, houve uma outra alteração profunda visando a sustentabilidade do projeto, ou seja, o evento começou a ter entrada paga em determinados horários das 17h00 às 01h00 nos dias úteis e das 12h00 até à mesma hora aos fins-de-semana – com exceção para os domingos à noite, em que os pórticos de acesso ao recinto encerraram às 23h45. A entrada no perímetro da viagem medieval implicou a aquisição e a utilização de uma pulseira (pessoal, intransmissível e inviolável) com um custo de dois euros, permitindo o acesso a dez dias do evento. A entrada foi livre no primeiro dia e as crianças até 1,30 m de altura não pagavam.

Desde que, a Viagem Medieval se tinha expandido do Castelo para as ruas da cidade, nas primeiras edições, a entrada no recinto era gratuita. Desde a edição de 2011, que o evento é autossustentável. Nesse ano, foram vendidas 228 mil entradas, pulseira que custava dois euros e que permitia o acesso a todos os dias do evento, através dos oito pórticos de controlo, instalados no perímetro do recinto. O número de pessoas a trabalhar nesta edição quase duplica, para cerca de duas

mil. O perímetro foi novamente alargado. O espetáculo “Honra e Glória” assumiu o grande formato de 2011, nas margens do Cáster, contando uma história de um fortim templário de fronteira atacado pelos mouros, na época em que D. Afonso Henriques recorre à ajuda da Ordem dos Templários para defender e organizar os territórios recém-conquistados.

Em termos estatísticos a primeira edição paga da Viagem Medieval teve 20 áreas temáticas com atividades, 170 encenações de espetáculos e 1.400 performances de animação circulante, totalizando 135 horas de animação. Tudo isto assegurado por 55 grupos, 35 dos quais de Santa Maria da Feira, onde intervieram 900 pessoas. Na feira franca, participaram 220 pessoas, distribuídas por artesãos, artífices, mercadores e regatões. Trabalharam diariamente mais de 2000 pessoas no evento, coordenadas por 75 elementos da Organização, destacando-se também a imprescindível colaboração de 400 voluntários. O orçamento de 2011 foi 900 mil euros, sendo que 150 mil foram de investimento (pórticos, acessibilidades ao recinto, e estruturas dos restaurantes). Com as entradas pagas no recinto, ficou garantida a autossustentabilidade do evento. A receita das pulseiras cobriu o apoio da Câmara Municipal, que neste ano já não investiu orçamento próprio na Viagem, num orçamento global de 900 mil euros. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

**Tabela 25: Viagem Medieval em números – 2011**

<b>Organização</b>	<b>75 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	400
<b>Animação</b>	900 elementos em permanência
<b>Áreas temáticas/Atividades</b>	20
<b>Espetáculos</b>	170 apresentações
<b>Performances de animação circulante</b>	1400
<b>Grupos de animação do concelho</b>	35
<b>Grupos de animação de fora do concelho</b>	20
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	220
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Orçamento</b>	900 mil euros
<b>Visitantes estimados</b>	500 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 16.<sup>a</sup> edição decorreu entre 2 e 12 de agosto de 2012, abordando o Reinado de D. Sancho I, segundo rei de Portugal, que fortaleceu o poder régio, fundou terras e povoou o território na viragem do século XII para o XIII. Este reinado de D. Sancho I foi marcado por largos períodos de perturbação social e conflitos militares, decorrentes da assunção do poder e da soberania dos reinos peninsulares. As catástrofes naturais, interpretadas como castigo de Deus, foram também uma constante na década de noventa e seguinte, causando grandes fomes e epidemias, em especial na Terra de Santa Maria, onde morreu um em cada três habitantes, cruzam-se com a história nacional, nos episódios de recriação desta Viagem Medieval.

Apesar destas perturbações, el-Rei, o segundo de Portugal, homem guerreiro de espírito ativo e destemido, vai percorrendo o reino intensamente, fundando terras e concedendo cartas de foral, no intuito de semear e povoar todo o território. Fomenta a prosperidade pública e dela tira proveito para satisfazer as necessidades do seu governo, sem nunca pressionar ou condicionar o seu povo, consegue reunir somas avultadas em dinheiro, guardadas nas tesourarias reais. Fortalece o poder régio na figura solene do rei, aparecendo em atos públicos vestido de manto e saio escarlata e com coroa real.

Em tempo de paz e lazer, promove na sua Corte momentos de festa e de cultura, com a representação de arremedilhos e sessões de poesia e de música, cantadas por jograis e trovadores, personagens frequentes na sua Casa.

Na edição da Viagem Medieval foi mantido o macro espetáculo "A Investida" leva nas margens do Cáster. Entre as novidades desta edição, estão o "Castelo da Rainha D. Dulce", que reconstituiu a altura em que o ex-libris da Feira foi abrigo das senhoras da casa real, e a área temática "Pequenos Artistas", onde as crianças são desafiadas a recriar obras medievais com cortiça.

Os limites do recinto da Viagem Medieval estão definidos, não sofrendo alterações nesta 16.<sup>a</sup> edição, que apostou na consolidação da autossustentabilidade do evento. Em 2012, foram vendidas mais sete mil entradas (235 mil) do que no ano anterior, tendo haver outros regimes de acesso, passando a existir o bilhete diário e a pulseira de livre-trânsito, que dá acesso a todos os dias. Os números permitem à organização confirmar o número de visitantes estimados com mais segurança: meio

milhão durante os onze dias do evento. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

Tabela 26: Viagem Medieval em números – 2012

<b>Organização</b>	<b>75 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	400
<b>Animação</b>	900 elementos em permanência
<b>Áreas temáticas/Atividades</b>	20
<b>Espetáculos</b>	170 apresentações
<b>Performances de animação circulante</b>	1400
<b>Grupos de animação</b>	55
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	220
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Orçamento</b>	900 mil euros
<b>Visitantes estimados</b>	500 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A edição 17<sup>a</sup> edição - 2013, decorreu entre 1 e 11 de agosto, e recriou episódios do reinado de D. Afonso II, o terceiro rei de Portugal. Em 1211, D. Afonso II herda o reino devastado por uma grave crise interna que é intensificada pela oposição à sua sucessão. Não é um homem d'armas ao contrário dos seus antecessores, pois deixa para os outros a arte de guerrear mesmo na conquista de Alcácer do Sal. Revelando-se um estadista com uma grande visão política e estratégica, promove as primeiras Cortes em Portugal, cria e promulga uma série de medidas administrativas inovadoras que marcam de imediato o rumo da política nacional e reforçam a centralização do poder na figura do rei. Este novo rumo origina momentos de grande tensão social, agravados pelos conflitos com suas irmãs Teresa, Sancha e Branca que alegam o não cumprimento do testamento de seu pai por parte de el-rei. A estas contendidas associa-se Afonso IX, de Leão que a pretexto da proteção dos bens de sua ex-mulher, D. Teresa, vem invadir o território português.

Já no final do reinado, as pressões atingem o alto clero português, sendo protagonista Estevão Soares da Silva, arcebispo de Braga. Daí, decorrem uma série de investidas militares a norte protagonizadas por Martim Sanches, irmão bastardo

de D. Afonso que se apresenta como protetor dos interesses daquele arcebispo. As tensões de D. Afonso II com o episcopado vão provocar a sua excomunhão e a interdição do reino por várias ocasiões. Até na morte, em 1223, el-rei não é sepultado em Alcobaça, como era seu desejo, uma vez que vigora um interdito lançado por Estevão Soares da Silva.

Em termos de recriações históricas, junto ao rio Cáster, “avistava-se” Alcácer. Naquele povoado assentaram os espetáculos âncora da 17ª edição, que ganharam um novo horário nobre, ao final da tarde, para o público familiar, com “A Centelha”. “A reconquista de Alcácer” pelos cristãos é a grande recriação histórica da noite, nesta Viagem Medieval. Entre as novidades do evento estão o Repasto no Povoado, onde é servida aos visitantes uma ementa medieval própria das classes mais pobres (por marcação); as áreas temáticas da Estrebaria e da Música na Capela (do Castelo). Houve novo recorde de entradas vendidas - perto de 245 mil, entre pulseiras e bilhetes diários - mais cerca de 9 mil do que no ano anterior. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

Tabela 27: Viagem Medieval em números – 2013

<b>Organização</b>	<b>76 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	390
<b>Animação</b>	930 elementos em permanência
<b>Áreas temáticas/Atividades</b>	31
<b>Espetáculos</b>	312 apresentações
<b>Performances de animação circulante</b>	1400
<b>Entidades participantes (animação e outras)</b>	78
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	215
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Orçamento</b>	900 mil euros
<b>Visitantes estimados</b>	500 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 18ª edição – decorreu entre 31 de julho e 10 de agosto de 2014, com a abordagem ao Reinado de D. Sancho II, quarto rei de Portugal (1223-1248), incentivador da Cruzada. Com apenas 13 anos, D. Sancho II assumiu a pesada tarefa de governar um reino interdito e em perfeita desordem social. Daí, os

primeiros atos governativos terem sido dedicados ao apaziguamento de conflitos sociais anteriores, fazendo acordos com suas tias, Teresa e Sancha, e com o arcebispo de Braga, Estevão Soares da Silva.

Mas, no decorrer do reinado, os agravos e confrontos entre ricos-homens e membros da igreja tornam-se quase permanentes. A Santa Sé vai repreendendo o rei, exigindo que respeite os direitos e privilégios da Igreja, e este, por sua vez, vai parecendo submeter-se. Mas as queixas contra o monarca continuam mudando apenas os atores.

Considerado por alguns digno continuador de seu bisavô Afonso Henriques, incentivando à Cruzada contra os infiéis em terras de Além Tejo e Algarve, o mesmo não se dirá do seu governo, com a situação a agravar-se na década de quarenta: um casamento com Mécia Lopes de Hero contestado por todos, um reino em perfeita anarquia e as intrigas de seu irmão Afonso junto do papa serão motivos determinantes para que, no Concílio de Lião, seja decidida a deposição de D. Sancho II, no governo e administração do reino, nomeando para o efeito o irmão, Afonso de Bolonha, como governador e regedor do reino.

Este mandado papal provocou reações adversas e desencadeia uma guerra civil, fustigada por inúmeras traições de nobres e alcaides. Em socorro de D. Sancho II virá o Infante Afonso de Castela, futuro Afonso X, que consegue travar o adversário, mas el-rei reconhece que a sua derrota está próxima e decide exilar-se para o reino vizinho. Rei deposto, sem governo, amigo e esposo atraído, será em janeiro de 1248, na presença de muito poucos, que D. Sancho II fará o seu último testamento, falecendo quase um mês depois, na cidade de Toledo.

Esta 18ª edição permitiu ao visitante uma vivência medieval ainda mais intensa, com a introdução dos Bilhetes Experiência, que admitia desde a participação no espetáculo-âncora principal, ao aluguer de trajes no guarda-roupa oficial ou a almoçar com personagens históricas. Os episódios mais relevantes do reinado de S. Sancho II inspiram os conteúdos programáticos deste ano, como o do espetáculo de grande formato noturno “Tomada d’Elvas”. Entre as novidades, destaca-se ainda para a área temática do Albergue do Cavaleiro, que apresenta dois espetáculos - “Revindicta” (disputa entre nobres) e “Mancebia” (álcool e desejo).

Assim, como para a inclusão de uma produção do fantástico na Liça, “O Unicórnio” (show equestre) ou para o cortejo mouro, “Mudéjar”. Surgiram as visitas guiadas para invisuais. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

Tabela 28: Viagem Medieval em números – 2014

<b>Organização</b>	<b>77 elementos</b>
<b>Voluntários</b>	362
<b>Animação</b>	mais de 1000 intervenientes
<b>Áreas temáticas/Atividades</b>	32
<b>Espetáculos</b>	291 apresentações
<b>Performances de animação circulante</b>	1400
<b>Entidades participantes (animação e outras)</b>	83
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	218
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Orçamento</b>	900 mil euros
<b>Visitantes estimados</b>	500 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 19ª edição realizou-se entre 29 de julho e 9 de agosto de 2015, com o reinado de D. Afonso III (1248 - 1279), Rei de Portugal e do Algarve, em destaque. Enquanto filho segundo, o jovem Afonso, sem pretensões ao trono, decide viver na corte de sua tia D. Branca, em França, colocando-se ao serviço do primo Luís IX. Adquire o título de conde, pelo casamento com Matilde de Bolonha, e transforma-se num grande cavaleiro e num verdadeiro senhor feudal. Em 1246, o reino português encontra-se em completa anarquia, obrigando a Santa Sé a intervir. O papa retira a governação a D. Sancho II e nomeia governador e defensor do reino o seu irmão, conde de Bolonha, que recebe a coroa em 1248, após a morte do rei.

A vontade de D. Afonso III, o Bolonhês, é, desde cedo, muito clara no que respeita à expulsão dos infiéis do território, à reposição da ordem pública e social e à administração do reino. Aplacados os conflitos, D. Afonso III investe na conquista do Algarve e com alguma facilidade expulsa os mouros do território. Mais difíceis seriam as batalhas políticas e diplomáticas travadas com seu primo, Afonso X de Castela, que só terminam em 1267, com a assinatura do Tratado de Badajoz, reconhecendo

a D. Afonso III o domínio de todo o Algarve. É a partir de 1268 que D. Afonso III se intitula Rei de Portugal e do Algarve.

Em termos de política interna, toma uma série de medidas que vão reforçar a autoridade régia e favorecer o caminho para a centralização do poder e a consolidação da monarquia feudal. Promulga, em 1251, o primeiro decreto régio contra roubos e violências, protege a atividade mercantil e manda fazer inquirições por todo o reino. Em 1254, convocou as Cortes, chamando pela primeira vez os representantes dos concelhos.

É também um homem das artes, que absorveu o que de melhor se fazia em França, fazendo da sua Corte um centro cultural de relevo, estimulando a produção da canção trovadoresca e fomentando os romances de cavalaria. Nos últimos anos da sua vida, apesar de doente, resiste aos dissabores fomentados pelos seus bispos, tendo a virtude de partilhar a administração do reino com o seu sucessor e primogénito, o futuro rei D. Dinis.

A 19ª Viagem Medieval em Terra de Santa Maria ficou marcada pela espetacularidade da cenografia que se elevava do chão entre jogos ilusionistas de luz, na produção principal “O Último Reduto”, a maior do evento até ao momento. Ali, o reino do Gharb é conquistado aos mouros, completando o território nacional continental, numa batalha de recriação histórica de grande formato que se assemelha a um filme de época – 120 homens em cena campal e nove cavaleiros. Os conteúdos próprios e a programação infantojuvenil do evento são reforçados. Assim como as atividades direcionadas ao público erudito, com os concertos “Sons no Claustro”, no Mosteiro, a somar agora ao “Sons na Capela”, no Castelo e às visitas à Igreja Matriz. (Figura 42).



**Figura 42: Visitas à Igreja Matriz, com personagens históricas**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

À 19ª edição, a Viagem Medieval juntou mais um dia ao programa e bateu novo recorde de bilheteira, com 262 mil ingressos vendidos (pulseiras e bilhetes diários), estimando-se que cerca de 600 mil pessoas tenham passado pelo evento nos doze dias. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

Tabela 29: Viagem Medieval em números – 2015

<b>Voluntários</b>	<b>362</b>
<b>Animação</b>	mais de 1000 intervenientes
<b>Espetáculos</b>	170 apresentações
<b>Espetáculos</b>	291 apresentações
<b>Performances de animação circulante</b>	1400
<b>Grupos de animação</b>	55
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	240
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Área alimentar</b>	23 tabernas e 6 restaurantes
<b>Orçamento</b>	cerca de 1,1 milhão de euros
<b>Visitantes estimados</b>	600 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A edição de 2016 celebrou a sua 20.<sup>a</sup> edição e ocorreu entre 27 de julho e 7 de agosto, tendo como enquadramento histórico o Reinado de D. Dinis (1279-1325), sexto rei de Portugal, que rasgou caminho às descobertas marítimas, ao criar uma força naval moderna. “O Lavrador”, rei poeta trovador, cuja esposa é Isabel de Aragão, a Rainha Santa (do Milagre das Rosas), define as fronteiras de Portugal no Tratado de Alcanizes, cria a primeira universidade portuguesa, institui a língua portuguesa como oficial da Corte, repovoa terras, constrói muralhas e castelos, organiza o exército.

No final do século XIII. D. Dinis é o rei de Portugal. O monarca que abriu caminhos à descoberta de novos mares, de outros mundos. "O plantador de naus" como o batizou o poeta Fernando Pessoa, no seu livro "Mensagem", ao lembrar os pinhais que el-rei mandou plantar e que, mais tarde, seriam a pele das naus portuguesas que partiram à conquista de outros territórios na época dourada dos Descobrimientos.

D. Dinis, o rei lavrador, o rei poeta, o rei trovador. Filho mais velho de Afonso III. Rei de Portugal e Algarve de 1279 até 1325, ano da sua morte. Definiu as fronteiras de Portugal no Tratado de Alcanizes. Reforçou a identidade nacional, deu

brilho ao conceito de estado-nação. Criou a primeira universidade portuguesa. Casou com Isabel de Aragão que ficaria conhecida como Rainha Santa.

O final do século XIII e o início do século XIV ficam marcados pela longa governação de D. Dinis. É um reinado assente na afirmação do poder régio e nas alianças firmadas com os reinados peninsulares: com o de Aragão ao casar com D. Isabel, e com o de Castela e Leão com a assinatura do Tratado de Alcanizes, em que ratificou o casamento entre os príncipes herdeiros e definiu os limites territoriais entre os dois reinos.

Político nato, rei justo e piedoso, perspicaz e inteligente, forte e determinado. Repovoou terras, construiu muralhas e castelos, organizou o exército, criou uma força naval moderna. Nacionalizou as ordens militares, criou a nova Ordem de Cristo. A sua marca perdura no tempo, faz parte da História de Portugal.

Assim ao comemorar 20 edições, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria voltou a recuar à Primeira Dinastia da monarquia portuguesa, com várias novidades no programa, desta vez para reconstituir os mais importantes passos de D. Dinis e abrir portas à temática dos Descobrimentos. No Terreiro das Guimbras, nas margens do rio Cáster, os espetáculos de grande formato multiplicam-se para quatro, nesta Viagem Medieval: “Em Honra D'Isabel” (18:30 horas), festa com cavaleiros, homens do burgo e gentes do povo dedicada à Rainha Santa, com música, dança, falcoaria e um torneio a cavalo; “Dinis e Isabel” (21:30 horas), a relação nem sempre fácil do casal real; “A Conspiração” (23:15 horas), a tentativa de usurpação do trono pelo Infante D. Afonso, nos primeiros anos do reinado de D. Dinis; “O Legado” (00:30 horas), produção comemorativa das 20 edições da Viagem Medieval, onde se retrocede à fundação do reino, com música, dança, números equestres, manipuladores de fogo e multimédia. Entre as novas áreas temáticas, destaque para: o Estaleiro Naval, junto ao rio (das 15 às 22:30 horas); o Castelo D'Isabel, com o quotidiano das personagens que o habitam, no Castelo da Feira (das 15 às 20 horas); O Castelo dos Tormentos, com histórias de assombrar, no Castelo da Feira (a partir das 23 horas); o Acampamento Castelhana, junto ao rio (das 15 às 21 horas); a Granja do Animais, junto às Piscinas Municipais (das 15 às 23 horas). O bilhete diário para entrar no recinto, este ano, varia de preço consoante o dia - entre 1,5 e 4 euros. A pulseira para todo o evento custava 5 euros até 27 de

julho, depois o preço subia para 7 euros. As crianças até 1,3 m de altura entravam gratuitamente. O horário da Viagem Medieval era do meio-dia à 1 hora da noite. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

**Tabela 30: Viagem Medieval em números – 2016**

<b>Voluntários</b>	<b>450</b>
<b>Áreas temáticas</b>	28
<b>Espetáculos</b>	16 num total de 260 apresentações
<b>Performances de animação circulante</b>	1500
<b>Grupos de animação</b>	60
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	240
<b>Horas de animação durante o evento</b>	144
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Área alimentar</b>	23 tabernas e 6 restaurantes
<b>Orçamento</b>	cerca de 1,3 milhão de euros
<b>Visitantes estimados</b>	600 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A 21.<sup>a</sup> edição da Viagem Medieval decorreu entre 2 e 13 de agosto de 2017, sob a temática de D. Afonso IV – fome, peste e guerra. No ano de 1325, subiu ao trono o infante rebelde, de temperamento obstinado, com o título de D. Afonso, o quarto, pela graça de Deus, rei de Portugal e do Algarve. Governou durante 32 longos anos, muito duros e difíceis, subjugados por tempos de muitas fomes, grandes pestes e algumas guerras.

As mudanças climatéricas e as catástrofes naturais levaram à escassez de produtos alimentares, o que provocou o aumento de preços e gerou muita fome e doenças, atingindo o auge em 1348, com a Peste Negra. Também as guerras com Castela, a ameaça islâmica e a guerra civil com seu filho Pedro ajudaram a fomentar esta trilogia dos horrores que tanto assolou as gentes desta época.

Apesar de todas as vicissitudes, o Bravo governou o reino com grande tenacidade e perspicácia, reforçando o poder real através de uma intensa ação legislativa e reformas inovadoras na área da justiça e da administração. D. Afonso IV empenha-se nos proveitos do mar, fazendo de Portugal o conciliador das rotas marítimas entre o Atlântico e o Mediterrâneo. El-rei transforma o reino num só

território, sob uma mesma autoridade, num só povo, numa só língua, numa só tradição. Em resumo, numa só identidade: no reino de Portugal.

De acordo com a organização da recriação histórica Viagem Medieval a edição desse ano recebeu 620.000 visitantes e foi a que registou maior procura pelos turistas espanhóis, brasileiros e grupos empresariais (sectores da banca, seguros, grande distribuição, metalomecânica e automóvel), interessados nos Bilhetes Experiência, que lhes permitiram, por exemplo, integrar os espetáculos no terreiro das Guimbras, como figurantes, às visitas guiadas com história, aos repastos no Povoado e o circuito pelos Banhos de São Jorge.

Como já verificamos, a 21.<sup>a</sup> edição do evento recriou o reinado de Afonso IV ao longo de 12 dias, num recinto de 33 hectares em que trabalharam diariamente cerca de 3580 pessoas e cuja oferta incluía propostas como 240 tendas comerciais, 1500 performances de animação circulante e 40 espetáculos inéditos, num total de 448 apresentações. (Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira)

Tabela 31: Viagem Medieval em números – 2017

<b>Voluntários</b>	<b>355</b>
<b>Entidades participantes</b>	72, 56 de Santa Maria da Feira
<b>Espetáculos</b>	448 – 40 espetáculos inéditos
<b>Performances de Animação circulante</b>	1500
<b>Áreas Temáticas</b>	25
<b>Tabernas</b>	23
<b>Restaurantes</b>	6
<b>Espaços de feira franca [artesãos, mercadores e regatões]</b>	23
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	3.580
<b>hectares de área</b>	33
<b>Visitantes</b>	620 mil

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

A edição da Viagem Medieval de 2018 decorre entre os dias 1 e 12 de agosto, sendo então dedicada ao reinado de D. Pedro (Figura 43), filho do rei Afonso IV (que inspirou a recriação deste ano) e conhecido sobretudo como protagonista do

romance trágico com Inês de Castro, tendo sido um dos facínoras, Pero Coelho, natural de Santa Maria da Feira.

No final do reinado de seu pai, o infante D. Pedro já participava na governação, tendo a seu cargo a toda a jurisdição do reino. Assim, ao ser aclamado, pela graça de Deus, Rei de Portugal e do Algarve, D. Pedro I conhecia, melhor do que ninguém, o seu território, percorrendo-o de lés-a-lés, levando a justiça a todas as partes, fazendo-a “aos modos antigos”, por vezes com excessiva dureza e pouco rigor: o Cruel ou o Justiceiro seria mais carrasco do que juiz.



**Figura 43: Cartaz da edição de 2018 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**  
Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

**Tabela 32: Viagem Medieval em números – 2018**

<b>Voluntários</b>	<b>350</b>
<b>Animação</b>	mais de 1000 intervenientes
<b>Espetáculos</b>	140 apresentações diárias
<b>Espetáculos</b>	67 espetáculos diários (grande formato, âncora e circulantes)
<b>Artesãos, artífices, mercadores e regatões (Feira Franca)</b>	242
<b>Horas de animação durante o evento</b>	135
<b>Pessoas a trabalhar diariamente na viagem</b>	mais de 2000
<b>Área alimentar</b>	23 tabernas e 6 restaurantes
<b>Orçamento</b>	cerca de 1,1 milhão de euros
<b>Visitantes estimados</b>	700 mil
<b>Prémios</b>	11 (4 Internacionais e 7 Nacionais)
<b>Área ocupada em 2018</b>	33 hectares

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Dossier de Imprensa Viagem Medieval

Como temos vindo a verificar a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria é um dos maiores eventos de recriação medieval da Europa e realiza-se anualmente, no centro histórico da cidade de Santa Maria da Feira, atraindo diariamente mais de 50 mil visitantes.

O projeto apresenta características únicas no país, porque se diferencia pelo rigor histórico, dimensão (espacial e temporal), envolvimento da população e associativismo local, reforçando a sua identidade e sentimento de pertença. É centrada na recriação de episódios e acontecimentos que marcaram a história local e nacional na Idade Média.

Devido aos momentos de recriação histórica, da diversidade de áreas temáticas e da qualidade da animação permanente, a Viagem Medieval é um evento de grande envergadura, constituindo uma oferta turística única que potencia a promoção do Município e de toda a Grande Área Metropolitana do Porto.

A Viagem Medieval já foi distinguida com Prémios e várias distinções:

1º Prémio “Melhor Evento Cultural” - Prémios Eventoplus (Espanha, 2017); 1º Prémio “Best Cultural Event” e 2º Prémio “Grand Prix Best Event Eventex” – Global Eventex Awards (Irlanda, 2017); Prémio “Ciudad de Castellón” – Fundação Moros d’Alqueria (Espanha, 2016); Prémio “Melhor Evento Público 2014” – Gala dos

Eventos | ExpoEventos 2015; Menção honrosa “Melhor Filme de Turismo” - ART&TUR 2015; “Certificado de Excelência 2015” – Trip Advisor; Prémio “Melhor Evento Cultural 2012” – Gala dos Eventos | ExpoEventos 2013; Prémio “Melhor Animação / Performance em evento Cultural 2012” – Gala dos Eventos | ExpoEventos 2013; Prémio “Melhor Evento Cultural 2009” – Gala dos Eventos | ExpoEventos 2010 e Menção honrosa | Categoria Animação – Prémios Turismo de Portugal 2008.

### **3.6 Pista para o Futuro: Viagem Medieval e outras Recriações Históricas, criação do Parque Temático da Terra Santa Maria**

As grandes organizações de eventos, tanto em Portugal como no mundo, procuram ajustar as suas práticas a padrões de excelência, não só ao nível dos seus produtos, mas também dos seus serviços.

E o Turismo, por sua vez, é um ramo que exige conhecimento, criatividade e técnicas avançadas, uma vez que abrange diversos ramos e atividades que movimentam o mercado mundial (Beni, 2001).

Na organização de eventos como as Recriações Históricas, se não existirem pessoas especializadas no exercício das diversas funções inerentes ao evento, as mesmas poderão tornar-se em enormes prejuízos financeiros para quem financia, na grande maioria as Autarquias Locais.

Neste sentido, o benchmarking é a procura incessante de boas práticas no mercado, conferindo como é que as outras organizações a executam, afim de superarem a realização das mesmas e implementando-as na sua organização. Este processo procura ideias inovadoras e procedimentos mais eficazes para se obter um melhor desempenho na organização, e desta forma apresentamos a possível aplicação de um benchmarking em termos de organização de um projeto estruturado, que tenha presente as Recriações Históricas.

Devido à riqueza histórica de uma vasta região, e uma vez que nos Concelhos da Terra de Santa Maria da Feira são já realizados outros eventos de recriação histórica (Arouca, Uma Recriação Histórica Espinho - Vir a Banhos. Recriação de uma praia do início do século XX; Gondomar - A recriação histórica da

Assinatura da Convenção de Gramido; Murtosa – Reconstituição do Ciclo do Milho; Oliveira de Azeméis. Era Uma vez, Mercado à Moda à Antiga; Santa Maria da Feira: Viagem Medieval, Festa das Fogaceiras, Via-Sacra, Invasões Francesas, Centenário Vale do Vouga, Centenário da República; Vila Nova de Gaia – Feira Medieval de Vilar de Andorinho e Invasões Francesas e Ovar – com um trabalho notável na Recriação Histórica da Visita de D. Maria II a Ovar e o Desfile de Trajes do Concelho de Ovar “O Trabalho e as Artes”), os mesmos podem dar o mote para a criação de um parque temático da Terra de Santa Maria, seguindo o exemplo do Parque Puy du Fou, que se tornou uma referência internacional para o entretenimento ao vivo

A criação de um Parque Temático em Santa Maria da Feira, sob a temática da História, e tendo presente que a Recriação Histórica como temos vindo a observar, é uma área recorrente na dinamização de espaços, para além de dar um substancial contributo para o desenvolvimento da iniciativa local, da importância do turismo cultural e da valorização do património monumental.

São várias as tendências identificadas no turismo em todo o mundo, neste caso falamos da tematização do turismo. Porém, quando se fala em tendências, temos que nos lembrar que até a mais dinâmica das economias como a americana, pode ter problemas. Portanto, quaisquer das projeções feitas pela Organização Mundial do Turismo ou por qualquer outro organismo é passível de mudanças drásticas. As projeções são indicadores de tendências, nem sempre concretizadas na prática e descrevem caminhos para o longo prazo, que poderão ser interrompidos em curto prazo.

Por tematização, entende-se o uso de um ou mais temas específicos em negócios ou empreendimentos, aliados à fantasia. Num empreendimento temático, tudo deve fazer alusão ao tema ou temas adotados, desde a decoração até ao fardamento dos funcionários, os menus, as atrações, enfim, o objetivo principal é transmitir a sensação que se está num mundo diferente do quotidiano normal.

O turismo apropriou-se da tematização em vários de seus segmentos. Temos em todo o mundo, dezenas de exemplos de negócios bem-sucedidos baseados em temas, que anualmente recebem milhares de turistas ou visitantes, e que levaram crescimento e desenvolvimento a muitas regiões. Entre os segmentos que mais se utilizam da tematização podemos citar os bares, restaurantes, hotelaria e parques.

Com efeito, a realização destes eventos constitui hoje um fator de dinamização, valorização dos concelhos sendo este o conceito que se poderia inculcar no Parque. Em conjunto com outros eventos, é expectável que este Parque se tornasse numa ação estratégica prioritária para a promoção e para o desenvolvimento cultural e turístico do território, e conseqüente projeção do seu tecido empresarial.

A criação deste Parque Temático procurará oferecer ao visitante um conjunto de atividades e de equipamentos que lhe permitam, aliar à componente de diversão da visita, uma componente educativa, conhecer as diferentes personagens e os tipos de atividades de outros tempos, participando diretamente na recriação do "modus vivendi" da época.

Verificamos que no caso particular de Santa Maria da Feira, foram diversos fatores que contribuíram para a consolidação de projetos de recriação histórica, de "Living History" ou de "Re-enactement". Por sua vez as dinâmicas obtidas permitiram já a recuperação do Centro Histórico e do Vale do Cáster. Estas duas prerrogativas juntas permitem sonhar com um Parque Temático que englobe as diferentes épocas recriadas

A tematização é sem dúvida uma das tendências a que o turismo tem aderido. Mas não vem dissociada de outros fatores e tendências, que a cada dia surgem em todo o mundo. O turismo passa por transformações permanentes, na mesma velocidade em que sociedades também se transformam.

Aparentemente, esta fuga da realidade, mesmo que por algumas horas, tem levado milhares de pessoas a usufruir destes hotéis, bares, restaurantes e parques temáticos. Ressaltamos ainda, que os empreendimentos temáticos, principalmente os parques, estimulam o desenvolvimento das regiões onde estão inseridos.

No entanto, é necessário que se realizem pesquisas, de modo a oferecer subsídios ao segmento que carece ainda de maior atenção. O turismo só tem a ganhar com o fortalecimento destes empreendimentos.

A Terra de Santa Maria, pelo seu património, pela sua tradição histórica e pelos inúmeros eventos que organiza em volta das recriações históricas, e após as diversas obras de requalificação urbana dinamizadas pelos eventos, assumem-se

como um lugar privilegiado para uma possível implementação de um parque temático.

Para que funcione da melhor forma, o parque deve procurar integrar-se da melhor maneira possível na rede de equipamentos existentes e contribuir para uma maior diversificação das atividades turísticas da Terra de Santa Maria, tentando, simultaneamente, assegurar qualidade dos serviços com a promoção de um turismo que respeite o meio ambiente.

Podemos dizer que, hoje em dia, a aposta em parques temáticos é uma aposta válida, uma vez que, aliados ao turismo temático, criam em geral, novas sinergias nas regiões ou localidades em que se instalam e podem ser utilizados para rejuvenescer os destinos turísticos tradicionais, porque atraem novos segmentos de mercado, melhoram a imagem desses destinos e diversificam a sua oferta.

Como refere Mary Ashton, “os parques temáticos representam, hoje, uma proposta de pesquisa multifacetada, ligada ao turismo, à economia, sociologia, história, geografia, e tantas outras áreas”, permitindo a melhoria das sinergias interdisciplinares.

“Os parques temáticos históricos são os fiéis depositários do património imaterial porque apelam ao sentido de memória coletiva e exaltam os valores históricos. Neles, apesar da componente economicista, estão implícitas temáticas que fazem parte do património endógeno de uma determinada região. Os conteúdos temáticos dos parques, apesar da sua vertente de lazer, fazem referência a um passado, a uma tradição ou a uma memória que poderia ser esquecido se não existisse esta vertente”<sup>19</sup>.

Em Portugal existem apenas 5 parques temáticos históricos: O Portugal dos Pequenitos; o Parque Mineiro Cova dos Mouros; Parque Temático da Madeira e o Centro de Interpretação da Batalha de Aljubarrota.

Os quatro primeiros não têm características totalmente históricas. Todos eles são transversais a outras tipologias. Mas isso também é uma característica dos parques temáticos históricos que tem o património imaterial na sua génese.

---

<sup>19</sup> <http://www.quintacidade.com/?p=1625>. Acesso em 12 de junho de 2009

Os parques temáticos constituem um elemento importante para o turismo pois transforma-se em verdadeiros recursos que permite construir a vocação turística de uma zona ou região, regenerar os destinos turísticos tradicionais e melhorar a sua competitividade. Esta estrutura, para além de vir a constituir uma atração turística para a cidade, teria igualmente como função ser um espaço de formação aberto à comunidade e de um modo especial à comunidade educativa.

Em Portugal, esta indústria ainda não se encontra muito desenvolvida, pelo que se propõe uma pequena reflexão tendo em vista a criação de um Parque de natureza histórica na cidade de Santa Maria da Feira, tomando como exemplo o Parque Puy du Fou.

### **Parque temático Puy du Fou, análise de um caso de sucesso**

Puy du Fou, é um parque temático que celebra a história da França e que se localiza na cidade de Epesses, Vendée, departamento de região de Pays de la Loire, Baía de Biscaia. Está localizado a 2h30 de Paris.

A história do parque começou em 1977, quando Philippe de Villiers descobriu na região de Vendée (oeste da França, as ruínas do castelo Puy du Fou) e criou um espetáculo criado batizado de “Cinésécénie”, no qual era retratado a história da França. O musical, chamado La Cinésécénie, estreou em 16 de junho de 1978 e traçava a história de Vendée através de cenas do cotidiano de uma família de camponeses da Idade Média ao século XX. Ao longo de 40 anos de existência o Puy du Fou foi aumentando de tamanho e criando novos espetáculos e atrações, sempre com o foco na representação e recriação do passado.

Estes espetáculos e atrações cobrem vários períodos da história da humanidade: desde o tempo dos romanos até a 1ª guerra mundial, passando pela Idade Média, pelos Vikings, pela Renascença Francesa e pela Belle Époque. Há também reconstituições de cidades antigas e seus habitantes: um forte do ano 1000, uma cidade medieval, um vilarejo do século XVIII e uma cidade do século XX.

A oferta cresceu com dois novos espetáculos: “Les Grandes Eaux” e “Les Orgues de Feu”; com novos efeitos especiais e espetaculares. O Puy du Fou inaugurou o primeiro hotel de luxo, o Le Logis de Lescure, com uma ligação direta com a estação do TGV de Angers e com um serviço de transfer e dentro do parque,

existem já hotéis temáticos; uma cidadela medieval, um acampamento real do século XVII, uma casa do Império Romano. : As Ilhas de Clóvis (quartos construídos sobre palafitas), a Vila Galo-romano (inspirado no Fórum Romano) e As Vivendas de Lescure (4 suites tema: "A sala dos espelhos", "Planetário", "O gabinete de curiosidades", "A Sala de Música").

Além destes equipamentos hoteleiros, há nas proximidades do parque, castelos dos séculos XV, XVII e XIX onde é possível ficar alojado e também hotéis contemporâneos das redes Mercure e Best Western. Os 25 restaurantes também seguem a mesma temática de época, e servem desde sanduíches e lanches rápidos até refeições self-service e à la carte.

Cinco vezes premiado em todo o mundo, o Puy du Fou confirmou novamente este ano a sua posição como 2º parque temático em França, uma vez que os visitantes do Parque Puy du Fou, fazem uma viagem no tempo tendo sempre presente o ponto de partida, o famoso espetáculo Cinéscénie.

Puy du Fou alcançou um novo recorde de visitas com 2.301.000 visitantes em 2018.



**Figura 44: Puy du Fou**

Fonte de dados: Fotografia do Gabinete de Comunicação do Parque Puy du Fou

Pode-se considerar o Puy du Fou está situado na encruzilhada entre dois sectores: o turismo histórico (Puy du Fou interpreta e promove a cultura histórica de uma região, a Vendée, com um objetivo cultural e de desenvolvimento) e os parques temáticos.

No entanto, o Puy du Fou destaca-se no sector do turismo histórico devido ao seu tamanho e à diversidade das suas atividades, que estão a entrar na área dos parques temáticos. Pode-se, no entanto, discutir o valor do sector, da histórica como nicho estratégico (pela originalidade, riqueza e força da identidade do tema).

### **Tematização do Turismo**

Por tematização, entende-se o uso de um ou mais temas específicos em negócios ou empreendimentos, aliados à fantasia. Num empreendimento temático, tudo deve fazer alusão ao tema ou temas adotados, desde a decoração até o fardamento dos funcionários, os menus, as atrações, enfim, o objetivo principal é transmitir a sensação que se está num mundo diferente do quotidiano normal. O turismo apropriou-se da tematização em vários de seus segmentos. Temos em todo o mundo, dezenas de exemplos de negócios bem-sucedidos baseados em temas, que anualmente recebem milhares de turistas ou visitantes, e que levaram crescimento e desenvolvimento a muitas regiões. Entre os segmentos que mais se utilizam da tematização podemos citar os bares, restaurantes, hotelaria e parques.

A origem dos parques temáticos estará na Grécia Clássica e no Império Romano. Na Grécia Antiga existia a noção de centro da polis. Esse espaço era o local de reunião dos cidadãos de Atenas. Ainda na Grécia, podemos considerar os Jogos Olímpicos como expoente máximo da cultura. A festa, a música, o entretenimento, os jogos e o fogo marcavam presença nos Jogos Olímpicos. Porém durante o período de glória do Império Romano, estas demonstrações culturais foram levadas ao esplendor. Por todas as cidades existiam teatros, anfiteatros e/ou arenas de circo onde se realizavam combates entre gladiadores, peças de teatro, representações de grandes batalhas, batalhas navais (enchiam as arenas de água para ao efeito) caçadas ou corridas. O que mais se destacava era naturalmente o Coliseu de Roma onde diariamente existiam eventos culturais para todos os públicos. Todos os atributos que Mary Ashton considera fundamentais para ser

considerado parque temático estavam presentes nos festins romanos mencionados (Ashton, 1999). Por esses motivos, consideramos que foram os Gregos e os Romanos a iniciarem o caminho triunfante dos parques temáticos.

Contudo, na perspectiva de Goeldner (2002) os parques de diversão, datam da Europa Medieval e apresentavam entretenimento ao vivo, com fogos de artifício, danças, jogos e até mesmo alguns brinquedos semelhantes aos dos parques atuais, porém numa versão mais primitiva. No final do século 19, após a Guerra Civil Americana, houve uma crescente urbanização das cidades, com consequente surgimento de empresas de transporte de tração elétrica. Como essas empresas pagavam uma taxa fixa pelo uso da energia elétrica, houve uma procura de opções que fizessem com que as pessoas utilizassem os elétricos nos fins-de-semana. Este facto deu origem a parques de diversão, instalados no final da linha do elétrico. Estes parques, inicialmente simples, consistiam em locais para piqueniques, pistas de dança, restaurantes, jogos e poucos brinquedos.

Com a Grande Depressão em 1929, vários parques encerraram nos Estados Unidos. A situação piorou com a II Guerra Mundial. Na década de 50 e na perspectiva do mesmo autor, a decadência urbana, a segregação racial, a televisão e o crescimento dos subúrbios prejudicaram muitos os parques já envelhecidos que tinham resistido ao encerramento.

Necessitava-se então, de um novo conceito para o sector. Surgiu nessa época a Disneylândia, na Califórnia. Quando foi inaugurada em 1955, havia um certo ceticismo em relação às possibilidades de sucesso de um parque de diversões diferente dos tradicionais. Porém, a Disneylândia surgiu com cinco áreas temáticas diferentes, oferecendo sobretudo, fantasia. Mas foi na década de 80 que os parques temáticos se espalharam pelo mundo. Um parque temático é um empreendimento que proporciona lazer e diversão, utilizando um ou mais temas específicos, além de um conceito de fantasia, de interatividade e tecnologia de ponta.

Nestes parques, tudo o que existe desde as infraestruturas, equipamentos, decoração, construções, funcionários, lojas de merchandising, levam as pessoas a viajar para um universo onde a realidade parece misturar-se com a fantasia. O

sucesso da Disneylândia levou à criação do maior complexo de parques temáticos do mundo: a Walt Disney World, localizada na Flórida – Estados Unidos, um composto por quatro grandes parques temáticos - Magic Kingdom, Epcot Center, MGM Studios e Animal Kingdom – dois parques aquáticos, trinta e dois hotéis, dois centros com lojas, restaurantes, discotecas e cinemas, spas, campos de golfe, passeios de cavalo e de carruagem, campos de ténis, pesca, ginásios, mergulho e surf. Tudo isso interligado por um sistema de transportes próprio que inclui autocarros e até um pequeno comboio. O parque Magic Kingdom procura tornar reais as histórias dos livros infantis Disney, como a da Cinderela e dar vida aos personagens da Disney, como o Mickey, a Minnie, o Pluto, o Pateta, o Pato Donald, o Tio Patinhas e outros. O símbolo do parque é o Castelo da Cinderela.

O Epcot Center foi fundado em outubro de 1982. Epcot - sigla para Experimental Protótipo Community of Tomorrow, - é dividido em duas grandes partes: O Future World é o mundo das novas ideias e da tecnologia. São nove atrações, como a The Land, que explora o futuro dos alimentos (patrocinada pela Nestlé); a the Living Seas, que faz uma viagem submarina; a Wonders of Life, uma visão detalhada da vida ou a Spaceship Earth, que fica no interior da grande esfera que é o centro do parque e oferece uma viagem através do tempo e do espaço. As novas atrações do Future World são a Mission Space (com tecnologia da HP), inaugurada em 2003, que simula um voo espacial, e a Soarin, atracção importada da Disneylândia em 2005, que faz um voo pairando sobre panoramas da Califórnia.

Já o World Showcase é um caleidoscópio cultural formado por pavilhões temáticos de onze nações: EUA, Canadá, México, Itália, Noruega, Alemanha, França, Inglaterra, Marrocos, China e Japão. Cada um é representado por um monumento turístico do país e tem informações, imagens, sons e artigos à venda desta nação.

A interatividade e o uso de tecnologias modernas são uma das tendências que podem ser facilmente identificadas nas principais atrações da Disney. Após o lançamento do filme Titanic, foi inaugurada no parque uma exposição interativa, com objetos resgatados do naufrágio e reconstituições do interior do navio.

No MGM Studios, o visitante entra em contacto com o mundo do espetáculo. Nele o visitante pode conhecer os bastidores e a atmosfera da Broadway, do

cinema, da música, do rádio e da TV. O quarto parque do Walt Disney World tem o mundo selvagem como tema: Animal Kingdom. Inaugurado em abril de 1998, possui 202 hectares, seis mil lugares para automóveis e 4,5 mil empregados. São 1500 mil animais, representando cerca de 250 espécies.

As suas principais atrações são: The Oásis: um jardim de plantas e animais, Camp Minnie-Mickey: o refúgio de Minnie e Mickey nas montanhas, Discovery Island: a "Árvore da Vida", que é a área central, África: onde é possível explorar as savanas, a Ásia: com os mistérios do sudoeste asiático, e o DinoLand, o mundo dos dinossauros. Toda esta estrutura está disponível para que os visitantes possam, durante o período em que estiverem nestes parques, vivenciar um mundo de fantasia e de magia idealizado há cinquenta anos, por Walt Disney.

O sucesso da Disney não se limitou apenas aos complexos de lazer. Hoje é possível embarcar num cruzeiro temático: o Disney Cruise Line. Idealizado para férias em família possui atrações para todas as idades, mantendo sempre a fantasia como ponto de destaque na viagem. O complexo Disney possui os mais modernos equipamentos baseados em alta tecnologia. Segundo Trigo (1993), as empresas norte-americanas e as multinacionais investiram em pesquisas exclusivas para utilização no projeto da Disney. Os principais sistemas que utilizam tecnologia "de ponta" criados exclusivamente para uso no complexo são: Sistema de controlo de centenas de bonecos animados que parecem seres humanos; Sistema de comando de vozes e gestos dos bonecos, na abertura e encerramento das portas dos teatros, controlo dos elevadores de cena e manuseamento das luzes e das cortinas. Outros sistemas de segurança auxiliam na proteção contra o fogo, falhas nos equipamentos, entre outras; - Sistema de controlo do fornecimento de energia de forma racional, segura e económica; Sistemas de projeção de imagens utilizando tecnologia de vídeo e cinema em telas de 180 ou 360 graus e filmes em três dimensões; Sistema de comunicação através de cabos óticos, sendo a primeira dos Estados Unidos a utilizar esse sistema; Sistema de transporte através de um pequeno comboio, sendo caracterizado como um transporte de massa seguro, rápido e silencioso; Sistema WEDway PeopleMover. São pequenos carrinhos elétricos que percorrem sectores específicos em baixa velocidade; Sistema "Universo da Energia" que movimenta, através de energia solar, parcelas do teatro onde as pessoas se acomodam; Sistema de administração e proteção ambiental; -

Sistemas de energia elétrica gerada por baterias solares; Tecnologia para as atrações do parque que vão desde a interação entre audio-Animatronics com filmes e vídeos até sistemas de áudio mais sofisticados. Ainda Segundo Trigo “além das novidades tecnológicas, o parque desenvolveu uma mão-de-obra especialmente treinada para atender o público em todas as dúvidas, dificuldades ou emergências que possam acontecer durante sua estada na WDW” – Walt Disney World.

## **Os Parques Temáticos Históricos Internacionais**

A nível mundial com maior incidência na Europa, existem parques temáticos históricos que usam os seus recursos endógenos para os promover, divulgar e comercializar. Da seleção efetuada existem parques que têm uma amplitude turística maior que outros I. Contudo, não deixam de ter na sua base temática os recursos patrimoniais imateriais.

Salientam-se países como a Áustria, França e Inglaterra com um número elevado desta tipologia de parques. A França, devido à sua história medieval aposta nesta temática como meio impulsionador da economia local e regional. Da listagem efetuada selecionamos os seguintes:

Archäologischer Park Carnuntum - Áustria (parque arqueológico que retrata a época romana e a presença desta civilização na região. O parque está ligado a uma série de recursos existentes na região transformando-os numa rede); Terra Mítica - Espanha (parque de diversões que representa cinco civilizações históricas: Egípcio, Grécia, Roma, Ilhas Gregas e Península Ibérica.); Isla Magica - Espanha (parque de diversões que representa a época dos descobrimentos espanhóis. O parque divide-se entre Sevilha porto das Índias, Quetzal, Porta da América, Amazónia, A guarida dos piratas, O Balcão da Andaluzia, Fonte da Juventude e El Dourado); Guédelon - França (um parque que reconstitui a criação de um castelo medieval. Ao longo da visita o turista verifica in loco como se construía um castelo no século X. Os trabalhos decorrem desde 1997 e são necessários 25 anos até à sua finalização. Todo o processo de construção está de acordo com o que era feito na época medieval.); Puy Du Fou - França (parque histórico que retrata toda a história francesa e em especial a história local através da recriação de uma batalha ocorrida em 1429 no castelo de Puy Du Fou); - Archeon - Holanda (parque arqueológico que

recria a pré-história, a época Romana e idade medieval da região que faz do experimentalismo nota dominante); o parque Salva Terra que se situa em Haute-Rivoire perto de Lyon, França, recria a Época Medieval e todos os atores (profissionais do parque) representam uma personagem medieval.

### **O Parque Temático Medieval de Santa Maria da Feira**

Em Portugal, esta indústria ainda não se encontra muito desenvolvida, pelo que se propõe o estudo tendo em vista a criação de um Parque de natureza histórica na cidade de Santa Maria da Feira, visto ser uma localidade com fortes tradições culturais.

A criação de um parque alusivo a diferentes épocas da História de Portugal neste concelho, pretende fundamentalmente recriar o estilo de vida de diferentes épocas a vários níveis: quais as atividades desenvolvidas; tipo de vestuário utilizado; objetos; alimentação entre outros. Esta estrutura, para além de vir a constituir uma atração turística para a cidade, teria igualmente como função ser um espaço de formação aberto à comunidade e de um modo especial a comunidade educativa.

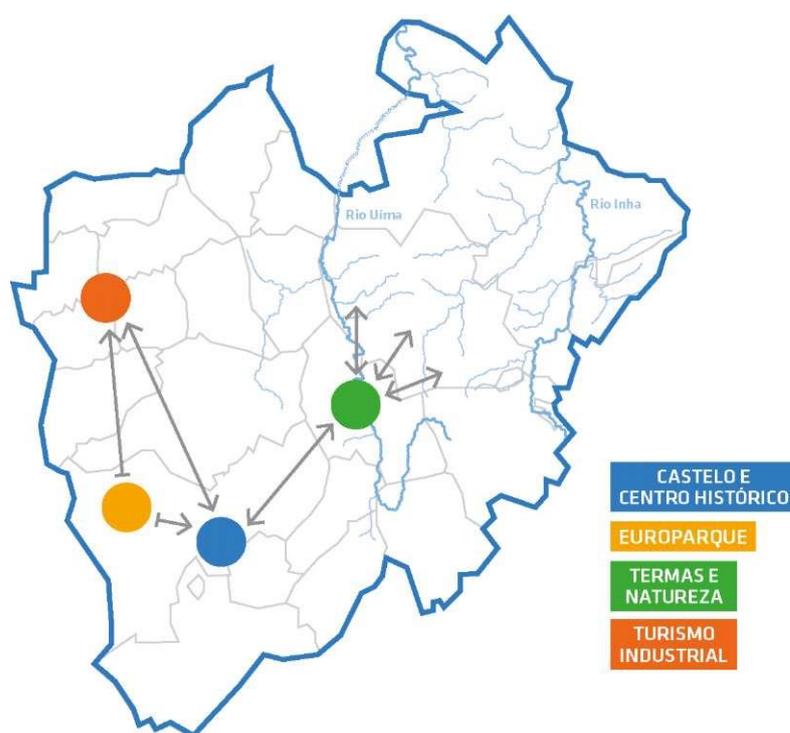
Como temos vindo a observar, uma vez que na cidade de Santa Maria da Feira são já realizados eventos de recriação histórica (Viagem Medieval, Semana Santa, Fogaceiras, Invasões Francesas), tal como acontece noutros Concelhos da Terra de Santa Maria, este Parque poderia vir a funcionar como um complemento dessas atividades. Com efeito, a realização destes eventos constitui hoje um fator de dinamização, valorização do concelho sendo este o conceito que pretendemos incutir no Parque. Em conjunto com outros eventos, espera-se que este Parque Medieval se torne numa ação estratégica prioritária para a promoção e para o desenvolvimento cultural e turístico do concelho, e conseqüente projeção do seu tecido empresarial e comercial.

De acordo com o Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo de Santa Maria da Feira, surge como Produto Estratégico do Turismo de Santa Maria da Feira, a Cultura e o Património, porque o território inclui património de enorme valor

histórico e com potencial turístico, como o Castelo da Feira que é, sem dúvida, o monumento histórico do concelho com maior significado no turismo.

A diversidade cultural e patrimonial do concelho é um aspeto diferenciador do destino e deve ser explorado no turismo e o meio como se tem aproveitado todo esse potencial através dos eventos promovidos poderá distinguir ainda mais o destino.

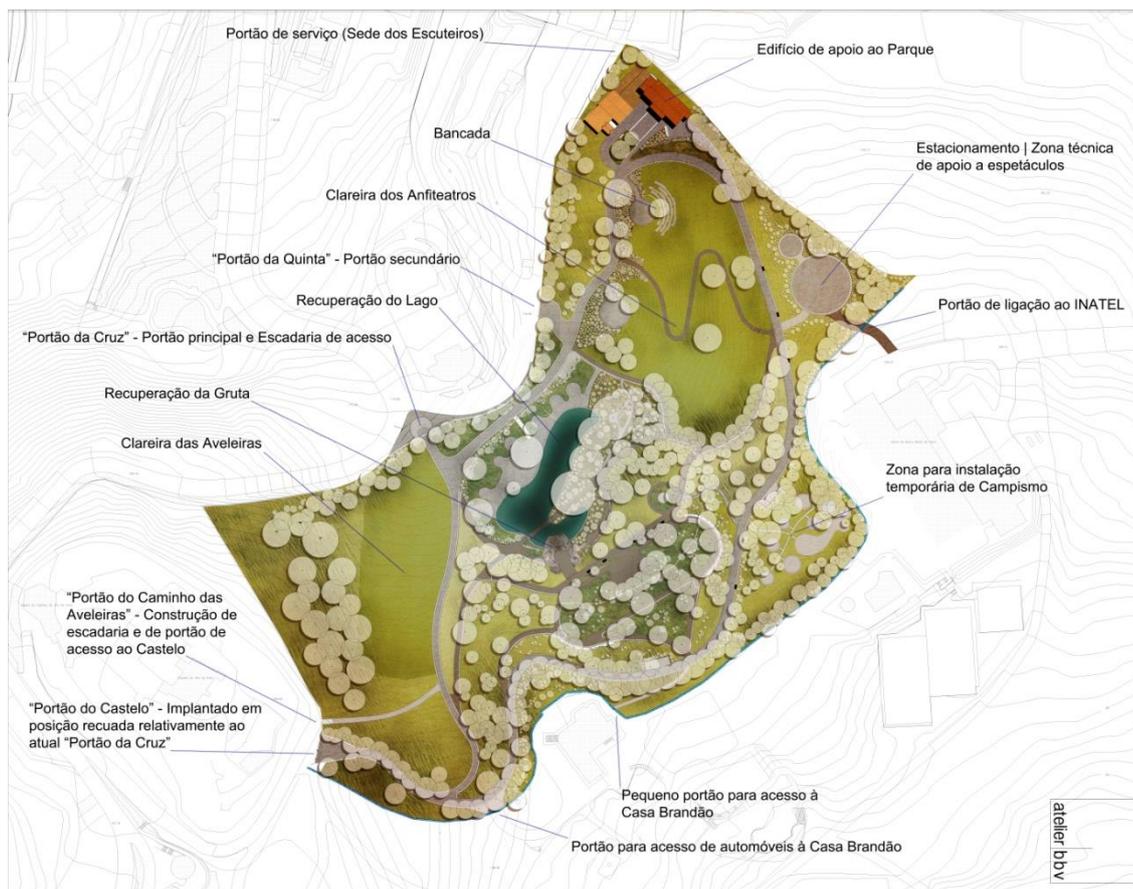
Produtos Secundários: Saúde e Bem-Estar, MICE Gastronomia e Vinhos e produtos emergentes: Turismo de Natureza e Turismo Industrial, que de uma forma global se interligam.



**Figura 45: Estratégia territorial do Turismo**

Fonte de dados: Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo de Santa Maria da Feira

Considerando que o Município de Santa Maria da Feira vai proceder a obras de requalificação da Quinta do Castelo de Santa Maria da Feira num total de investimento orçado em 1.822.138,46 euros, participado em 85% pelo FEDER - Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, NORTE 2020, na sequência do Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano do Município de Santa Maria da Feira.



**Figura 46: Projeto de Intervenção da Quinta do Castelo**

Fonte de dados: Gabinete de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A execução da obra foi dividida em duas fases, sendo que o cronograma de execução estima 6 meses para trabalhos efetivos, a decorrer desde fevereiro 2018 e termo previsto em novembro 2018.

O projeto contempla intervenções de arquitetura paisagista, arquitetura, fundações e estruturas, infraestruturas hidráulicas, infraestruturas elétricas, infraestruturas de telecomunicações, instalações e equipamentos mecânicos, numa área total de 4 hectares da Quinta do Castelo. Das intervenções destacam-se a recuperação do lago e da gruta, a construção de zonas específicas para acolhimento de instalações temporárias de campismo e de estacionamento, a recuperação de um antigo edifício, atualmente em escombros, para edifício de apoio às atividades no parque, recuperação da estrutura de vegetação, plantação de árvores e arbustos, definição de novos caminhos ou a deslocação do Portão da Cruz, também denominado "Porta da Cerca" (Figura 47), para a entrada principal da quinta. O projeto contempla ainda importantes intervenções ao nível dos sistemas de rega,

das infraestruturas de drenagem, saneamento e abastecimento de águas, iluminação cénica, abastecimento elétrico, rede WI-FI e sistema de sonorização.



**Figura 47 - Projeto de Intervenção da Quinta do Castelo**

Fonte de dados: Gabinete de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Estas grandes áreas de intervenção, decompostas em 28 ações de requalificação previstas no projeto, pretendem reorganizar o espaço, salvaguardando a sua memória e identidade, de forma estrutural e sustentável, para um maior e melhor usufruto do seu património cultural e natural, pelos residentes e visitantes de Santa Maria da Feira.

O projeto envolveu uma equipa multidisciplinar de especialistas do Atelier BBV, da Struconcept e dos serviços técnicos da autarquia, sob a orientação científica da Professora Doutora Teresa Andresen e as obras já decorrem dentro do prazo previsto.

Potenciando este equipamento, onde tem vindo a decorrer o Parque Temático de Natal, Perlím – Uma Quinta de Sonhos, a criação deste Parque Temático procurará oferecer ao visitante um conjunto de atividades e de equipamentos que

lhes permitam, aliar à componente de diversão da visita a uma componente educativa. Nesse sentido, as zonas que se pretendem implementar no parque são as seguintes: Parque de estacionamento, Feira, Museu, Auditório e salas de espetáculos, Zona de Torneios, jogos tradicionais e área infantil, Zona de restauração, Zona de compras (souvenirs e merchandising), Área de entretenimento (passeios a cavalo, de charrete).

O parque de estacionamento ao dispor dos visitantes, terá aproximadamente capacidade para cerca de 800 viaturas, entre viaturas privadas e autocarros, e localizar-se-ia junto da entrada do parque, no sentido de facilitar o acesso ao mesmo.

Vindo ao encontro do que temos vindo a sublinhar, estão reunidas as condições para se concretizar em Santa Maria da Feira, um Parque Temático que integrasse uma feira composta por várias tendas onde os artesãos exibirão os seus produtos, presenteando os visitantes com a produção ao vivo dos mesmos. Nesse sentido, terá lugar igualmente, a representação de autos, e outras representações de feiras. Procurar-se-á recriar igualmente, o burgo desde o período romano, num espaço onde se irão concentrar algumas das principais construções que reconstituem as diferentes épocas, nomeadamente, a reprodução da Igreja Românica, da Casa da Guarda, do Estaleiro, do Ferreiro e de várias pequenas casas, onde artesãos irão exercer diversos mesteres.

Os visitantes serão convidados a conhecer diferentes personagens e os tipos de atividades que se desenvolviam na recriação do "modus vivendi" da época, com destaque para a produção artesanal e animação de rua. As feiras ou mercados, constituíam ainda locais privilegiados de encontros, a que acorriam centenas de pessoas, simultaneamente pelo negócio e pelo prazer.

No Parque, esta recriação fará surgir diversas tendas, de modelo medieval e os figurantes (artesãos provenientes dos vários concelhos das Terra de Santa Maria e outros convidados) exibirão os seus produtos, presenteando os visitantes com a respetiva produção momentânea, reunindo algumas personagens, como por exemplo, o oleiro, o ferreiro, o barbeiro, o moleiro, o tecelão, o alfaiate, o hortelão, o padeiro e o carnicheiro, além de uma certa representatividade social - o pedinte, o cura, o peregrino, o marginal, entre outros.

Também se dará a conhecer alguns dos produtos comercializados nas diferentes épocas, dos quais se destacam, entre muitos outros, o peixe seco e salgado, os frutos secos, a fogaça, a regueifa, o mel, as frutas e o vinho, além do gado e das peles, o linho e ainda ferragens. No museu o visitante poderá apreciar diversos tipos de exposições ligadas às épocas em questão. Com efeito, pretende-se desenvolver uma exposição de vestuário, de instrumentos de tortura, mobiliário, escultura, entre outros.

O auditório funcionará como palco de palestras e conferências sobre vários tipos de temáticas, e as salas de espetáculo ficarão reservadas para espetáculos musicais e peças de teatro. No espaço exterior ao auditório terão lugar diferentes tipos de recriações históricas. A zona de torneios e jogos tradicionais, será como o próprio nome indica, uma área reservada a jogos da época, onde o visitante poderá assistir e até mesmo participar quer na recriação de torneios medievais quer em diferentes tipos de jogos. Com efeito, nesta área do Parque para além da realização de torneios, serão ainda exibidos alguns jogos tradicionais. Antecederão estes jogos, animação da mais diversa índole, levada a cabo por grupos de saltimbancos. Os jogos medievais começam com a bênção do "bispo" e designam-se por "tração à corda", "pau ensebado", "apanha do porco", "corte do tronco com machado", e "corte do tronco com serrote".

Alguns destes jogos e outros divertimentos, serão recriados no Parque, como corridas de cavalos (provas de velocidade, habilidade, salto, adestramento de lança e espada e ainda o jogo do estafermo) e alguns de exercício físico como, por exemplo, levantamento e lançamento de pesos, caça, tiro com arco, tiro com lança, luta de bastões, velocidade, labirinto, luta medieval, bolas, cetraria, esgrima, luta de espadas, luta individual, corrida de sacos, corte do tronco, para além do jogo do braço, jogo da corda, jogos de rol, jogo do pau e de inteligência - jogos de dados, gamão, xadrez, trebelhos e jogo da moeda. Também diversos brinquedos estarão representados, tais como, fantoches, tambores, barcos de cortiça, pássaros de madeira, baloiços, cavalo de pau, entre outros. Tal como já foi referido anteriormente, o visitante terá a possibilidade de participar nestes jogos, podendo mesmo serem organizadas equipas para se defrontarem umas contra as outras.

Nesta área do Parque haverá ainda uma zona exclusivamente destinada às crianças, concebida de acordo com o espírito das diferentes épocas, que irá dispor de diversas formas de animação, de acordo com os diversos ambientes da época. Por fugazes momentos, poderão encarnar cavaleiros, arqueiros e conquistadores árabes, pondo à prova a sua destreza e dando largas à sua imaginação.

Dado o carácter histórico e pedagógico destas reconstituições, os mais novos poderão assim abraçar um imaginário, que tão raras vezes os livros escolares transmitem. Para além disto, terão ainda ao seu dispor um outro espaço de divertimento, com insufláveis, jogos pedagógicos, póneis, puzzles gigantes e onde as crianças terão oportunidade de ouvir contadores de histórias. A zona de restauração estará dividida em duas partes distintas. Uma das partes terá como objetivo permitir ao visitante desfrutar da gastronomia das diferentes épocas. Será um lugar em que as regras de etiqueta serão deixadas de lado e onde o visitante poderá desfrutar, por exemplo, de porco e javali assados no espeto, enquanto assiste a um torneio, luta de gladiadores, descarga de infantaria francesa ou combates medievais. A outra parte estará reservada à restauração dita "convencional", onde o visitante terá ao seu dispor um vasto leque de pratos à sua escolha, que lhe serão servidos num moderno e confortável restaurante. Na zona de compras o visitante terá ao seu dispor um vasto leque de objetos e artefactos típicos da época medieval, e ainda artesanato, trabalhos em cortiça, mármore decorativos, cerâmica, flores artificiais, doçaria e outros artigos das Terra de Santa Maria. O visitante terá ainda a oportunidade de adquirir merchandising do parque (canecas, relógios, t-shirts, porta-chaves, livros, lápis, espadas, escudos, roupa, canetas, entre outros).

Na área de entretenimento, o visitante poderá usufruir de um vasto conjunto de infraestruturas de diversão que terá ao seu dispor. O visitante poderá descer na montanha russa, andar na roda gigante, divertir-se no comboio histórico, entre outros. A realização de jogos e surpresas suceder-se-ão ao longo de todo o parque, na sua dupla preocupação lúdica e didática, não esquecendo os jogos, e a gastronomia. Os jogos de força e destreza, ou de fortuna e azar, o teatro de rua e circense, com os seus palhaços e cuspidores de fogo, cruzar-se-ão com as mais

diversificadas profissões e mesteres, deixando ainda espaço para múltiplas atrações forasteiras, símbolos de várias épocas, para satisfação de vários gostos. Por último, ganhará foro de grande espetáculo, o "Auto de Fé", o "Torneio Medieval", com todo o seu brilhante cortejo de aparato e galanteria, na senda das mais ilustres e rigorosas tradições cavalheirescas de outros tempos e o fuzilamento francês

## **Análise da Concorrência**

Uma empresa não atua de forma isolada no mercado por isso não faz sentido avaliá-la sem analisar os fatores externos que condicionam a sua atividade, nomeadamente a sua concorrência. Com efeito, podemos distinguir duas formas de concorrência: a direta (empresas que oferecem produtos e serviços idênticos) e a indireta (aqueles que apesar de exercerem uma atividade semelhante oferecem produtos e serviços diferentes).

Em Portugal, e como já verificamos, não existe nenhum parque temático de carácter exclusivamente histórico excetuando o Centro de interpretação da batalha de Aljubarrota. Podemos ainda encontrar um conjunto de parques temáticos que estão organizados à volta de uma outra temática que nada têm a ver com a Época Medieval. Podemos então referir que estes parques se assumem como concorrentes indiretos do Parque Medieval. Dentro deste grupo, podem destacar-se do Galaxy Park em Vila Nova da Barquinha, o Sea Life no Porto e um Parque de Diversões que está a construído no lugar da Bracalândia em Penafiel, que pela sua proximidade podem exercer, por um lado, concorrência sobre o Parque Histórico, e por outro funcionar como produtos complementares.

Com base na investigação realizada, e salvaguardando a possibilidade da existência de outros Parques Temáticos, identificamos um único Parque - "Medieval World", nos Estados Unidos da América - cuja criação e organização se baseia totalmente na temática medieval. Porém existem igualmente mais dois parques - "Terra Mítica", em Espanha e "Parc Asterix", em França - que apesar de não terem como temática central a Época Medieval, oferecem aos seus visitantes um espaço dedicado a este tema.

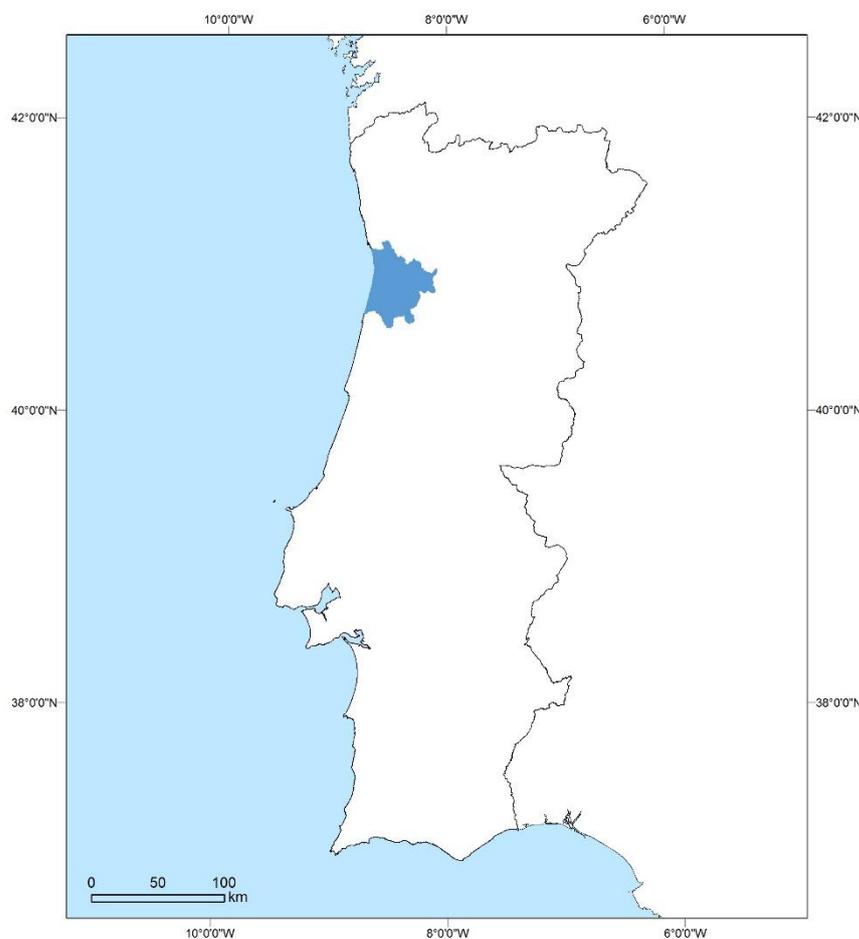
Como poderemos verificar nas páginas seguintes, e de acordo com o conjunto vastíssimo de eventos de Recriação Histórica que já se realizam quer nos

Concelhos que integram a Terra de Santa Maria e no próprio Município de Santa Maria da Feira, se poderá concretizar o Parque Temático de Santa Maria da Feira.

## CAPÍTULO 4. O CONCELHO DE SANTA MARIA DA FEIRA

O território onde se realiza o evento que serve de objeto de estudo é a "Terra de Santa Maria". Remontando a sua constituição a meados do séc. IX, no reinado de Afonso III de Leão, foi importante na reconquista cristã da Península Ibérica.

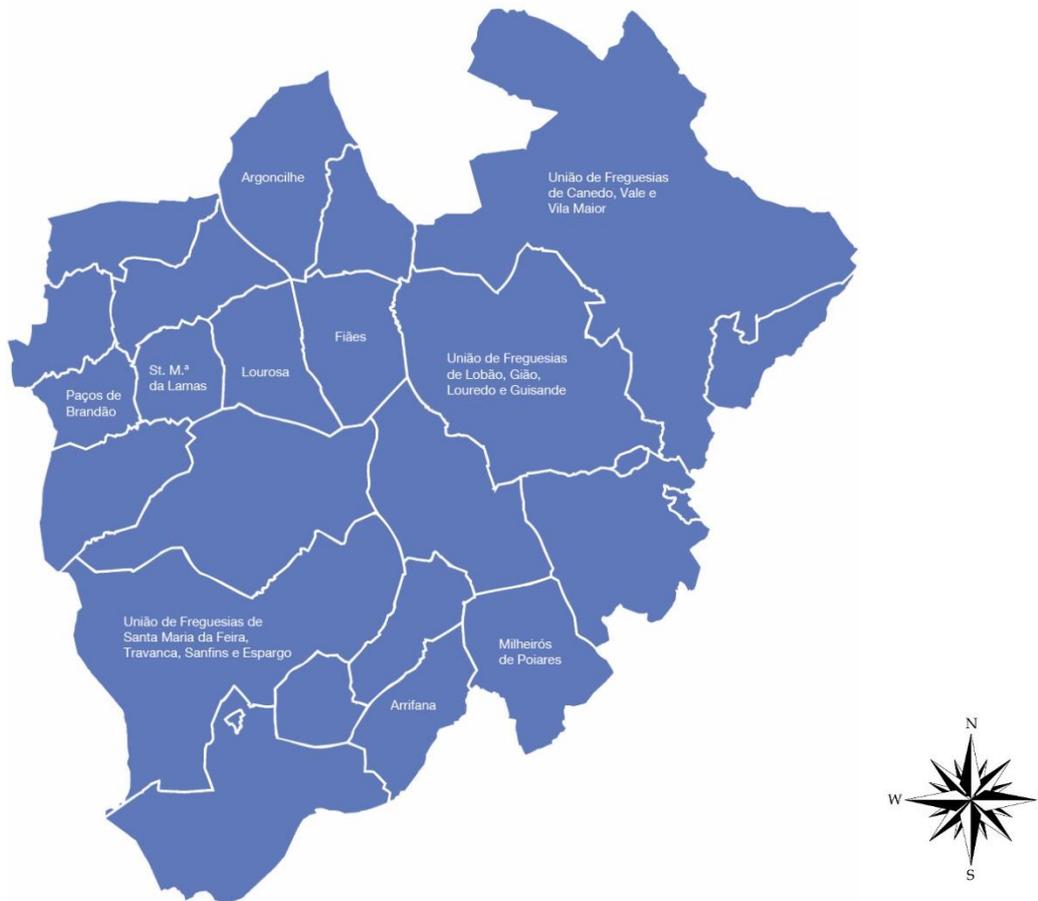
O território em análise integra, hoje, 14 municípios: os concelhos que constituem a parte sul da Área Metropolitana do Porto Arouca (em parte): Espinho, Gondomar (em parte), Oliveira de Azeméis, S. João da Madeira, Santa Maria da Feira, Vale de Cambra (em parte) e Vila Nova de Gaia); os concelhos de Albergaria-a-Velha (em parte), Estarreja, Murtosa, Ovar e Sever do Vouga (em parte), da Comunidade Intermunicipal de Aveiro; e Castelo de Paiva (em parte), da Comunidade Intermunicipal Tâmega e Sousa (Figura 48).



**Figura 48: Enquadramento da Terra de Santa Maria**  
Fonte dos dados: Elaboração de Roberto Carlos Reis

## 4.1. Território

De acordo com a Lei nº 22/2012 de 30 de maio que estabelece o regime jurídico das Autarquias Locais, o Concelho de Santa Maria da Feira é constituído por 21 freguesias, entre as quais, 5 são Uniões de Freguesia (Figura 49).



**Figura 49: Mapa do Concelho da Feira**

Fonte dos dados: SMIG - Sistema Municipal de Informação Geográfica da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Inserindo-se na região Entre Douro e Vouga, fazendo fronteira com Espinho e Vila Nova de Gaia, dois importantes concelhos da Área Metropolitana do Porto, que sendo polos com grande incidência de problemas sociais, projetam-se para as freguesias situadas a norte do concelho. Em termos populacionais, o concelho comporta atualmente uma população residente de 139 312 habitantes, dos quais 48,4% pertencem ao sexo masculino e 52% ao sexo feminino, representando uma variação de população entre 2001 e 2011 de 2,5% (Censos 2011). A faixa etária

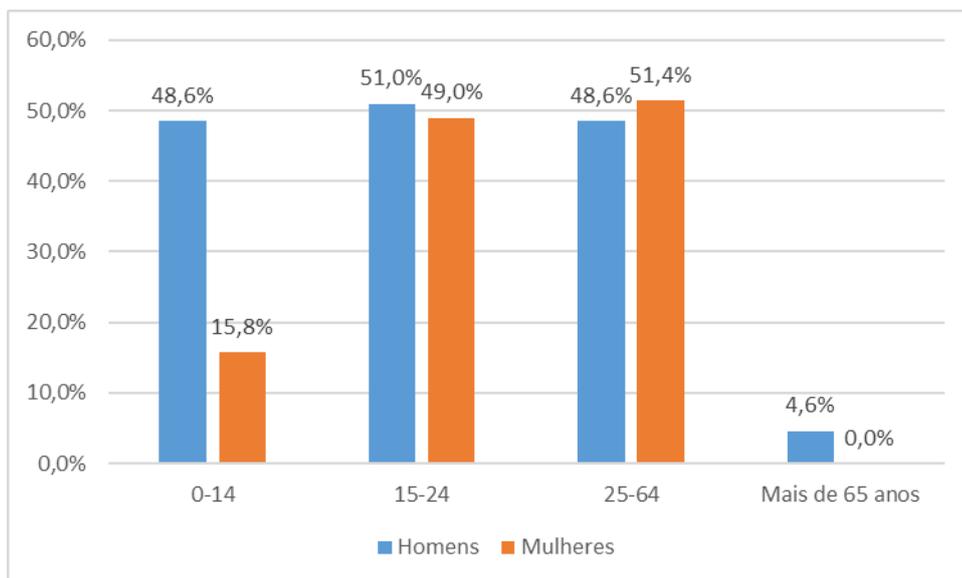
mais significativa situa-se entre os 25-64 anos, representando 54% da população total. As crianças e jovens representam respetivamente 18% e 14,4%.

Do ponto de vista demográfico, o Concelho de Santa Maria da Feira, de forma mais ou menos pronunciada, tem acompanhado as grandes tendências de crescimento ou retrocesso demográfico nacional.

A população residente no concelho de Santa Maria da Feira registou um acréscimo entre 2001 e 2011, tendo vindo a diminuir nos anos seguintes (residiam no concelho 139 312 habitantes em 2016).

Tal evolução decrescente, em paralelo ao que ocorre com a maioria dos concelhos que integram a Área Metropolitana do Porto, é justificada quer pelo Saldo Natural que tem vindo a tornar-se negativo, quer sobretudo pelo Saldo Migratório, que também tem sido negativo, o que significa que a população não tem sofrido uma renovação de gerações, ou seja, o número de nascimentos não se revela suficiente para o número de óbitos registados e tem havido saídas do Concelho sem a compensação de entradas migratórias.

Por outro lado, fruto de todas as alterações demográficas ocorridas no território nacional, e no território concelhio, constatamos igualmente que, em 15 anos, o número de idosos residentes aumentou 6,1%, sendo que o índice de envelhecimento mais do que duplicou (60,1% em 2001 e 129,0% em 2016). Ou seja, no nosso Concelho tem-se verificado, ao longo dos anos, a tendência para a inversão da pirâmide etária, em resultado da diminuição contínua do número de crianças (0-14 anos), de jovens (15-24 anos) e da população ativa (25-64 anos) e do aumento significativo do número de idosos (65 e mais anos), (figura 50), o que nos impõe uma série de desafios demográficos e, conseqüentemente, sociais aos quais o concelho terá que dar resposta em prol do bem-estar da sua população.



**Figura 50: Percentagem da População Residente no Concelho 139 312 pessoas, por Grupo Etário**  
 Fonte dos dados: INE – Instituto Nacional de Estatística

Analisando de forma mais pormenorizada, o território concelhio, e incidindo a nossa análise no âmbito das 16 freguesias e das 5 Uniões de Freguesias que o compõem (Tabela 33), constatamos que, no período de 10 anos (2001 – 2011)<sup>20</sup>, as freguesias que registaram um aumento mais significativo da sua população residente foram, quer do ponto de vista absoluto, quer relativo: a União das Freguesias da Feira, Travanca, Sanfins e Espargo (+ 3 960, +10,1%), São João de Ver (+ 1 763, + 20,0%) e Nogueira da Regedoura (+ 764, + 15,2%), sendo de assinalar o caso de Fornos, que tendo aumentado apenas 587 habitantes, foi, no entanto, a que registou maior crescimento relativo (20,9%). Sublinhe-se que estas freguesias estão todas geograficamente situadas no litoral do nosso território, o que acompanha a tendência nacional para a concentração da população nas áreas mais litorais, mais próximas dos centros concelhios e onde se concentram as grandes oportunidades.

Por outro lado, aquelas freguesias em que o número de residentes mais diminuiu, quer do ponto de vista absoluto, quer relativo, são as de Fiães (- 763, - 8,7%), de Romariz (- 627, - 17,2%) e de Lourosa (- 568, - 6,2%), existindo aqui um claro processo de desurbanização, ou seja, se, por um lado perdemos população nas áreas mais rurais (caso de Romariz), por outro verifica-se também uma perda

<sup>20</sup> De salientar que os dados estatísticos mais recentes existentes ao nível das freguesias reportam-se a 2011, motivo pelo qual a nossa análise toma 2011 como o último ano observado.

nos pequenos centros urbanos (caso de Fiães e Lourosa, que são duas cidades) a favor dos territórios anteriormente referidos.

De referir ainda que, as freguesias com maior índice de envelhecimento são Arrifana (136,9%), Paços de Brandão (129,8%) e São Paio de Oleiros (120,1%).

**Tabela 33: População Residente por Freguesias / União de Freguesias e Grupo Etário**

Freguesias / União de Freguesias	0 -14 anos	15 – 24 anos	25 – 64 anos	65 e mais ano
Argoncilhe	1 295	984	4 783	1 358
Arrifana	934	655	3 689	1 273
Escapães	451	385	1 958	515
Fiães	1 146	929	4 569	1 347
Fornos	599	334	2 017	447
Lourosa	1 235	1 027	5 012	1 362
Milheirós de Poiares	597	483	2 177	534
Mozelos	1 208	795	4 266	873
Nogueira da Regedoura	988	649	3 384	769
Paços de Brandão	678	510	2 807	872
Rio Meão	764	544	2 893	730
Romariz	456	405	1 650	512
Sanguedo	654	470	1 976	500
Santa Maria de Lamas	702	618	2 971	782
São João de Ver	1 864	1 120	6 362	1 233
São Paio de Oleiros	566	469	2 357	677
União das Freguesias de Caldas de S. Jorge e Pigeiros	564	494	2 194	645
União das Freguesias de Canedo, Vale e Vila Maior	1 647	1 106	5 386	1 319
União das Freguesias de Lobão, Gião, Louredo e Guisande	1 703	1 185	5 579	1 393
União das Freguesias de Santa Maria da Feira, Travanca, Sanfins e Es	3 004	2 097	10 738	2 355
União das Freguesias de S. Miguel de Souto e Mosteirô	987	777	3 843	1 127
Total	22 042	16 036	80 611	20 623

Fonte dos dados INE – Instituto Nacional de Estatística.2018

Ao analisarmos demograficamente o Concelho de Santa Maria da Feira é igualmente importante abordarmos o fenómeno das migrações, na medida em que este provoca também oscilações na população residente, e que paulatinamente se integram no evento Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, quer na qualidade de residentes, de visitantes e de participantes.

Santa Maria da Feira, é uma cidade intercultural cuja presença de cidadãos estrangeiros portadores de Autorização de Residente aumentou significativamente, em 2017. A maior comunidade estrangeira de Santa Maria da Feira e de acordo com os mesmos dados é a do Brasil, (319, 104 homens e 215 mulheres, seguindo-se a Ucrânia (217, 108 homens e 109 mulheres). A Venezuela ocupa o 3.º lugar (99, 34 homens e 65 mulheres), não sendo alheia a atual situação política daquele país, bem, como a tradição de emigração santamariana, ultrapassando a China. (SEF).

Outros indicadores desta multiculturalidade são os atendimentos efetuados no Centro Local de Apoio à Integração de Migrantes (CLAIM), no Gabinete de Apoio às Comunidades Emigrantes (GACE) e a Emissão de Certificados de Residente da União Europeia.

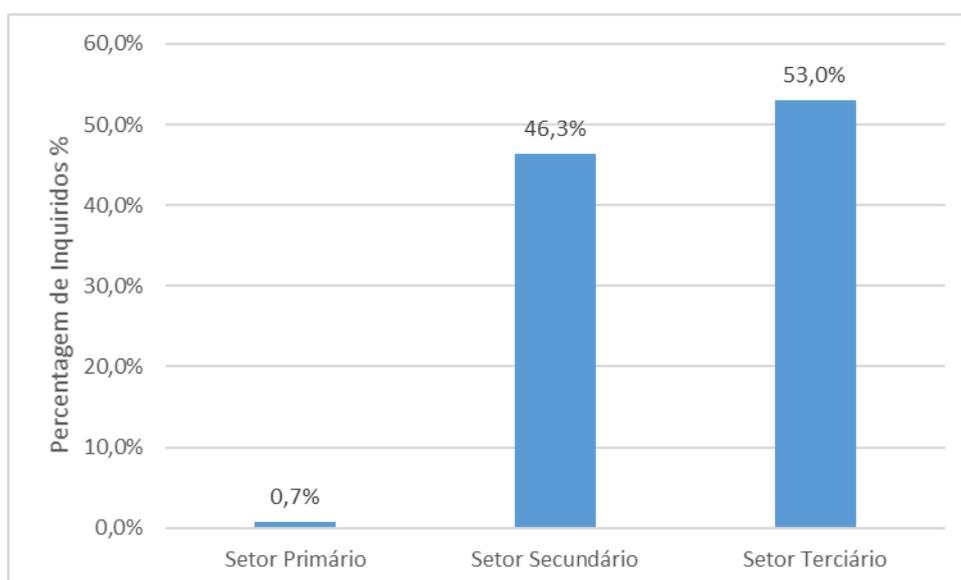
Estes elementos apontados anteriormente e apesar não se crer que tenha sido em grande número os moradores da Terra de Santa Maria que participaram na expansão quinhentista no Oriente, ou seja nos primeiros fluxos migratórios, admite-se que de todos os pontos do Reino houve naturais que, em maior ou menor número, embarcaram para o Ultramar, não podia a região da Feira deixar de fornecer esse contributo humano. O que significa que uma boa parte da alma portuguesa se espalhou pelas terras da Índia, dando a sua achega para o processo histórico da extroversão nacional. No mês de agosto de 1514, entre a "jente da ordenança" que recebeu o mantimento em Goa, contavam-se três "criados" de D. Diogo Pereiro, 3.º conde da Feira. (Nobreza de Portugal, vol. II, Lisboa, 1960), comprovando que Santa Maria da Feira e a par de Portugal tem sido desde o século XV um país de emigrantes, facto que acabou por condicionar toda a sua história.

## **4.2. Economia e Emprego**

Em termos gerais, podemos definir o mercado de trabalho pela relação complexa existente entre a procura de mão-de-obra por parte das empresas e a oferta de trabalho pelos indivíduos, sendo que, nesta relação, o Estado atua não só como regulador, mas também como agente direto no sentido em que implementa medidas para o seu normal e correto funcionamento.

Dessa forma, o mercado de trabalho e os seus recursos humanos são dois aspetos determinantes no nível de desenvolvimento e de desempenho de uma sociedade. Ao analisarmos e abordarmos a questão do emprego e do desemprego conseguimos observar a capacidade da própria economia de um determinado espaço criar emprego e da capacidade da população ativa se inserir no mercado de trabalho.

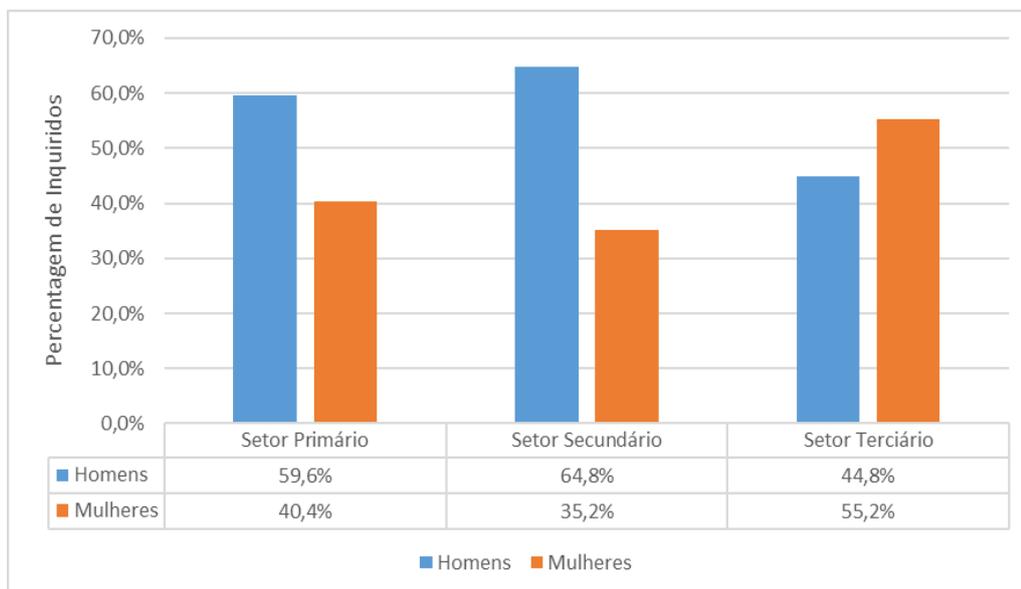
Segundo os dados dos Censos 2011, a população ativa do concelho de Santa Maria da Feira era de 70 154 indivíduos, em 2011, o que corresponde a uma taxa de atividade de 50,3%. Desse universo, 59 761 tinham emprego, dos quais n= 436 (0,7%) no setor primário, n= 27 689 (46,3%) no sector secundário e n= 31 639 (53%) no setor terciário, registando, em 10 anos, uma inversão ao nível do setor de atividade, ou seja, registou-se uma queda no setor primário e secundário e um aumento da população empregada no setor terciário (figura 51), embora, nos últimos anos, o concelho tenha vindo a apostar na dinamização de novas oportunidades de negócio, recuperando algum do seu setor secundário.



**Figura 51: População Empregado por Setor de Atividade de acordo com os censos de 2011**

Fonte dos dados: INE – Instituto Nacional de Estatística

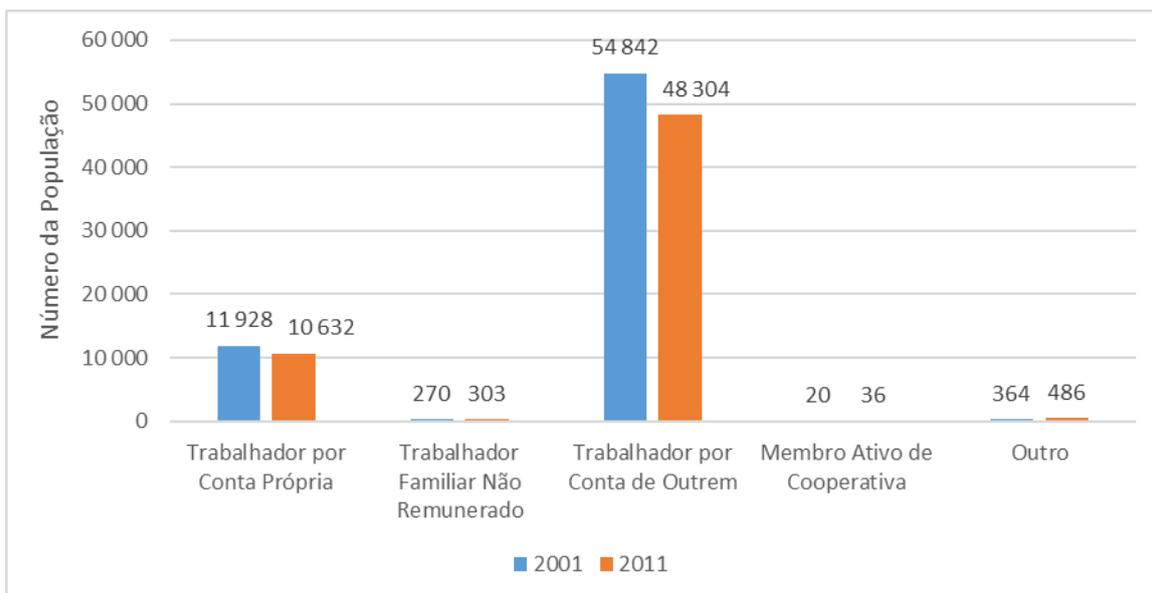
Dos inquiridos(n=436) que exerciam atividade no setor primário, 59,6 % são homens e 40,4 % são mulheres. No setor secundário (n=27689), 64,8% são homens e 35,2% são mulheres. O Setor Terciário é o que mais pessoas emprega (31636), 44,8 % é homem e 55,2 % é mulher.



**Figura 52: População Empregada por Setor de Atividade e Género de acordo com os censos de 2011**  
 Fonte dos dados: INE – Instituto Nacional de Estatística

Observando a figura 53 e a tabela 34, verificámos que a população empregada é, maioritariamente, constituída por trabalhadores por conta de outrem (48 304), em regime de trabalho completo (31 308 em 2013) e com contrato de trabalho sem termo (25 455 em 2013), indicadores que são inerentes à segurança do trabalhador relativamente ao seu posto de trabalho, no que diz respeito à garantia de princípios e direitos no mercado de trabalho. Note-se, no entanto, que o número e a percentagem de trabalhadores com contrato com termo aumentaram sempre nos anos considerados (de 17,3%, em 2011, para 21,2%, em 2013), o que significa que tem aumentado a precaridade das condições de trabalho.

Acompanhando a tendência nacional, o Concelho tem registado, a partir de 2012, melhorias ao nível do emprego, reduzindo, após um período de grave crise económica e financeira, o número de trabalhadores a tempo parcial e aumentando os trabalhadores a tempo completo.



**Figura 53: População Empregada por Situação na Profissão**

Fonte dos dados: INE – Instituto Nacional de Estatística

**Tabela 34: População Empregada segundo o Tipo de Contrato e o Regime de Duração**

População Empregada	Tipo de Contrato			Regime de Duração		
	Total	Contrato com termo	Contrato sem termo	Não Enquadrável	Tempo Completo	Tempo Parcial
<b>2011</b>	34 524	5 933	28 591	320	33 739	1 105
<b>2012</b>	31 916	6 185	25 731	151	30 871	1 196
<b>2013</b>	32 357	6 902	25 455	137	31 308	1 186

Fonte dos dados: INE – Instituto Nacional de Estatística

Um outro aspeto importante quando abordámos a questão da economia e do emprego diz respeito à formação e capacitação dos próprios recursos humanos, na medida em que estas se refletem no nível e na qualidade das suas competências, sendo ferramentas de valorização pessoal e um fator de competitividade do mercado.

Não dispondo de dados sobre a formação e a qualificação profissional dos trabalhadores, verifica-se, contudo, uma tendência decrescente no número de trabalhadores por conta de outrem com níveis de escolaridade mais baixos (inferior ao 1º ciclo, 1º ciclo e 2º ciclo) e um aumento do número de trabalhadores com níveis mais elevados de escolaridade (3º ciclo, secundário e superior) possuindo 54,5% trabalhadores por conta de outrem, em 2013, pelo menos o 3º ciclo de escolaridade.

Um outro aspeto que reflete igualmente a tendência de melhoria do próprio mercado de trabalho prende-se com o aumento dos valores relativos à remuneração base média mensal, que corresponde ao valor que é pago pelo serviço prestado no desempenho de uma qualquer atividade profissional, tendo consequências ao nível das condições de vida do trabalhador e da coesão social.

Muito por força dos aumentos do designado salário mínimo garantido, acertados em concertação social, de acordo com os dados do INE, em 2013, a remuneração base média mensal dos trabalhadores do concelho de Santa Maria da Feira era de 812,10€, mais 3,60€ do que em 2011, constatando-se, portanto, uma ligeira melhoria do nível salarial médio.

No entanto, aqui existe ainda um longo caminho a percorrer no sentido de se garantir uma igualdade de género, ou seja, apesar dos aumentos referidos, a remuneração base média mensal das mulheres continua a ser inferior à dos homens, já que, em 2013, as mulheres auferiam, em média, 716,30€ e os homens 882,40€ (Fonte: INE).

Um outro desafio e preocupação que se colocam ainda ao Concelho de Santa Maria da Feira prende-se com a questão do desemprego, em particular do desemprego de longa duração e desemprego jovem. De acordo com os dados oficiais do IEFP, a situação do desemprego tem vindo a melhorar nitidamente. Tendo como referência o mês de fevereiro, podemos referir que, em 6 anos, o Concelho de Santa Maria da Feira reduziu em 7,1% a sua taxa de desemprego, passando de 14,5% em fevereiro de 2013 para 13,7% em fevereiro de 2014, 11,6% em fevereiro de 2015, 10,6% em fevereiro de 2016, 8,8% em fevereiro de 2017 e 7,4% em fevereiro de 2018, correspondendo, segundo os dados mais recentes, a 5 221 indivíduos. (Fonte: Estatísticas IEFP).

Não obstante todos os esforços realizados no sentido de diminuir progressivamente o número de desempregados, importa, neste momento, concertar estratégias para reduzir o número de desempregados de longa duração (inscritos há um ano ou mais nos centros de emprego), que, em fevereiro de 2018, representavam 50,6% da população desempregada inscrita no IEFP (2 639 indivíduos) e os desempregados com idade até aos 34 anos, que representavam 27,1% da população desempregada (1 416 indivíduos) (Fonte: Estatísticas IEFP).

Por outro lado, em 2011, segundo os dados do Recenseamento, existiam 9 657 jovens “inativos” (dos 15 aos 24 anos), dos quais 8 937 eram estudantes, o que significa que existiam 720 jovens que não estavam nem a trabalhar nem a estudar, podendo ser tomado como uma estimativa aproximada de jovens “NEET (Jovens que não estão nem a trabalhar, nem a estudar ou a frequentar qualquer tipo de formação)”.

#### **4.2.1 População Sénior, em particular seniores em situação de fragilidade social**

O envelhecimento da população é um dos principais fenómenos demográficos e sociais da sociedade portuguesa, constituindo-se como um dos problemas cruciais do século XXI. Fruto das alterações demográficas e do aumento da esperança média de vida registámos um aumento significativo da proporção de pessoas idosas na população total, impondo novos e diversos desafios aos indivíduos e à sociedade.

Neste contexto de fortes alterações demográficas, o concelho de Santa Maria da Feira não se revela ser uma exceção, ou seja, acompanha a tendência nacional de decréscimo da população jovem e aumento da sua população idosa.

De acordo com os dados mais recentes disponíveis na base de dados DO Instituto Nacional de Estatística, em 15 anos, a proporção da população idosa residente aumentou 6,1%, passando de 11,1% em 2001 para 17,2% em 2016, sendo este envelhecimento da população um fenómeno feminizado (56,91% das pessoas idosas são mulheres).

Constatamos igualmente que, em 15 anos, o número de idosos residentes aumentou 6,1% (em 2016, 23 990 residentes no Concelho tinham 65 ou mais anos),

sendo que o índice de envelhecimento mais do que duplicou (60,1% em 2001 e 129,0% em 2016).

Esta tendência crescente dos indicadores relativos à problemática do envelhecimento reflete-se ainda quando analisámos o índice de dependência, que aumentou, em igual período temporal, 9,2%, passando de 15,8% em 2001 para 25,0% em 2016, e o índice de longevidade, que nos indica que, além do aumento do número de idosos, registamos também um aumento do número de idosos com idade mais avançada, ou seja, em 2016, 44,6% dos idosos tinham 75 ou mais anos, enquanto em 2001 essa percentagem situava-se nos 38,0%.

Em termos do território concelhio, de acordo com os dados dos Censos de 2011, a freguesia de Arrifana é aquela que regista uma maior percentagem de população idosa em relação ao total da sua população (19,4%), logo seguida das freguesias de Paços de Brandão (17,9%), Romariz (16,9%) e Fiães (16,9%), o que vem contrariar a ideia prevalecente no senso comum de que as populações mais envelhecidas se localizam nas freguesias mais do interior e menos desenvolvidas.

Uma outra preocupação inerente a este progressivo envelhecimento da população concelhia prende-se com o crescente isolamento social desta população, na medida em que, segundo os dados dos Censos de 2011, 15,3% dos idosos do Concelho vivem sozinhos (3 132), sendo que destes 54,3% (1 702) têm 75 ou mais anos.

Mais recentemente, e de acordo com o levantamento do número de idosos que vivem sozinhos e sem retaguarda familiar, realizado pela Guarda Nacional Republicana, em 2015, existiam no Concelho de Santa Maria da Feira 193 idosos nesta situação, sendo de destacar que 71,5% destes têm uma idade igual ou superior a 75 anos. Este número, contudo, não é comprável com o dos Censos, na medida em que o critério é mais restritivo, ou seja, não é apenas o de viver sozinho, mas também o de não ter acompanhamento e retaguarda familiar.

De acordo ainda com os dados disponibilizados pelo Gabinete de Planeamento e Estratégia do Instituto de Segurança Social, em janeiro de 2018, existia um total de 1 961 residentes no nosso Concelho beneficiários do Complemento Solidário para Idosos e, em dezembro de 2017, 691 pensionistas ativos no regime de Pensão Social de Invalidez (552) e de Velhice (139).

Importa ainda referir que o envelhecimento da população, fruto da existência de uma vida mais longa, não é sinónimo de aumento do tempo vivido com saúde e qualidade e, por isso, procura-se dinamizar o conceito de envelhecimento ativo, sendo este um processo contínuo que visa a integração progressiva dos idosos na sociedade e uma expectativa de vida saudável com autonomia, independência e com qualidade de vida.

Considerando o envelhecimento ativo um processo contínuo, com consequências em diversas áreas, a Organização Mundial de Saúde desenvolveu o projeto global Cidades Amigas das Pessoas Idosas, visando levar as cidades a tornarem-se mais amigas dos idosos de modo a beneficiarem do potencial que elas representam para a comunidade.

Refletindo o compromisso em responder às necessidades de envelhecimento da população, avaliar e monitorizar a convivialidade com a geração mais velha e trabalhar em colaboração com estas, o Município submeteu em 2017 candidatura à Organização Mundial de Saúde para integrar a Rede Global das Cidades Amigas das Pessoas Idosas, tendo aderido formalmente em 8 de março de 2017 e integrando, desde essa data, uma plataforma global para partilha de informações, aprendizagem mútua e apoio.

Nesse sentido, importa desenvolver estratégias junto da população sénior, tendo em vista o seu envolvimento nos eventos de Santa Maria da Feira, e no caso particular da Viagem Medieval, por exemplo desde 2012 que existe um grupo de Grupo de Dança Medieval, que integra 32 elementos de diferentes freguesias do concelho e arredores, dos 10 aos 80 anos, que em conjunto com o grupo de bailarinos MD5, atuam durante os 12 dias da viagem. Este encontro entre os dois grupos surge da experiência dos anos anteriores, e abraça o conceito de estaleiro criativo com os participantes em busca da total permeabilidade com o público e o território em que se inscreve bem como o carácter intergeracional que a Viagem Medieval permite.



**Figura 54: Seniores e Jovens que integram o Festim da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

### **4.3. Síntese Histórica do Concelho de Santa Maria da Feira**

Depois da anterior caracterização do Concelho, apresentamos uma síntese histórica do território, uma vez que o estudo de caso, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria teve a sua génese dentro do castelo da Feira em 1996, inserido num espaço geográfico delimitado pelos Rios Douro e Vouga, tendo a leste a serra de Paiva, Arouca, Cambra e Sever do Vouga e a Oeste, o Oceano Atlântico, que originou ao desenvolvimento de um espaço económico muito importante vivendo numa grande complementaridade de subsistência: As serranias davam-lhe a caça, a pastorícia e a abundância de madeira. Os rios que a atravessavam e a extensa orla marítima, asseguravam-lhe a pesca. Nas planícies que se estendiam de leste para o mar era o cultivo de cereais e do vinho. Uma prospera zona de extração de sal, em Cabanões, garantia este elemento indispensável à conservação dos alimentos. A par disto, uma notável rede viária assegurava um comércio intenso num local de passagem obrigatória entre Coimbra e o Porto.



**Figura 55: Castelo de Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Gabinete de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Junto ao Castelo a realização de grandes feiras comerciais acabaram por dar o nome à povoação: Feira (já em 1117); um espaço militar muito forte apoiado numa organização militar permanente para defesa contra as incursões árabes e um espaço cultural servido por dezenas de cenóbios e pelos grandes mosteiros de Grijó e de Pedroso. Estes institutos religiosos davam, àquelas gentes, para além de um esquema de valores cristãos, a possibilidade de funcionarem como centros administrativos para a redação de documentos. Tudo isto, acabou por gerar um clima de "autossuficiência de vida" e "uma identidade peculiar", de que algumas linhas mestras perduram até aos nossos dias.

E foi, exatamente, esta pujança económica, esta força militar organizada e esta "identidade cultural" de independência, que acabaram por desempenhar um papel decisivo na formação e consolidação da nacionalidade portuguesa com o levantamento coletivo que teve o seu epílogo na batalha de S. Mamede, em 1128. Como refere o Prof. José Mattoso, " A Terra de Santa Maria pode ser considerada como uma região, que, no caso de ter estabelecido uma ligação preferencial a Coimbra, deveria, teoricamente, ter inviabilizado a construção de um novo Reino. Em vez disso, associando-se a Portucale e garantindo o seu prolongamento em direção à mesma cidade de Coimbra, acabou por constituir o elo de ligação com ela (Mattoso, Krus e Andrade, 1989).

A criação da Terra de Santa Maria em torno do castelo ou civitas do mesmo nome deveu-se provavelmente ao rei Alonso III de Leão (866- 910), constituindo-se num polo de atração para todo o território entre o Douro, o Vouga e as faldas das montanhas que o delimitam a leste, até ao extremo da zona a que Orlando Ribeiro chama a «das montanhas do Douro e do Vouga» (Portugal, o Mediterrâneo e o Atlântico, 4ª. ed., Lisboa, Sá da Costa, 1986, pp. 147-148 e mapa de p. 189). Embora, esta terra seja formada por três áreas, que segundo a divisão do mesmo Autor, pertencem a regiões naturais» distintas, o enquadramento a que nos referimos dá-lhe uma certa unidade. Com efeito, para o eminente geógrafo, a área montanhosa constituída pelas elevações do Montemuro, Freita e Arada pertence já à «unidade de paisagem» das «Montanhas do Norte da Beira e do Douro» (que incluem também a Serra do Caramulo); a faixa central entre o Douro e o Vouga, incluindo a margem sul deste rio, forma outra «unidade de paisagem» a que ele chama «Terras de média altitude da Beira Litoral»; e a área em torno da ria de Aveiro, desde Espinho até quase ao Cabo Mondego, uma terceira «unidade de paisagem», que é a «Beira Litoral».

A Terra de Santa Maria forma, portanto, um território em declive para o mar, constituído fundamentalmente pela segunda das áreas\_mencionadas. A Terra de Santa Maria de facto situa-se exatamente a meio entre as duas regiões costeiras da grande divisão geográfica do “Norte Atlântico”, uma das três em que se divide o conjunto do País (“Norte Atlântico”, “Sul Mediterrânico”, que começa no vale do Mondego, e “Norte Transmontano”, para o interior).

Neste contexto não poderemos deixar de ignorar as afinidades humanas que historicamente se verificaram entre os atuais concelhos de Vila Nova de Gaia, Espinho, Ovar, Santa Maria da Feira, S. João da Madeira, Castelo de Paiva, Arouca, Oliveira de Azeméis, Murtosa, Estarreja, Vale de Cambra, Albergaria-a-Velha e Sever do Vouga (e ainda uma pequena faixa do concelho de Gondomar, situado na margem sul do rio Douro). Alguns deles têm a maior parte do seu território fora da área da antiga civitas de Santa Maria, como acontece com Arouca, Gondomar.

Mas o seu conjunto pode considerar-se a expressão moderna da Terra de Santa Maria na sua expressão mais antiga. A sua soma representa, afinal, aproximadamente, a área em que dominava a civitas de Santa Maria criada pelo rei

Afonso III de Leão e Astúrias no século IX, e que deve ter perdurado até meados do século XI (Mattoso,1993).

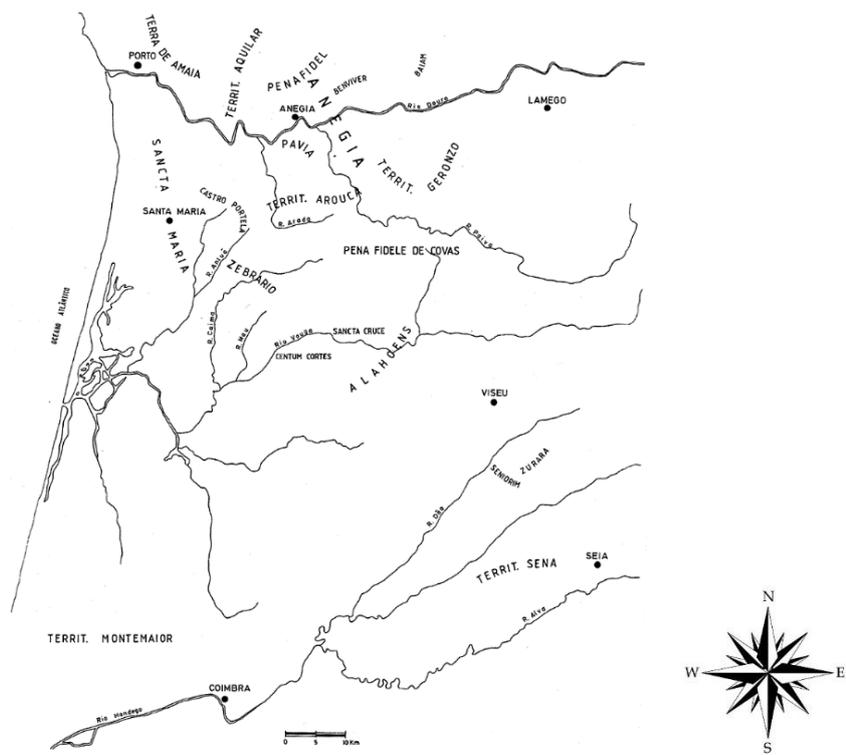
A Terra da Feira tem longas raízes no tempo, e foi, sobretudo com o processo da Reconquista Cristã, que as "antiguidades" da Feira, já então conhecida por Terra de Santa Maria, ganham maior amplitude. A documentação revelada nos últimos anos comprova o papel dessa região na consolidação do Condado Portucalense e nas origens do Estado português (Costa e Azevedo, 1980).

### **No tempo do Condado Portucalense**

Tornava-se evidente que a orientação geopolítica da Terra de Santa Maria alinhava com a vertente norte do Condado Portucalense. Pela proximidade geográfica e o intercâmbio económico, a região mantinha laços estreitos com a cidade do Porto e, de forma mais ampla, com a província de Entre Douro e Minho (Figura 56). Nos anos de 1120 reforçou-se assim o vínculo da Terra de Santa Maria com a cidade do Porto, incluindo com a diocese que detinha sobre muitas povoações o governo espiritual. Dois textos comprovam a realização de atos régios sem qualquer intervenção da Sé de Coimbra. A rainha D. Teresa alojou-se, no início de 1122, no Castelo da Feira, onde assinou vários diplomas de teor régio e particular. Em recompensa dos bons serviços de Diogo Anes, transferiu para este a posse de terras em Cardielos e Covelos, situadas na mesma região. Quanto à localização, refere o documento: "subtus monte castro Sancta Maria discurrente rivullo Villella, território Portugalensi propre civitatis Sancte Marie"<sup>21</sup>. Mais uma vez se prova que o território ao sul do Douro, não apenas se integrava no Condado Portucalense, como tinha uma ligação íntima, através do burgo do Porto, com a província de Entre Douro e Minho.

---

<sup>21</sup> Documento de 18 de março de 1222. Ibidem, Documentos Régios, volume I (A.D. 1085-1185), tomo I, p. 76, doc. 61.



**Figura 56: Limite da Terra de Santa Maria nos séculos X e XI**  
 Fonte dos dados: Comissão de Vigilância do Castelo de Santa Maria da Feira

A circunstância de a Terra de Santa Maria representar um corredor entre os rios Douro e Mondego ajuda a entender o papel que a nobreza da Feira desempenhou nos sucessos que levaram, no ano de 1128, a recontra de São Mamede.

**O Castelo da Feira e a Independência de Portugal**

No início do século XI, já o castelo se erguia sobre a povoação da Feira como atalaia vigilante contra quaisquer incursões dos mouros. Não parece de aceitar a sua construção na época sarracena, quando a defesa do Islão acompanhava o curso meridional do Mondego. Torna-se mais crível que o castelo tivesse surgido após o ano de 1015, quando da invasão do litoral entre Portucale e a foz do Ave pelos normandos (Serrão, 1979).

A Chronica Gothorum regista a existência do "território castellis S. Marie" durante a realeza de Bermudo III, o que supõe a melhor defesa da região para acompanhar a ofensiva que levou o rei Fernando o Magno à conquista de Coimbra (Cintra, 1961). Assim se justificaria a preocupação do monarca de Leão em dotar a

Terra de Santa Maria de eficazes meios de guerra para deter qualquer ofensiva árabe contra a foz do Douro.

Aquando da formação do Condado Portucalense mantinha-se na Feira esse dispositivo militar, graças ao papel de várias famílias em contacto direto com a nobreza de Entre Douro e Minho. O cronista António Brandão refere que a Terra de Santa Maria pelos anos de 900 até 1000, "foi habitada de gente ilustríssima, quais foram o duque ou capitão Mem Guterres e o conde Mem Lucídio, e os senhores de Marnel, mui chegados todos em parentesco aos reis de Leão"(Cintra, 1961). Duas famílias usufruíam de poderio senhorial e militar na região da Feira, sendo a primeira os Marnel, cujos membros exerceram a alcaidaria do castelo e obtiveram o patronato do couto do mosteiro de Pedroso. A outra família era a dos senhores de Grijó, com ligações à nobreza da Maia e de Guimarães e um papel militar ativo na política do Condado (Mattoso, Krus e Andrade, 1989). No ano de 1093 era alcaide do castelo um capitão de nome Flacêncio, enquanto o senhorio da Feira estava nas mãos de Soeiro Fromarigues, ligado por família aos Marnel. Os filhos de Fromarigues tinham adquirido na região um grande número de propriedades, o que aumentou a sua importância senhorial. Flacêncio viu-se depois substituído na alcaidaria por Ermígio Monis, companheiro de armas do conde D. Henrique, e que Alexandre Herculano considerou "o personagem talvez, mas influente [1127] da revolução do ano seguinte" (Herculano,1846). Aliado da rainha D. Teresa nos anos de 1122-1123, dela se afastou por causa da nefasta influência sobre ela exercida pelo conde de Trava. Assim se compreende que, pouco antes da batalha de São Mamede, o príncipe D. Afonso Henriques alcançasse o apoio militar, não apenas do castelo de Neiva, como "do castelo da Feira que he terra de Santa Maria, & com estes dous castellos guerreava elle miude rijo seu padraço"(Basto, 1845).

Tem-se assim como certo que o príncipe alcançou a vitória de São Mamede, com o apoio militar dos barões de Entre Douro e Minho e da nobreza da Feira, dos quais se destacariam os infanções da Terra de Santa Maria. Tal significa que a oposição ao poderio galego veio das grandes famílias ao norte e ao sul do Douro, desde o castelo de Lanhoso à Terra de Santa Maria. A reação contra a política de D. Teresa deve ter coberto a principal nobreza do Condado Portucalense, não se resumindo a um simples prélio familiar nas cercanias do castelo de Guimarães, como durante séculos se admitiu (Pina, 1979). Assim, a circunstância de a nobreza

da Terra de Santa Maria haver também participado na batalha de São Mamede, levou vários estudiosos, há quase oitenta anos a situarem no castelo da Feira o papel decisivo da independência de Portugal. Entre todos merece uma referência especial Dr. Henrique Vaz Ferreira (1868-1961), advogado e escritor, com os estudos Castelo da Feira, onde nasceu Portugal (1939) e, no ano seguinte Onde nasceu Portugal foi no castelo da Feira<sup>22</sup>.

Conhecem-se dois textos que comprovam o interesse dispensado pelo jovem conde à terra da Feira. Após a batalha de Ourique com o valimento que obteve junto dos seus cavaleiros e homens de armas, começou D. Afonso Henriques a intitular-se "rei dos Portugueses" (Erdmann, 1941). No dia 10 de outubro de 1141, o príncipe faz doação à Sé portuense do couto do mosteiro de S. João-de-Ver, em Terra de Santa Maria da Feira, com todos os seus passais, foros e rendas<sup>23</sup>. No início de 1142, intitulando-se "rei Afonso, neto do rei Afonso", cedeu ao mosteiro de Grijó uma propriedade em Dentazes, em troca de outra que possuía em Milheiros, no concelho da Feira: "vestram hereditatem qui est in villa Milleros iuxta civitatem Sante Marie"<sup>24</sup>. Menos de dois anos decorridos, D. Afonso Henriques obtinha em Zamora a independência do Estado, o que fora possível alcançar com o apoio recebido do castelo e dos nobres da Feira.

Daqui haver o cuidado de durante várias edições serem recriados na Viagem Medieval, as Justas e os Torneios que serviam de preparação para as grandes batalhas, embora não tenhamos conhecimento da realização dos mesmos no castelo da Feira, no entanto em matéria de jogos físicos, a imaginação popular da idade Média, não reteve senão a exuberância dos torneios e justas, ou a destreza e domínio corporal de jograis, exibindo-se em deslocações de castelo para castelo (Figura 57).

---

<sup>22</sup> O segundo estudo foi também publicado no Arquivo do Distrito de Aveiro, vol. VI, Aveiro, 1940, pp. 105-134

<sup>23</sup> Documentos Medievais Portugueses, Documentos Régios, tomo II, p.

<sup>24</sup> Ibidem, ibidem, tomo II, pp. 236-237, doc. 191.



**Figura 57: Torneio Medieval**

Fonte dos dados: Gabinete de Imprensa da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

O evento "Viagem Medieval" contempla normalmente, a recriação de um Torneio Medieval, por constituir um dos elementos característicos da vivência da época. Na tribuna, o rei e a rainha, assim como a restante corte, assistem atentamente ao torneio. Todo o esforço é recompensado no final, com o vencedor conquistando o coração da sua donzela. Até ao início do século XIV os torneios eram um simulacro de guerra, opondo dois grupos de combatentes que, além de cavalaria, incluía também forças apeedas, tornando-se quase impossível discernir, em alguns registos iconográficos, um torneio, de uma verdadeira batalha (Reis, Dias, 2002).

Hoje em dia as recriações dos grandes torneios foram substituídas pelos chamados espetáculos de grande formato, que a partir de um determinado episódio da história é criada uma performance que envolve a música, o combate a pé, a cavalo, o teatro e sobretudo a utilização de elementos cénicos, assemelhando-se às produções hollywoodescas.

Esta opção no nosso entender é errada, porque induz claramente em erro o visitante de que estariam a assistir a um grande torneio medieval, porém sabe-se,

hoje em dia, através da iconografia da época, como tudo se passava no século XV e qual a verdadeira dimensão desses torneios.

Outros divertimentos aristocratizados eram, por um lado, exclusivamente um exercício guerreiro e, por outro, tinham um sentido puramente espetacular.

Contudo, povo e nobres, podiam entregar-se, reunidos ou separados, a numerosos divertimentos físicos que, muitos deles, até ao século XIX, gozavam do favor de um certo público. Os jogos mais populares eram os de tiro ao arco, ou à besta, esta última, uma arma de caçadores furtivos e por isso, não cavalheiresca por excelência. Quanto ao arco, revelava a sua temível eficácia, nos campos de batalha a partir dos finais do século XIII. Longe de ter fácil manejo, o arco requeria uma longa aprendizagem, na qual a concentração, a postura correta e o autodomínio, suplantavam a força física. A Viagem Medieval procura recriar estes divertimentos em alguns dos espaços temáticos, como a luta dos pequenos guerreiros.



**Figura 58: Torneio Medieval**

Fonte dos dados: Gabinete de Imprensa da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

### **A Terra da Feira nos Séculos XII a XIV**

A primeira notícia que se conhece após a criação do Estado português, com interesse para a história da Feira, é o relato da 2.<sup>a</sup> Cruzada que, no ano de 1147,



A terra da Feira sofreu, nos fins do século XII, os efeitos de uma terrível "pestilença" que causou grande mortandade. O cronista António Brandão refere que "na terra de Santa Maria, do bispado do Porto, em cada h lugar muito por grã ventura dos hom~es ficavão três", podendo estar aqui a origem da Festa das Fogaceiras, (Basto, 1945).

A antiga Vila da Feira é um caso toponímico notável, na medida em que ali se documentará uma das mais importantes raízes do próprio burgo - a realização de uma antiquíssima feira. Esta documentar-se-á, assim como o topónimo, ainda antes da própria nacionalidade, pois já se lê, em um diploma de 1117: "in terra Sancta Marie ubi vocant Feira". O outro facto notável na origem desta povoação e a existência do próprio castelo, também ele já documentado desde muito cedo (D. Sancho I indica-o, no seu testamento de 1188, para eventual primeiro refúgio da rainha, quando viúva, e das infantas).

Nas Inquirições ordenadas por D. Afonso II, no ano 1220, aparecem vários julgados na Terra de Santa Maria, o mesmo sucedendo em 1251, com as Inquirições a que D. Afonso III mandou proceder (Oliveira, 1964-1966).

Quanto à freguesia, dita já "Vila de Feira", a sua existência será anterior a 1220, data em que aparece arrolada nas "Inquirições" de D. Afonso II, voltando a aludir-lhe as de D. Afonso III, em 1251 (aí como "perrochia de Ecclesia de Feira"). Quanto ao orago respetivo - S. Nicolau - também a documentação da mesma altura se lhe refere já, citando-se "sancti Nicholay de Feira" em 1257 (Domingos Moreira). A veneração feirense por aquele Santo, não especialmente divulgada em Portugal, entendeu Arlindo de Sousa ficar a dever-se, em boa parte, ao milagre que lhe seria atribuído, de ressuscitar três crianças barbaramente assassinadas por um estalajadeiro. Esta ação inserir-se-ia assim num possível âmbito de "devoção viária" local, já que as estalagens se relacionam geralmente com a existência de caminhos bastante trilhados.

Sendo embora uma urbe de origem medieval, Santa Maria da Feira não guarda a exceção do castelo, quaisquer importantes estruturas arquitetónicas desse período.

Sabe-se também que o juiz da Feira ordenou uma larga inquirição na terra de Cabanões, em outubro de 1260 (Rau, 1984). Seis anos depois, o mesmo Rei mandou proceder a novo registo de propriedades nos lugares dependentes do

castelo da Feira<sup>27</sup>. E este seria um dos 12 castelos que D. Dinis concedeu, por aras de casamento, a sua esposa a Rainha Santa Isabel, filha do rei de Aragão, D. Isabel, numa época em que o casamento do rei era sobretudo um negócio de Estado e a forma de consolidar uma aliança com outro país (Lopes, 1997).

Esta figura também está presente na história da Terra de Santa Maria, uma vez que existem referências, lendárias ou não, à passagem da Rainha Santa Isabel por Arrifana (Valente, 1935)

Dom Dinis, e sua mulher deram particular atenção a Santa Maria da Feira, como comprovam vários documentos, relacionados particularmente com a Capela de Nossa Senhora de Campos (Figura 60).

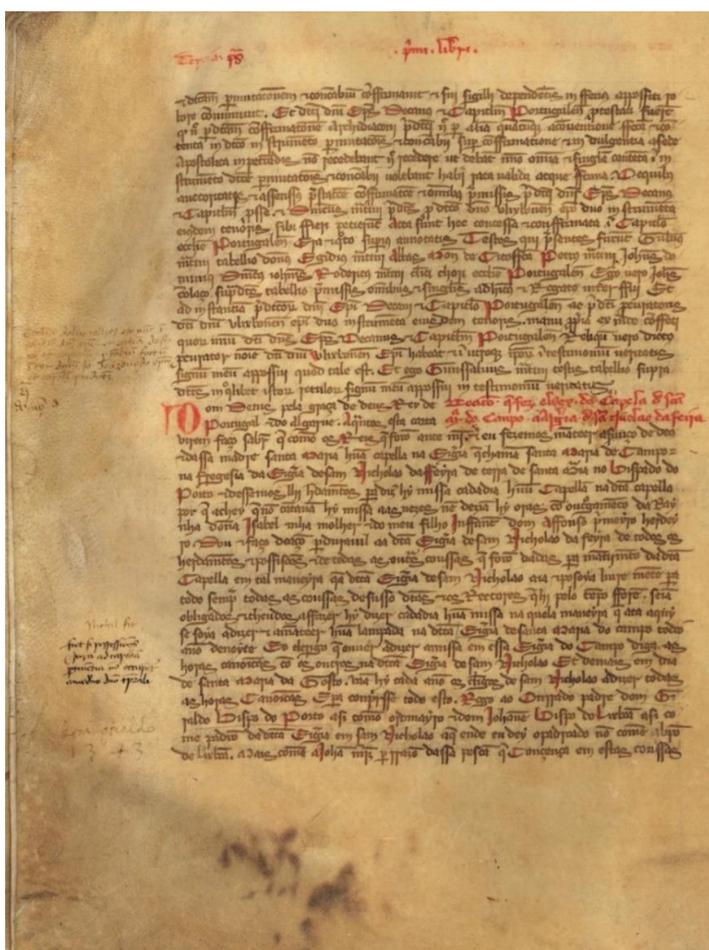


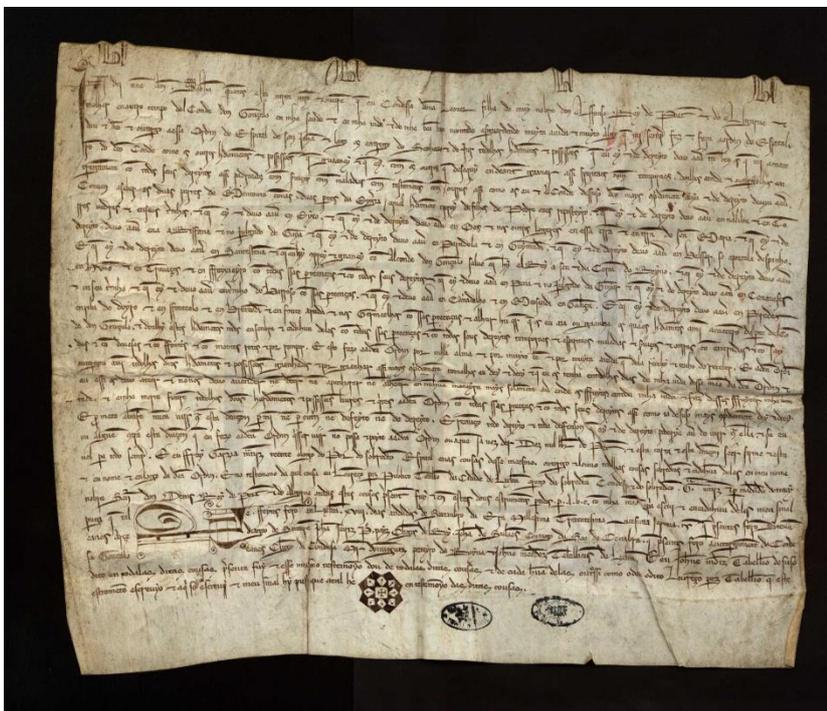
Figura 60 Capela de santa Maria do Campo aa Igreja de sam Nicolao da feira - 2 de setembro da era de 1343 (ano de 1305). Censal do Cabido da Sé do Porto. fl s. 288.

Fonte dos dados: REIS, Roberto Carlos (Coordenação Histórica) e AZEVEDO, Carlos A. Moreira (Recolha Documental) Santa Maria de Campos: 707 anos da doação do rei d. Dinis da Capela de Campos à Igreja de S. Nicolau da Feira. 25 anos da sua reconstrução. 1305 – 1987.2012

<sup>27</sup> A.N.T.T., Gavetas, VIII, maço 3, doc. 8. A notícia vem inserida num alvará de D. Duarte, de 16 de Certidão extraída da Torre do Tombo a requerimento de Fernão de Sá, alcaide do Porto, com o teor de escrituras pertencentes ao castelo da Feira e seus direitos junho de 1435, com o traslado de escrituras pertencentes ao castelo da Feira.

Outro documento do mesmo Censual, revela-nos que, depois de feita esta doação, da «capela» instituída na «Igreja» de Santa Maria do Campo, à «Igreja de S. Nicolau» da Feira, o mesmo rei, por carta de 7 de setembro do ano de Cristo de 1308, mandou «desenbargar totalas erdades da Capela de santa Maria de Campos a san Nicolao», começando o documento por lembrar que ele dera e doara «a mha capella de santa Maria de Campos com seus dereytos e com ssas pertenças aa Eigreja de sam Nicholao da feira em cuya ffreygesia ela sta, assim come conteudo mais compridamente en a carta da doaçom que ende eu ffiz aa dicta Eigreja» (Oliveira, 1974).<sup>28</sup>

De 18 de setembro de 1289 é a doação da condessa D. Leonor, filha de D. Afonso III, à Ordem do Hospital dos bens que possuía em Arrifana, Arouca, Terra de Santa Maria da Feira Montouto, Alverca, Torres Vedras, Eixo e julgado de Gaia (Figura 61).



**Figura 61: Carta de doação feita pela condessa D. Leonor**  
Fonte dos dados: A.N.T.T., Gavetas, VI, maço I, doc. 27.

Coloca-se no ano de 1302 o problema da existência ou não de uma feira na povoação, uma vez que deste ano data a da povoação de Gaia<sup>29</sup>. Não é possível

<sup>28</sup> OLIVEIRA, Roberto Vaz de Oliveira. Freguesia de S. Nicolau da Vila da Feira.

<sup>29</sup> A.N.T.T., Chancelaria de D. Dinis, livro 3, fol. 19 v.º.

que a vila cujo nome lhe vinha de uma feira cuja memória se perde no tempo, não tivesse uma carta de feira franca antes da atribuída à vizinha Gaia. Isso não obsta a que se reconheça a validade da carta de D. João I, de 27 de junho de 1407, em que a pedido do cavaleiro João Álvares Pereira se concedia à vila da Feira uma feira quinzenal, com as liberdades e privilégios que possuía a de Trancoso (Rau, 1982). Sem aprofundar a investigação, sabe-se que D. Pedro I fez mercê do castelo da Feira, em 29 de junho de 1357, a Gonçalo Garcia de Figueiredo, aio do infante D. João, filho do monarca e de D. Inês de Castro<sup>30</sup>.

No ano de 1382, o rei D. Fernando confiou o castelo a seu cunhado João Afonso Telo, conde de Barcelos e, ao tempo, já senhor da Terra de Santa Maria. Assim se entende que os lugares da Feira, durante a crise da Independência, hajam tomado voz pela princesa D. Beatriz e seu marido D. João I de Castela, com a alcaidaria entregue a Martin Correia<sup>31</sup>. O castelo havia-se tornado um ponto vital na ligação entre o Mondego e o Douro, pelo que o novo monarca, eleito a 6 de abril de 1385, logo rumou a caminho. Tudo permite afirmar que ao redor do dia 22 esteve ou pernitoou no castelo da Feira, tomando o percurso inverso a 17 de junho, quando da capital do Norte seguiu em direção a Torres Novas (Moreno, 1988).

### **O Território da Terra de Santa Maria e as feiras**

Segundo Mattoso, “a criação da Terra de Santa Maria em torno do castelo ou civitas do mesmo nome deve-se provavelmente ao rei Afonso III de Leão (866-910). Seguiu-se, decerto, ao chamado ‘repopoamento’ de Portucale (o nome latino do Porto e ao mesmo tempo o condado que tinha nele o seu centro), em 868” (Mattoso, 1993: 23). Este castelo tinha como objetivo vigiar a antiga estrada romana que ligava Porto a Coimbra e a região estava limitada a leste pelo rio Arda e as serras que separam a zona litoral da área montanhosa dominada por Anegia e Lamego que corresponde às serras de Freita e de Arada e limitada a sul pelo rio Vouga (Mattoso, 1993). Esta região encontrava-se numa localização privilegiada entre dois pontos estratégicos Porto e Aveiro, permitindo-lhe beneficiar da sua influência económica, o que levou a que continuasse a desenvolver-se, até porque concentrava os principais

---

<sup>30</sup> A.N.T.T., Chancelaria de D. Pedro I, livro I, fol. 5 v.º.

<sup>31</sup> LOPES, Fernão. Crónica de D. João I, edição de António Sérgio, vol. I, Porto, 1.ª parte, cap. LXVIII p. 133 e cap. CLX, p. 344.

centros religiosos. A prosperidade destes centros permitiu alargar a sua área de influência ultrapassando os limites do arcediagado. Foi assim criado um foco de atração para agricultores, mercadores e cavaleiros, transformando-a numa zona de grande concentração humana na época medieval (Mattoso, 1993). “A abundância de recursos permitiu a fixação de uma população numerosa que podia trocar com os mercadores que atravessavam a região, trazendo produtos artesanais e de luxo do Sul, os excedentes das suas culturas. A feira tão cedo estabelecida em Santa Maria é a sua expressão concreta e ao mesmo tempo o símbolo desta intensidade e desta variedade de trocas: das trocas entre os produtos agrícolas produzidos pelos camponeses e os artesanais trazidos pelos mercadores e almocreves” (Mattoso, 1993: 51). “As feiras são um dos aspetos mais importantes da organização económica da Idade Média. Nascidas da necessidade de promover a troca de produtos entre o homem do campo e o da cidade, elas representam o ponto de contacto entre produtor e consumidor, o ponto onde se concentrou a vida mercantil de uma época em que a circulação das pessoas e das mercadorias era dificultada pela falta de comunicações, pela pouca segurança das jornadas e pelo excesso de portagens” (Rau, 1982: 33).

De acordo com Falassi (1987), os eventos designados por “feiras” estão incluídos no que ele designa por festival, definido como uma celebração pública e temática, com uma grande importância social e cultural para a comunidade local (Getz, 1991). Uma vez que as feiras são exposições periódicas de grande relevância histórica e cultural, o evento analisado neste estudo - a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria - pode então ser considerado uma feira abrangendo diversas áreas como a música, o teatro, a dança, a alimentação, o artesanato, e especialmente a recriação histórica como a representação de um momento histórico, como por exemplo batalhas ou um torneio, para entretenimento ou como instrumento de interpretação.

“As feiras não só contribuíram para a melhoria das relações económicas e jurídicas entre os homens, mas representaram também um papel importante sob o ponto de vista social e cultural. Numa época em que quase toda a população da Europa vivia curvada sobre a terra, o instinto de sociabilidade, inerente a todo o homem, encontrou nessas reuniões a única oportunidade de se expandir” (Rau, 1982: 53). As feiras ofereciam a oportunidade de todos conhecerem o que se

passava noutras localidades, histórias e peripécias que hoje perduram no nosso quotidiano. Realizavam-se em espaços amplos como os rossios (Marques; Serrão, 1986).

Como já foi referido e no caso particular da região da Feira, foi no reinado de D. João I, em 1407, que este concedeu ao concelho a realização de uma feira quinzenal, com as liberdades e privilégios que tinha a de Trancoso. Mas antes de marcar o dia exato em que ela se devia fazer, ordenou el-rei a Domingues Anes da Maia, que se informasse junto de dois ou três homens bons da vila, em que dias havia feiras nos arredores, “e fazede fazer esta em tal dia que nom faça prejuizo a ellas” (Rau, 1982: 139).

Deste período da Alta Idade Média da Terra de Santa Maria, gostaríamos de sublinhar a figura de Gonçalo Pereira, que de acordo com Maria Helena Cruz Coelho em O Arcebispo D. Gonçalo Pereira: Um querer, um agir “Foi prior de S. Nicolau da Feira, diácono em 1288, apresentado como cônego de Tuy em 1296, deão do Porto, para ascender a bispo de Lisboa em 1322, a coadjutor do arcebispo de Braga em 1323, até finalmente ser arcebispo bracarense em 27 de fevereiro de 1326”. Entretanto, durante este mesmo período, esteve em Avinhão, como embaixador de D. Dinis <sup>32</sup>, e foi incansável auxiliar da rainha D. Isabel na busca de uma solução de paz para o conflito que opunha D. Dinis ao infante D. Afonso seu filho.”

D. Gonçalo Pereira participou ainda na defesa da cidade do Porto e Norte do País contra uma importante incursão galega (1336) e como plenipotenciário de D. Afonso IV (1338) esteve na preparação da paz com Afonso XI de Castela, e, sobretudo, pelo valioso contributo dado a D. Afonso IV na Batalha do Salado (30.10.1340). Foi sepultado em artístico túmulo na Capela de Nossa Senhora da Glória, que mandara construir a Norte da Sé de Braga, para sua jazida, e à qual legou importantes bens (27.4.1334), para garantir a sustentação do culto.

### **Origens e criação do Condado da Feira**

Em sessão da câmara do Porto, de 14 de maio de 1411, foi lida uma carta de D. João I com a seguinte instrução a Álvaro Pereira, marechal do reino e primo-tio

---

<sup>32</sup> As relações de D. Gonçalo Pereira com D. Dinis eram de grande entendimento e estima, a ponto do monarca o nomear seu testamenteiro (Mons. J. Augusto Ferreira, ob. cit., t. II, p. 132). Refere-se também a esta ida a Avinhão, F. Félix Lopes, no seu artigo, «Santa Isabel na contenda entre D. Dinis e o filho (1321-1322)», Lusitânia Sacra, t. VIII (1967/69), Lisboa, 1970, pp. 77-80.

do condestável Nuno Álvares: "e antes de vosa partida da dita cidade leixareis Fernam Pereira vosso filho em o castello da Feira bem apercebido E seguro do que lhe compria". Desde o ano de 1409 que o monarca não voltara ao castelo, pelo que a guarda deste lhe parecia urgente face aos preparativos já em curso para a expedição a Ceuta<sup>33</sup>. Assim entra na história o fidalgo que foi 3.º senhor da terra da Feira e restaurador do seu castelo. Sabe-se que Fernão Pereira foi casado com D. Maria de Barredo e que do consórcio nasceu, entre outros filhos, Rui Vaz Pereira, falecido antes de dezembro de 1486, 4.º senhor da Terra de Santa Maria e 2.º do castelo da vila. Existem autores que admitem ter-lhe D. Afonso V concedido, em 14 de janeiro de 1452, o título de 1.º conde da Feira, embora Braamcamp Freire prove que a nobilitação somente teve lugar na pessoa do filho Rui, em 16 de maio de 1481 (Freire, 1930).

### **O Castelo da Feira: seu restauro no Século XV**

No século XV, a arquitetura militar beneficiou muitos castelos que se encontravam em ruínas após a guerra da Crise da Independência. Não é menos verdade que, no período da regência do infante D. Pedro, houve o manifesto propósito de cuidar das principais fortalezas do Reino, não viesse a ocorrer um novo conflito com Castela e Aragão. O Regente tinha em especial conta os castelos do seu domínio senhorial, espalhados pelo ducado de Coimbra e o senhorio de Aveiro. Nas suas andanças para o Norte, fazia uma pausa no castelo da Feira, onde esteve em julho de 1442 com regresso por Avelãs do Caminho e Montemor-o-Velho<sup>34</sup>. Mas, como prova Professor Baquero Moreno, não oferece hoje dúvida que a Terra de Santa Maria colocou-se ao lado do partido régio quando da crise de 1448 que conduziu, no ano seguinte, à batalha de Alfarrobeira<sup>35</sup>.

---

<sup>33</sup>. O rei D. João I somente voltaria ao castelo da Feira no ano de 1417, ao que prova Baquero Moreno, pela última vez em que subiu às terras do Norte.

<sup>34</sup> Os Itinerários do Infante D. Pedro (1438-1448), Revista de Ciências do Homem, Universidade de Lourenço Marques, vol. I, série B, 1968, pp. 91-92-03

<sup>35</sup> Veja-se A Batalha de Alfarrobeira, Antecedentes e Significado Histórico, 2.a edição, Coimbra, 19679. No livro de Vereações, anos de 1401-1449, com nota prévia de J. A. Pinto Ferreira, Documentos e Memórias para a História do Porto, n.º XL, 1980, pp. 452-453, insere-se uma instrução de D. Afonso V, de 26 de abril de 1449, a Fernão Pereira: "E sobre o castello da Feira tenho por bem a hordenança que vós e vosso filho [Rui Vaz Pereira] teendes feitos e vos encomendamos que assy o queirais continuar ata estes efeitos averem fim", Veja-se Joaquim Veríssimo Serrão, História de Portugal, vol. I (1415-1495), Lisboa 1978, p. 348.

Certo é que, no ano de 1448, o castelo da Feira foi doado por D. Afonso V ao fidalgo Fernão Pereira, com o encargo de o "refazer e reparar" à sua inteira custa. Data de então a graciosa torre de menagem com os quatro torreões que lhe concedem a fisionomia de uma grande alcáçova (Serrão,1978)<sup>36</sup>. Um historiador pergunta: "cumpriu Fernão Pereira a obrigação?", para responder: "o castelo da Feira, tal como o vemos hoje, deve ser, em grande parte, obra de Fernão Pereira, e (talvez ainda mais) de seu filho Rui Pereira, homem orgulhoso e empreendedor, que sempre intentou avantajá-lo e até sobrepor-se aos maiores fidalgos da sua época"<sup>37</sup>.

O autoritarismo do 4.º senhor da Feira deduz-se do processo de querela que Rui Vaz Pereira, ainda não 1.º conde, moveu em 1474 à câmara da cidade do Porto. O rei D. Afonso V, por carta de 18 de julho de 1440, havia concedido à terra da Feira os mesmos foros e liberdades de que gozavam os habitantes do burgo portuense. Tanto bastou para o 4.º senhor da Feira querer instalar-se na capital do Douro, o que deu origem a desacatos pessoais que incluíram o incêndio das moradias que ele possuía naquela cidade. Tanto bastou para Rui Vaz Pereira fazer queixa ao monarca, a quem solicitou uma indemnização de 30.000 dobras pelos danos sofridos. Todavia, embora mandando respeitar os direitos do queixoso, D. Afonso V não incriminou nem repreendeu as autoridades do burgo que foram absolvidas "de toda a injúria, emenda e correção" praticados pelos moradores (Basto, 1940).

### **O Foral novo da Terra de Santa Maria (1514)**

A proteção da coroa à Terra de Santa Maria continuou a fazer-se sentir no reinado de D. Manuel I. Umas vezes confirmando os privilégios de D. Diogo Pereira, 2.º Conde do título, que detinha a alcaidaria-mor da Feira<sup>38</sup>. Sem dúvida que o 2.º Conde obteve diversos privilégios do monarca, Segundo Arlindo de Sousa, foi com a realza de D. Manuel I que se atinge o período de vila da Feira, da Terra de Santa

---

<sup>36</sup> Veja-se Joaquim Veríssimo Serrão, História de Portugal, vol. I (1415-1495), Lisboa 1978, p. 348.

<sup>37</sup> o Boletim da Direcção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais, n.º 37-38, sobre o Castelo da Feira, Lisboa, setembro- dezembro de 1944, p. 11.

<sup>38</sup> A carta régia de 1 de setembro de 1501, não é o primeiro documento em que D. Diogo Pereira surge com o tratamento de conde, uma vez que o título lhe fora concedido por D. João II, em carta de 7 de dezembro de 1486.

Maria e do condado que ambas representam (Sousa, sem data). A reforma dos antigos forais, "para tornarllos a tall forma e estilo que se posam bem entender e cumprir", foi uma das medidas que impuseram a realeza de O Venturoso no campo da administração pública. Cada cidade, vila ou lugar devia transmitir aos membros da comissão nomeada por D. Manuel I, a forma como arrecadava as rendas e direitos reais, sem esquecer a aplicação que fazia dos direitos de portagem e costumagem que, em muitos casos, dava lugar a que os povos fizessem sentir as suas queixas.

O foral da vila da Feira tem a data de 10 de fevereiro de 1514 e constitui um texto fundamental para compreender a evolução histórica da Terra de Santa Maria.<sup>39</sup> O Município de Santa Maria da Feira, assinalou os seus quinhentos anos com a realização de palestras, concertos, performances teatrais, bem como a colocação da estátua, abandonada há anos nos estaleiros municipais, do Rei D. Manuel I, no átrio da Biblioteca Municipal.



**Figura 62: 1ª Página do Foral da Feira e Terra de Santa Maria**

Fonte dos dados: Arquivo Histórico da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

<sup>39</sup> O original encontra-se no Livro dos Forais Novos da Estremadura, fols. 176vº-200, havendo uma cópia no Arquivo Histórico da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira.

O foral aparece designado por Foral da Feira e Terra de Santa Maria e foi incluído nos lugares de "terceira ordem do Reino". Primeiro surgem no diploma os "direitos particulares da Feira por ser cabeça da Terra de Santa Maria", seguindo-se os direitos de outros lugares da mesma Terra e, por fim, inserindo-se o "título da portagem", que haveria de aplicar-se da mesma região. Os diplomas particulares da terra estavam consignados "nos tombos antigos tirados da torre do tomo primeiro que os outros direitos da dicta terra pollos quaes se mostra aver na dicta terra herdades e terras reguemgas com outros direitos particulares a ellas impostos". Mas como o texto antigo era "confuso", ordenou D. Manuel I mandar proceder a uma nova inquirição com vista a elaborar do foral da Feira. Referem-se assim várias propriedades entregues e particulares e ao próprio castelo, com indicação do respetivo pagamento.

Não se torna possível referir o conjunto de disposições do Foral de 1514,<sup>40</sup> pelo se reduz a presente notícia ao "título de portagem" a aplicar na mesma povoação: "Decraramos primeiramente que os vizinhos e moradores da dieta terra da Feira e de Santa Maria atras declarados sejam isentos e escusos de pagarem portagem de todallas cousas que comprarem e venderem huns aos outros no dieta terra de qualquer calidade e nome que sejam. E asy o serem de quaaes quer cousas que comprarem aos homens de fora para seus usos". Apenas se pagaria portagem do fosse vendido para fora ou das mercadorias compradas a "homens de fora" para revenda. Declara-se, seguidamente, quanto se pagaria pelo pão, cal, vinho e vinagre, sal, fruta verde e hortaliça, sem esquecer o pescado em que se somente se incluía o marisco.

### **A Feira no tempo dos Filipes e da Restauração**

Por morte do 3.º conde da Feira, D. Diogo Pereira, em 1556, o título passou a seu neto D. Diogo Forjaz Pereira, senhor da Terra de Santa Maria da Feira, de Ovar e de outras povoações e no ano de 1560 dotou a Vila da Feira de um convento da invocação do Espírito Santo, que foi entregue aos cónegos de S. João Evangelista em 1566, quando da conclusão das obras (Dornelas, 1928). Pouco se

---

<sup>40</sup>Veja-se o estudo do Foral de 1514, por António Gomes da Rocha Madahil, em Arquivo do Distrito de Aveiro, vol. V, 1939, fols. 15-32, 103-118, 167-182 bem como o estudo o Foral e Santa Maria da Feira, de Francisco ribeiro da Silva. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.1991

sabe acerca da posição do 4.º Conde no pleito dinástico de 1580, mas é fora de toda a dúvida que alinhou com a posição de Filipe II. Assim se explica que a Terra de Santa Maria tivesse obedecido à causa do rei de Castela.

Interessante nesta época é a presença de uma mulher na liderança de um Condado e de outras instituições da terra, mas como é sublinhado por José Pedro Paiva “A presença dos melhores na provedoria, quer fossem homens, quer mesmo mulheres, encontra-se patente na escolha feita pela Misericórdia da Vila da Feira”, pois durante largos anos D. Joana Forjaz Pereira de Meneses e Silva, 7.ª condessa da Feira, ocupou esse cargo tendo sido provedora nos anos de 1654-55, 1657-58, 1659-60, 1660-64 e 1672-73 (Paiva,2007).

Esta Condessa veio para Portugal, com os seus três filhos para Portugal, já depois do aclamado Rei D. João IV após o seu marido D. Manuel Pimentel, ter sido morto em combate. Manuel Pimentel, mestre de Campo General da Flandres e Castelão de Anvers, era filho do 7.ª conde de Benavente e Vice-Rei de Valencia e de Nápoles. D. João Afonso Pimentel e de sua segunda mulher O. Mecia de Zuniga y Requezen (Figura 63).



**Figura 63: 1.ª Retrato do Conde da Feira Manuel Forjaz Pereira e Pimentel. Autoria de Paulus Pontius (Gravador) e Antoon Van Dyck (Pintor).**

Fonte dos dados: Biblioteca Nacional de Portugal. <http://purl.pt/6224>

Ainda neste período da História da Terra de Santa Maria não podemos esquecer a presença dos Frades Lóios ou Azuis cuja fundação do convento da Vila da Feira, o nono e último da congregação, em primeira instância radica na vontade dos respetivos condes, que se exprimiu numa petição dirigida no ano de 1549 ao capítulo geral. Deferida essa petição, o conde D. Diogo Forjaz Pereira queria que se começasse o convento a pequena distância do castelo, no sítio onde hoje se encontra e no qual então se erguia a Ermida do Espírito Santo. Com nova decisão capitular, de 1559, a contento do conde, as obras podiam começar no ano seguinte. Em 1556 já os fregueses da vila pediam para a igreja paroquial passar a ser aquela que agora se construía. Do ano de 1580 é o contrato de execução da majestosa capela-jazigo dos condes padroeiros e seus sucessores (Tavares, 2001).

Desde 2014 e durante a Viagem Medieval , que é possível a realização de visitas encenadas à Igreja Matriz, onde diversas personagens ligados quer à Paróquia (D. Gonçalo Pereira), alguns dos Condes da Feira e D. Rodrigo da Madre de Deus mostram aos visitantes a riqueza patrimonial existente, espaços que habitualmente estão encerrados bem como experimentarem algumas das vivências do quotidiano dos frades Lóios, mormente a reprodução de uma cela e a prova de doçaria e vinho fino habitualmente consumida neste Convento, até serem expulsos em 1834.

### **A Vila da Feira no ano de 1758**

Quanto aos efeitos do terramoto de 1755 na Feira, o pároco refere sobre o convento do Espírito Santo: " forma huma bulla perfeyta quadra fazendo a Igreja o lansse della da parte do Norte, dormitorio da parte do Sul no Terre mottu<sup>41</sup> de sincoenta e sinco teve alguma ruina pela qual rezão se axa ainda escorada, tem no meyo um muyto espasoso claustro todo de galaria obrado ao moderno com desaseis janelas rasgadas com suas grades de ferro, e no meyo tem um fermoso chafariz a agoa do qual se reparte por todas as oficinas da casa".

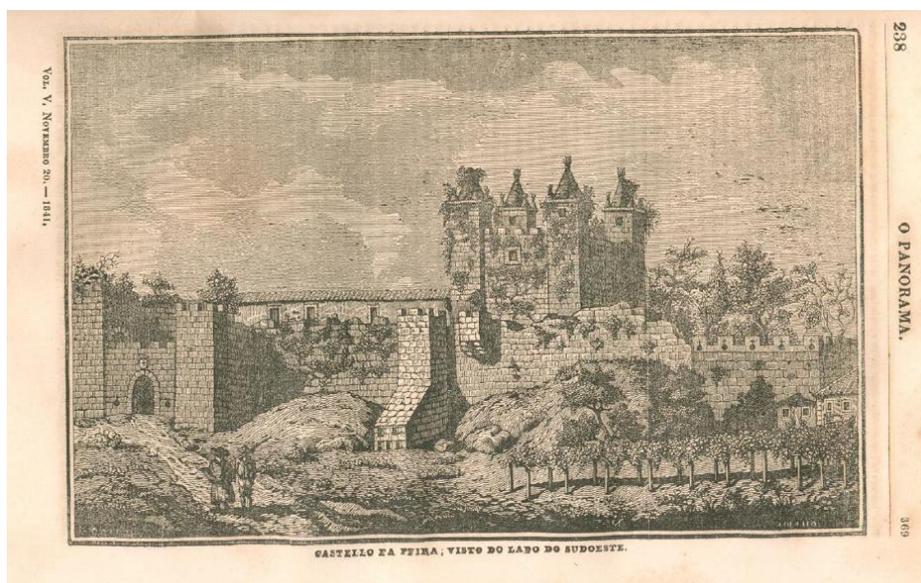
No que respeita ao castelo da Feira, que se achava ao tempo em grande ruína, o terramoto atingiu fortemente o campanário; "o qual deu tanto de si que está arredado da mais parede perto de dois palmos". Para se concluir a parte referente

---

41 Esta singular grafia Terre mottu é tal como aparece no Relatório, sendo certo que mais a baixo aparece correntemente escrito Terremoto, o que se anota para se não atribuir a estranha variante a erro de impressão.

ao sismo: "Além desta ruína e da abóbada da Misericórdia e do Dormitório do Convento, como assim dissemos, não ouve ruína alguma memorável" (Pinto, 1938). Não se tornando possível neste trabalho comentar o texto integral da "memória" de 1758 sobre a vila da Feira, embora alguns dados sejam merecedores de citação. Tal a notícia de uma feira no dia 20 de cada mês: "que antiga mente se fazia em Santo André, e por se modar para o Rocio desta Villa se chama a Feyra nova. He franca e dura hum dia". Havia uma outra feira, essa anual, no dia 25 de março, extramuros do castelo, junto à Senhora da Encarnação" a que nesta terra chama o vulgo a Senhora do Março", cuja imagem era de grande devoção.

A terra vivia então uma hora de decadência municipal, face aos antigos privilégios com que a coroa a havia dotado, quando o mesmo fizera em relação à câmara da cidade do Porto: "porem hoje, ou pello decurso do tempo ou pella incúria dos Nacionais se lhe não acha clareza de privilégio notável". Todavia, guardava-se a lembrança do dia 20 de janeiro, vinda da época do rei D. Sebastião, em que se fazia uma solene procissão, e uma outra solenidade no dia de São João. Não podia a "memória" deixar de mencionar o castelo: "ao sul da villa se vê hum altíssimo, e antiquíssimo Castello obra dos Mouros, e morada muitos annos dos condes, que tanto com a sua presença o inoverserão quanto ao dipois a sua auzencia o arruinou e destruhio, ficando acervo de ruínas o que fora monte de grandezas, e hoje muyto mais pello incêndio que sobreveyo ao Paço e o deixou despojo lastimozo das suas deboradoras chamas".



**Figura 64: Castelo da Feira em 1841**

Fonte dos dados: Revista Panorama, Volume V, 5 de novembro de 1841

Cumpra, por fim, assinalar informes soltos que constam da "memória" do pároco de São Pedro Quintela e que constituem achegas para a história da Feira no mencionado ano. Na parte sul, cortava a terra um regato conhecido por Souto Redondo, que vinha de junto da albergaria do mesmo nome, a uma légua da vila. Não tinha o mesmo um grande caudal e sucedia que no Verão levava pouca água, em virtude de não haver subafluentes para o alimentar. Numa época em que as populações buscavam nas águas que se tinham por curativas, não havia memória de qualquer "virtude particular" dessas águas. O pároco acrescenta: "Os peixes que traz são algumas trutas e bogas muito poucas. Não tem pescarias pela falta de peixes". Contudo, as margens do regato eram muito férteis graças aos salgueiros e álamos ali plantados. E desta forma, atravessando as freguesias de São Fins, Feira e Travanca, o regato de Souto Redondo ia desaguar no rio de Ovar, junto à vila do mesmo nome.

Três pontes asseguravam a passagem do regato no termo da freguesia, sendo uma de boa pedra no lugar de Lavandeira Baixa. As outras duas situavam-se uma na vila da Feira, dando passagem para o convento do Espírito Santo, e a terceira para assegurar a ligação entre o Rossio e Fijô. A freguesia dispunha ainda de cinco moinhos de água que serviam para a laboração de cereais, acrescentado Quintela: "Porém, para a fertilidade das terras e tráfego necessário dos campos há nesta freguesia um rego de água nativa e perene que se chama a Velha, por nascer em o lugar deste nome, o qual rega a maior parte das terras desta freguesia e repartida por horas, para evitar alguns distúrbios do povo". Outros informes haveria decerto a revelar, finaliza o pároco da Feira, se um incêndio não tivesse destruído o cartório municipal rico em documentos antigos<sup>42</sup>.

### **A Vila da Feira a caminho do Liberalismo**

A terra da Feira sofreu as graves sequelas da ocupação do Porto, em 19 de março de 1809, pelo exército do marechal Soult (Basto, 1926). O invasor pretendeu, em seguida, ocupar a zona até o Vouga, pelo que instalou o quartel-general em Grijó e fez seguir um corpo de 400 cavaleiros para a Arrifana. Daqui partiram 1.500

---

<sup>42</sup> Veja-se a transcrição do documento por Eduardo Alberto da Costa, "Memórias Paroquiais do século XVIII, n.º VII, Freguesias de S. Nicolau da Vila da Feira", Arquivo do Distrito de Aveiro, volume XXXVI, n.º 143, Aveiro, 1970, pp. 198-210.

homens de infantaria, sob o comando do general Thomières, para ocupar, no dia 31 de março, a Vila da Feira (Oliveira, 1945). Ações de guerrilha contra os invasores, suscitaram da parte destes um verdadeiro morticínio nas populações, com pilhagens nas igrejas e habitações, do qual se desta o massacre dos quintados de Arrifana, que desde 2009 tem vindo a ser recriado, constituindo-se num dos eventos de referência da época napoleónica, integrando a par da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria e o evento Regresso às Raízes no Castro de Romariz (época castreja) a programação de Santa Maria da Feira- Capital do Eixo Atlântico de 2017.

Do período das invasões francesas temos notícia de que a residência de Sebastião Peixoto, capelão do castelo, foi invadida e os objetos de culto roubados. O roubo estendeu-se às adegas da região, ainda que Souto não houvesse podido levar para França as dezenas de pipas que tinha confiscado<sup>43</sup>.

### **Descoberta das Termas de São Jorge**

A notícia sobre a descoberta das termas foi publicada na edição de 5 de janeiro de 1802 da Gazeta de Lisboa, após as águas terem sido analisada pelo médico Joaquim José de Almeida. Segundo relatos populares: “um criado do Padre Inácio da Cunha possuidor de uma provável ferida varicosa curou-a ao banhá-la de modo regular numas águas esverdeadas e malcheirosas que borbulhavam junto ao Ribeiro do passal.”

O referido Padre Inácio após a elaboração de estudos e de mobilização de influências investiu por contra própria na atividade termal construindo uns barracos em madeira, tanques de lousa e fonte.

Em 1890 as águas foram analisadas mais aprofundadamente pela primeira vez por dois médicos: Dr. Pinto da Mota e Dr. Ferreira da Silva que serviram de base científica para evidenciar os benefícios terapêuticos das termas.

---

<sup>43</sup> Gazeta de Lisboa. Suplemento extraordinário ao n.º 19, de 19 de março de 1809. As vilas de Feira e Ovar receberam, cada uma, 100 pipas deixadas "em testamento" por Souto



**Figura 65: Banhos de S.Jorge**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A 7 de abril de 1917, foi dada concessão de exploração a longo prazo à Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e atualmente, esta infraestrutura é gerida pela Sociedade de Turismo da Feira S.A., assumindo-se como um instituto de saúde complementar ao Hospital de São Sebastião e tem uma procura anual de 3 400 aquistas. As águas têm as seguintes características: bicarbonatada, sódica, fluoretada, cloretada, hipotermal e sulfúrea e indicações terapêuticas para: afeções das vias respiratórias, afeções reumáticas e músculo-esqueléticas, doenças de pele e patologias dermatológicas.

As termas de São Jorge, durante o ano de 2017, receberam 38.016 utilizadores (correspondentes a 2.538 aquistas), um acréscimo em relação aos 2.516 aquistas do ano anterior, sendo que os meses de março, outubro e novembro foram os que registaram o maior número de utilizadores.

As Termas dinamizam um dos espaços mais importantes da Viagem Medieval, que aproveitando as grutas artificiais e respetivo da Quinta do Castelo, recriam as práticas ancestrais do termalismo, incluindo um banho pulverizado nas pernas, chá e repouso com concerto harpa e espetáculo de bailado.

Outro dos equipamentos valorizados dentro da Viagem Medieval é o Museu do Papel Terra de Santa Maria que em 2017 recebeu 19003 visitantes, tendo sido

inaugurado em 26 de outubro de 2001, constituindo-se no primeiro espaço museológico dedicado à História do Papel em Portugal.



**Figura 66: Banhos de S. Jorge**

Fonte dos dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

A criação de um museu monográfico dedicado à História do Papel, justifica-se pela importância que, desde 1708, a indústria do papel teve no concelho de Santa Maria da Feira e em vários concelhos vizinhos

Na Viagem Medieval, está presente no Claustro Convento dos Lóios, permitindo aos visitantes aprenderem a fazer papel, manuseando os utensílios adequados à produção de uma folha de papel especial. Após a execução desta folha de papel, o visitante pode ser o copista, escrevendo com pena de ganso ou cálamo. Também é feita uma breve descrição de como se fazia a tinta ferro gálica, seguindo receitas originais.

O Museu de Santa Maria de Lamas, sendo uma entidade privada integrada a Viagem Medieval, a promoção de oficinas de expressão plástica, especialmente dirigidas a crianças e famílias, nas quais os participantes transformam-se em

verdadeiros artistas, criando acessórios medievais - espadas, escudos, coroas, grinaldas ou joias em cortiça.

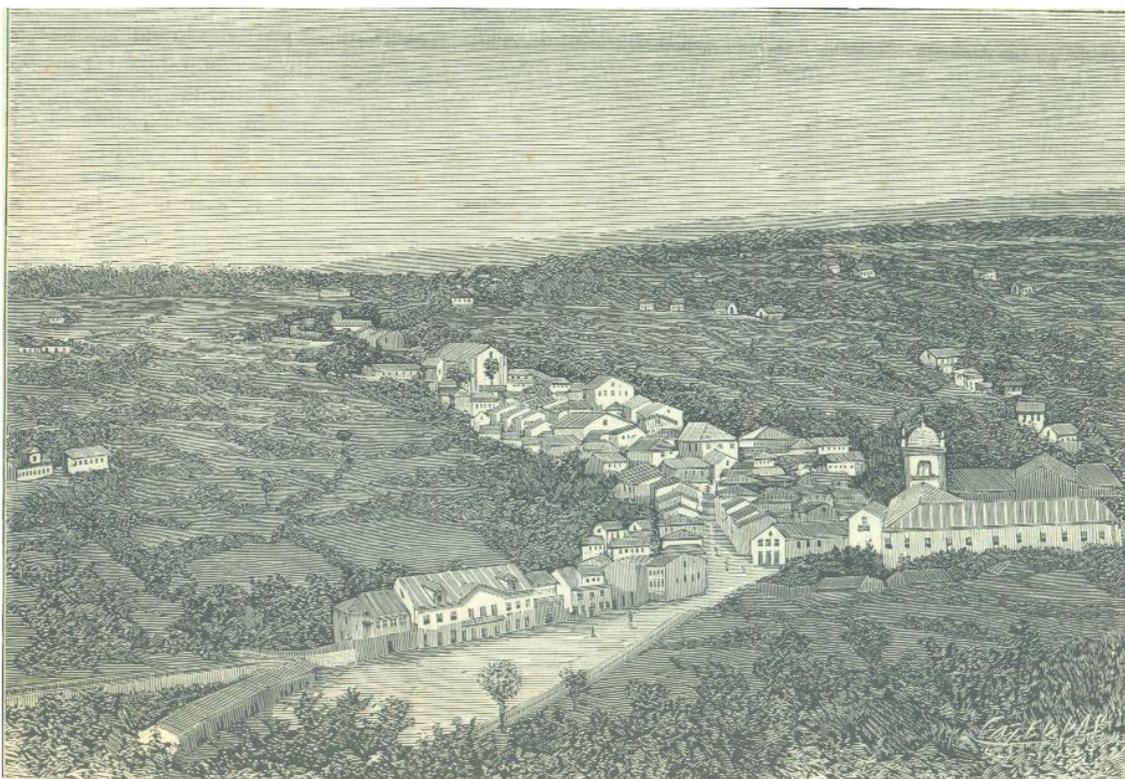
Potenciando estes equipamentos culturais, é possível evidenciar a importância da abertura dos equipamentos culturais ao exterior.

### **A Restauração do Castelo da Feira**

Nos meados do século XIX, o castelo já não escondia as marcas de ruína que tinham atingido as suas paredes e torres e que eram motivo de lástima, não apenas para os habitantes da Feira, como para os amantes da história nacional. No ano de 1841, em sessão da Câmara dos Deputados, Alexandre Herculano chamou a atenção: "... É para lamentar que sendo este edifício dos mais velhos monumentos de Portugal, e das mais perfeitas antiguidades que hoje temos, ainda ninguém se lembrasse de ter feito delle memória ou descrição; a remotíssima origem deste castello; as torres terminadas por coruchéus ponteagudos, cujas cimas eram guarnecidas (e ainda hoje o são algumas) de grandes tulipas de granito; as heras annosas, que pelo andar dos tempos teem adquirido espantosa grossura, por maneira que subindo às sumidade das torres das ameias e das muralhas, formam uma perspectiva melancholica, porem maravilhosa e picturesca; as videiras bravas e uma infinidade de plantas parasitas, inseparáveis companheiras das ruínas e dos monumentos solitários e abandonados, que formam em alguns sítios brenhas impenetráveis, asylo seguro dos animais habitadores das ruínas; as sétteiras abertas no centro das ameias, nas quadrellas e lanços dos muros, torreões, e noutros logares das muralhas, tornam aos olhos do observador curioso ou do viajante instruído, este monumento, alem de muito interessante, digno de escrupuloso exame. O lado sudoeste, que a nossa estampa representa, é o mais perfeito e picturesco e com pequenos reparos póde ainda durar no estado actual por muitíssimos annos, assim o governo olhasse melhor pela conservação de monumentos, gloriosos adornos do território portuguez".<sup>44</sup> .

---

<sup>44</sup>Revista O Panorama, Lisboa, 20 de novembro de 1841.



**Figura 67: Santa Maria da Feira nos finais do século XIX**

Fonte dos dados: Revista Ocidente 1 de janeiro 1889

O castelo não chegou a ser vendido em hasta pública, mas as terras envolventes conheceram esse triste fim e sem que o novo proprietário contribuisse para salvar a histórica relíquia. Não obstante haver sido considerado monumento nacional em 1880, nem por isso os poderes públicos tornaram possível a sua restauração nos fins da monarquia. No ano de 1907, o erudito D. Fernando de Tavares e Távora publicou um trabalho sobre O Castelo da Feira, que deu origem a um movimento de bairrismo que conduziu à criação de uma "Comissão de Vigilância e Conservação do Castelo da Feira"<sup>45</sup>.

Em 23 de novembro de 1908 recebeu a visita do último Rei de Portugal, D. Manuel II com grande entusiasmo seu e do povo feirense, visitou a Vila da Feira e apreciado o seu ex-libris daí resultando, também, um saldo moral e político que potenciou a ação desta primeira Comissão (Figura 68).

---

<sup>45</sup> Guia de Portugal, 2.a edição, 4.º volume, Entre Douro e Minho, I. Douro Litoral, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1985, p. 485



**Figura 68: Visita D. Manuel II ao Castelo da Feira em 23 de novembro de 1908**

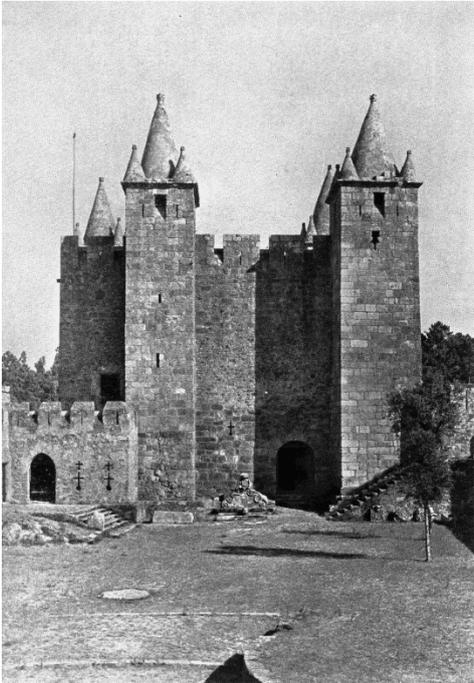
Fonte dos dados: Comissão de Vigilância do Castelo de Santa Maria da Feira

Vários periódicos da vila e da região nunca deixaram de clamar, desde os fins do século XIX, contra a desoladora ruína. A valorização económica da terra, graças às indústrias das madeiras e dos resinosos, era motivo de vergonha para a população sempre que a Feira era visitada por naturais e estrangeiros. Quando da primeira passagem do engenheiro Duarte Pacheco pelo Ministério das Obras Públicas efetuaram-se os estudos prévios conducentes ao início do restauro. Mas foi já na vigência do cargo, do major de engenharia Joaquim Andrade e Silva Abranches (1936-1938), que a Direção-Geral de Edifícios e Monumentos Nacionais assumiu o encargo das demoradas obras para a salvação do Castelo da Feira. As cerimónias do Duplo Centenário da Independência e da Restauração de Portugal, no ano de 1940 com o engenheiro Duarte Pacheco de regresso ao Ministério, permitiram que o precioso ex-libris da antiga Terra de Santa Maria recebesse a consagração da história nacional<sup>46</sup> (Figura 69).

---

<sup>46</sup> Boletim da Direção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais. O Castelo da Feira, n.º 37-38, setembro-dezembro de 1944, com a história da restauração de que o referido Castelo foi objeto entre os anos de 1936 e 1943.

Após as grandes obras, da década de 30 e de 40, Miguel Torga escreveu a propósito do Castelo da Feira: “Depois de tostar a pele na Torreira e de passar revista à flotilha da Murtosa, vim ver a ria daqui, deste castelinho de chocolate, acabado de sair do forno. Parece que os Templários combatiam nestas ameias autênticos e ferozes inimigos. Eu, porém, debruço-me nelas sem rancor nenhum, a ver pacificamente, refletir-se na água um Portugal bucólico, que mesmo quando ergue fortalezas faz disto (Torga, 1949).



**Figura 69: Castelo da Feira em 4 de junho de 1940**

Fonte dos dados: Boletim da Direção Geral Monumentos Nacionais, setembro – dezembro de 1944 (37-38).

Entre 1992 e 2006 realizaram-se estudos arqueológicos e importantes obras de restauro e conservação, numa parceria entre a Comissão de Vigilância do Castelo de Santa Maria da Feira e o extinto IPPAR. Salienta-se a reabilitação da Capela e da Torre de Menagem, preparada para receber conferências, reuniões, espetáculos musicais, exposições e outros eventos como a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria e a propósito do castelo, o Prémio Nobel da Literatura, José Saramago (1992), escreveu “...Vai agora a Feira, que é terra afamada por seu castelo, principalmente a torre de menagem com os coruchéus cónicos que, a olhos de viajante, lhe dão um ar de casa apalaçada, nada guerreira, apenas estância para fidalgos em tempos de paz. É certo que lá estão as seteiras, mas até para isso

encontro uma explicação, supondo que nas horas de muito lazer se entreterem os fidalgos no tiro ao alvo para não perderem o hábito.

O viajante tem destas faltas de respeito, afinal simples e pouco hábil modo de se defender dos enternecimentos que as pedras antigas lhe causam. E já não é tanto o Castelo da Feira que lhe está bulindo com as sensibilidades, mas estas antiquíssimas aras votadas a um deus que nestes lugares se venerou a que chamavam, pasmemos todos, Bandedelugo-Toiareco. Já não bastava o abade D. Troicosendo Galendiz, vem agora este deus de nome rebarbativo, mais trava-línguas que sujeito de oração. Não admira que tenha caído no esquecimento...”

Apesar do elevado potencial do castelo quer em termos de valor patrimonial acrescentado condições logísticas para realização de recriações históricas de carácter gastronómico, a organização da Viagem Medieval integra na programação do evento o Repasto no Povoado, e que veio substituir as Ceias Medievais que se realizaram durante várias edições no interior do Castelo. As Ceias, e agora o Repasto consistem na recriação dos banquetes da época medieval no Castelo da Feira, um ex-libris do concelho, e que seria o cenário ideal para a sua realização, devido à importância militar que este monumento assumiu na época da Reconquista e mais tarde na época, bem como pela beleza da sua arquitetura e pela espetacularidade paisagística em seu redor, somavam os motivos que tornaram indispensável este palco de exceção. Porém como já verificamos estas recriações da gastronomia medieval realizam-se agora noutra espaço, devido aos elevados encargos relacionados com a organização das Ceias (Figura 70).



**Figura 70: Preparação do Repasto no espaço temático, Povoado**

Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

No entanto, e apesar da mudança de local, temos presente nos repastos medievais o pão, que foi a base do regime alimentar na idade Média, não apenas em Portugal, mas igualmente em todo o ocidente europeu e pelo menos, para as classes não privilegiadas, da nobreza e até do clero.

A batata, assim como outros produtos agrícolas, não fora ainda "descoberta" e, somente muito depois, seria aproveitada para os regimes alimentares posteriores. Elemento da flora utilitária americana, viria a tornar-se indispensável na agricultura e nos costumes das mesas europeias. Pelo mesmo motivo, o tomate não era ainda conhecido, é até hoje conhecida no Minho, entre outros itens da alimentação dos tempos modernos.

O vinho, é artigo dos mais importantes na lista de géneros, correspondendo a uma participação e a um custo, significativos na alimentação. Cada homem consumia, aproximadamente, dois litros diários deste líquido, dito generoso. Mas, para além do vinho, existiam outras bebidas extraídas das frutas, como por exemplo, a sidra bem como a cerveja, embora na Viagem Medieval se registre um consumo exagerado de sangria.

Nas famílias abastadas neste caso dos Senhores do Castelo da Feira, a carne era o prato principal da refeição, na maioria das vezes a de carneiro, com um índice de consumo elevado, entre os povos da Península ibérica. Muitos livros de cozinha espanhóis, publicados na Idade Média, assinalavam o carneiro como a melhor carne, superior a todas as demais espécies de animais comestíveis. A quem tal fosse possível, economicamente, dispunha da carne de vaca, de vitela, de cabrito, de coelho e até de porco, sendo este último, um caso especial da culinária, pelas suas variadas utilidades e métodos de aproveitamento. De facto, era o grande fornecedor de toucinho o suporte do tempero e da preparação de vários alimentos, cozidos ou fritos. A carne deste animal, para além de untos e torresmos, emprestava uma força extraordinária à sustentação dos seres humanos, tais como os pernis assados, fumados ou curtidos, o lacão, ou presunto cozido, denominado comercialmente na atualidade, por fiambre, o presunto cru, de fumeiro ou curtido, as tripas, para os enchidos, as "mãozinhas", o sangue, para o sarrabulho ou os lombos. O porco, enfim, constituía e ainda constitui, uma instituição gastronómica, na qual se integrava, também, mas hoje em dia, com menor projeção, o javali, ou porco selvagem. Alguns detratores chamam à Viagem Medieval a Festa da Fêvera, porque a oferta na área alimentar, sejam tabernas ou restaurantes, não é diversificada (Figuras 71 e 72).



**Figura 71: Preparação do Porco no Espeto numa das tabernas da Viagem Medieval**  
Fonte dos dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

Muito implantada em Portugal, a criação de aves permitia uma forte presença à mesa. Nos quintais e nos mercados, assim como nas feiras semanais, das vilas e cidades, podiam ser encontrados o frango, a carne de maior procura, e naturalmente, a galinha e, por consequência, os ovos, todavia existem muito pouca oferta nas ementas da Viagem Medieval destes produtos bem como de pato, de pombo, de perdigão e de outras aves, nomeadamente as das espécies abatidas na caça. Nos dias de sexta-feira, marcados pelo regime de abstinência, substituíam-se as carnes, trazendo-se o peixe para a mesa. Na Páscoa, aumentava o consumo dos frutos do mar e o peixe fresco, ou salgado, espécie que ganhava a preferência da população, orientada pelos rígidos preceitos religiosos, por exemplo as comemorações da época pascal, faziam aumentar a procura dos ovos, fosse para o consumo nos dois dias de abstinência, fosse para acompanhar os cozinhados e outras iguarias do Domingo de Páscoa.

O povo das localidades costeiras ou das suas proximidades, tinha acesso ao peixe fresco, na sua alimentação quotidiana e em Santa Maria da Feira, por exemplo, movimentava-se uma elevada e permanente densidade de vendedeiras de frutos do mar. Para acompanhamento nos pratos, servidos com carnes cozinhadas, a refeição ibérica, da época, já utilizava os legumes e as hortaliças.

Entradas	
Sorrido de pão **	2,00 Dinheiros
Azeitonas	1,50 Dinheiros
Moelas	3,50 Dinheiros
Pataniscas ***	3,00 Dinheiros
Miças *	3,00 Dinheiros
Presunto	4,00 Dinheiros
Queijo *	4,00 Dinheiros
Chouriço assado	3,00 Dinheiros
Prato misto (queijo e presunto) *	4,00 Dinheiros
Melão com presunto	3,50 Dinheiros

Sopas	
Papas de sarrabêlo *	3,00 Dinheiros
Sopa de legumes	3,00 Dinheiros

Peixe [dozes individuais]	
Pataniscas de bacalhau com arroz malandrinho de feijão **	10,50 Dinheiros

Caça [dozes individuais]	
Javali à Caçador com arroz de passas e pinhões **	15,00 Dinheiros
Veado à Caçador com arroz de passas e pinhões **	15,00 Dinheiros

Porco preto [dozes individuais]	
Secreios de porco preto com arroz malandrinho de feijão *	14,00 Dinheiros
Piomas de porco preto com arroz malandrinho de feijão *	14,00 Dinheiros
Bocheca de porco preto com miças e queijo ***	12,00 Dinheiros

Porco [dozes individuais]	
Capelada de porco com arroz malandrinho de feijão *	10,00 Dinheiros
Misto de porco com arroz malandrinho de feijão *	10,00 Dinheiros
Rojões de porco com arroz malandrinho de feijão *	10,00 Dinheiros

Vaca [dozes individuais]	
Costeletão de vitela com arroz malandrinho de feijão *	15,00 Dinheiros

Acompanhamentos extra	
Salaos [alface, pepino e cebola]	2,50 Dinheiros
Arroz branco	2,50 Dinheiros
Arroz malandrinho de feijão	2,50 Dinheiros
Arroz de passas e pinhões *	3,50 Dinheiros
Miças *	3,50 Dinheiros

Sobremesas	
Doce de abóbora com queijo	4,00 Dinheiros
Fruta [maçã, laranja, melão, uvas]	2,00 Dinheiros

Bebidas	
Copo de água	0,50 Dinheiros
Copo de limonada	1,50 Dinheiros
Copo de sumo de laranja	1,50 Dinheiros
Copo de cerveja *	2,00 Dinheiros
Copo de vinho branco ou tinto	2,00 Dinheiros
Copo de sangria	2,50 Dinheiros
Jarro de água [2L]	3,00 Dinheiros
Jarro de limonada [2L]	6,00 Dinheiros
Jarro de sumo de laranja [2L]	6,00 Dinheiros
Jarro de cerveja [2L]	6,50 Dinheiros
Jarro de vinho branco ou tinto [2L] *	6,50 Dinheiros
Jarro de sangria [2L]	12,00 Dinheiros

Identificação de ingredientes e alergénios: \* Vegetal; \*\* Ovo e produtos à base de; \*\*\* Leite e produtos à base de. \* Frutos de casca dura e produtos à base de; \* Bebidas de origem e origem.

**Figura 72: Ementa de um dos Restaurantes da Viagem Medieval em 2018**  
 Fonte dos dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

O trigo, que veio a obter uma posição de relevo na cozinha quinhentista, não era apenas destinado à cozedura do pão, mas, fundamental, para a confeção de diversos pratos e guloseimas. Além de matéria-prima na panificação, o trigo, desde tempos muito remotos, integrava algumas receitas - empadas, empadões, tortas, tolos, pastéis e doces empanados. Na cozinha dos tempos modernos, a utilização de temperos e molhos, não difere, em muitos aspetos, do registo das receitas, dos nossos ancestrais europeus, dos séculos XV e XVI. As carnes não eram colocadas, de forma arbitrária, nas panelas ou nas grelhas. O alho, a pimenta e o vinagre formavam a linha de frente nesses preparos. A gordura mais utilizada era o toucinho, substituída pelo azeite nos dias de abstinência religiosa.

#### 4.4 Acessibilidades a Santa Maria da Feira

O Concelho de Santa Maria da Feira possui uma boa cobertura de rede viária, encontrando-se localizado perto dos principais eixos rodoviários e ferroviários

nacionais. Os acessos estão facilitados, uma vez que é atravessado pela autoestrada do Norte A1, que faz a ligação entre o norte e o sul de Portugal, e ao Itinerário principal A25, que liga o litoral português à fronteira espanhola (Aveiro/Vilar Formoso), A29 e A32 e Estrada Nacional N.º 1. A proximidade ao aeroporto Francisco Sá Carneiro – Porto, aos Portos de Leixões – Matosinhos e de Aveiro e ao principal eixo ferroviário permitem ligações privilegiadas à Europa.

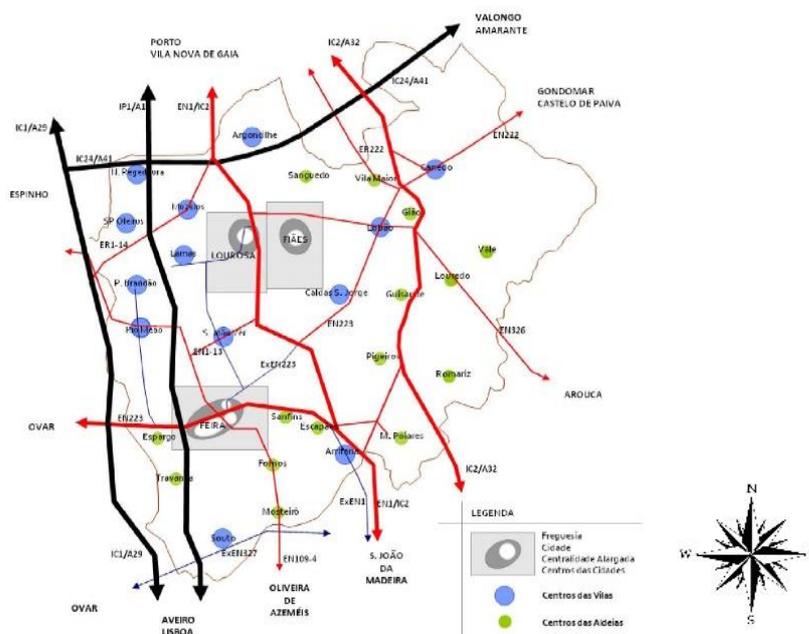
A estrutura viária principal que assiste o concelho assenta, fundamentalmente, nos eixos longitudinais (Norte-Sul) da IC1/A29, IP1/A1 e EN1/IC2 que asseguram a ligação entre o Norte e o Sul do país e nos eixos transversais (Este-Oeste) da A41/IC24, e EN223 que asseguram as ligações para o interior do concelho e por sua vez para os concelhos mais interiorizados da região. As deslocações internas são na sua maioria asseguradas por estradas nacionais e municipais que cumprem igualmente funções de vias distribuidoras e locais.

O Concelho de Santa Maria da Feira, tem-se desenvolvido acompanhando o crescimento da sua distribuição viária, ou seja, os eixos de desenvolvimento, a ocupação urbana de maior intensidade e as principais atividades, como são a indústria, desenvolveram-se no sentido Norte-Sul, ao longo das principais estradas nacionais, como são as EN1 e EN109-4. O fenómeno idêntico acontece com a construção da IP1/A1, que se desenvolve quase em paralelo da EN 1, sendo que se no passado o crescimento do povoamento acontecia de uma forma linear e paralela às principais estradas, a principal evidência é que posteriormente, a evolução do povoamento expande-se a partir dos nós viários em função das redes de estradas que daí irradia.

A autoestrada IP1/A1 assume uma importância inegável no desenvolvimento do concelho e surge como um fator inequívoco, gerador de mobilidades, muito embora se registre que em termos de acessibilidades locais e do ponto de vista dos movimentos pendulares diários trabalho-casa/ casa-trabalho, que continuam a ser as "antigas" estradas nacionais e a rede viária a cargo do município que servem as referidas deslocações. O eixo urbano que gera maiores fluxos internos é a EN1/IC2, que atravessa o concelho no sentido Norte-Sul e é caracterizado pela forte aglomeração - com as características comuns às principais Estradas Nacionais que percorrem o país, servindo os aglomerados populacionais mais dinâmicos, ao mesmo tempo que têm serventia e acesso aos aglomerados de carácter local - entre

os quais estão as freguesias de Argoncilhe, Mozelos, Lourosa, S. João de Ver, Caldas de S. Jorge, Sanfins, Escapães e Arrifana.

Relativamente às deslocações da parte Oeste da EN1 e do concelho, a EN223 é a principal via de acesso ao nó da IP1/A1 e a que serve a sede do concelho, atravessando a cidade da Feira, criando nesta um efeito barreira que com a construção da ligação Feira-Mansores, se aguarda que este fator seja minimizado, permitindo maior permeabilidade com a parte Norte e expansão da cidade. A A41/IC24 estabelece francas ligações das freguesias a Norte para fora do concelho, pelos nós que esta estabelece quer com a IP1/A1 quer com a A29/IC1.



**Figura 73: Esquema das Principais Acessibilidades das Freguesias do Concelho de Santa Maria da Feira**  
Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

A circular exterior do Grande Porto, através do troço do nó da A1 ao Picoto/EN1 em Santa Maria da Feira, continuando para Nordeste, passando pelas freguesias de Argoncilhe e Canedo e concelho de Gondomar até fechar o "anel" em Alfena, concelho de Valongo, estabelece a ligação da A41/IC24 à A4/IP4 em Valongo. A ER1-14 continua a ter um papel preponderante nas deslocações internas das freguesias do sector Norte do concelho e de acesso às atividades económicas, enquanto as EN326, EN222 e EN223 estabelecem as principais ligações das freguesias mais interiorizadas do concelho, desembocando estas na

EN1, sendo a partir desta que se redistribuem as principais deslocações para Norte e para Sul do concelho.

A A32/ IC2 - S. João da Madeira (ER327) - Carvalhos (IP1), liga a Norte à A20/IP1 através da criação de um novo nó que por sua vez conecta aos eixos viários nacionais estruturantes do Norte de Portugal, a Sul liga ao atual IC2 que privilegia as ligações a Oliveira de Azeméis/Vale de Cambra. Com o restante lanço da A32/IC2 entre Arrifana e os Carvalhos, concluído em outubro de 2011, aguarda-se que as condições de procura e frequência da EN1, que evoluíram para uma rápida saturação dos limites de circulação que a infraestrutura comporta, apesar de ter sofrido uma remodelação profunda nas condições de circulação recentes, diminuam.

Os acessos à região e ao concelho são facilitados, visto que é atravessada pela autoestrada do Norte (IP1/A1), que faz a ligação ao Norte e ao Sul do País e está incluída na Rede Transeuropeia (RTE-T) estabelecida no "Plano Estratégico de Transportes 2008-2020"; pela A32, ligação Lisboa - Porto; pela proximidade ao Itinerário Principal IP5, que liga o litoral português ao interior e à fronteira Espanhola (Aveiro/ Viseu/ Vilar Formoso) e pelos Itinerários Complementares n.º 1 e n.º 2 (IC1 e IC2).

Estas vias ligam a região aos grandes centros urbanos de influência nacional e aos principais portos e fronteiras (Valença e Vilar Formoso), desempenhando assim um papel muito importante no desenvolvimento económico. Relativamente às acessibilidades com os concelhos limítrofes e, portanto, mais próximos a Santa Maria da Feira é de notar que as assimetrias verificadas nas regiões a oeste do concelho caracterizam-se pela ausência de eixos pertencentes à rede fundamental e pela falta de ligações francas que a rede municipal estabelece com as estradas nacionais e que façam a distribuição regional do tráfego.

Nos concelhos mais litorais, como é o caso de Santa Maria da Feira, Gaia, Espinho e Ovar existe uma forte harmonia em termos de rede viária, sendo que a rede fundamental é complementada por uma rede capilar de estradas nacionais, que fazem a distribuição transversal (Este-Oeste), entre sedes de concelho.

**Tabela 35: Os tempos de viagem – distância em km desde Santa Maria da Feira**

Locais	Santa Maria da Feira	
	Tempo (minutos)	Distância (km)
<b>Porto</b>	15	28
<b>Aveiro</b>	25	50
<b>Porto de Leixões</b>	20	35
<b>Porto de Aveiro</b>	30	56
<b>Aeroporto Sá Carneiro</b>	25	35
<b>Estação dos Caminho-de-ferro Espinho</b>	8	15
<b>Fronteira Vilar Formoso</b>	150	239
<b>Fronteira de Valença</b>	65	124

Fonte dos dados: Plano Intermunicipal dos Polos Empresariais do EDV (janeiro 1992) – EURISKO

#### **4.5. Sistema Turístico Local**

Em relação à oferta Turística do Concelho pode dizer-se que esta é vasta e bastante diversificada. Santa Maria da Feira apresenta-se como um dos Municípios mais ativos e atrativos sob o ponto de vista dos eventos e das recriações históricas, nomeadamente através da maior feira medieval do país – “A Viagem Medieval”. Desta forma, o concelho autodenomina-se e vende-se como “um palco de experiências”. São inúmeros os recursos existentes, capazes de integrar produtos turísticos marcantes e atrativos, para os turistas e visitantes, que preferencialmente visitam a Região Porto e Douro.

De acordo com as características e interesse comprovados, os principais recursos do concelho podem ser integrados nas seguintes categorias (Tabela 36):

**Tabela 36: Principais recursos do concelho de Santa Maria da Feira**

<b>História (Património Histórico -Arquitetónico de cariz religioso, militar ou arqueológico)</b>	Castelo de Santa Maria da Feira Castro de Romariz igreja Matriz igreja da Misericórdia Capela de Nossa Sra. da Encarnação Caminho Português de Santiago
<b>Negócios</b>	Europarque
<b>Ambiente</b>	Zoo de Lourosa -Parque Ornitológico
<b>Bem-estar e Saúde</b>	Termas de S. Jorge (Caldas de S. Jorge)
<b>Cultura</b>	Museu do Papel Terra de Santa Maria de Lamas Biblioteca Municipal de Santa Maria da Feira Museu de Santa Maria de Lamas Museu dos Loios Mercado Municipal Viagem Medieval" -Recriação histórica; Imaginarius -Festival de Teatro de Rua; "Perlim -Uma Quinta de Sonhos"; Festa das Fogaceiras; Festival de Cinema Luso-Brasileiro; Semana Santa
<b>Gastronomia</b>	Fogaça, Regueifa, Lampreia, Cabrito, Vitela Caladinhos, Queijos
<b>Outros (Património que não funciona como "produto turístico")</b>	Quinta do Castelo; Porto Carvoeiro; Jardins Municipais; Capela de Santo Estevão da Arrifana; Mamoá da Quinta da Laje; Troço da via antiga de Mosteiró; Troço da estrada real Lisboa -Porto em Airas S. João de Ver Quinta do Seixal Casa da Quinta do Engenho Novo Casa da Portela;

Fonte dos dados: Adaptação Plano Estratégico para o Turismo de Santa Maria da Feira

Posto isto, e analisando os recursos identificados e utilizados enquanto atrativos do concelho, podemos considerar três produtos turísticos estratégicos, igualmente considerados prioritários para a Região Norte, ainda no âmbito do PENT (Plano Estratégico Nacional do Turismo). Estes encontram-se a ser trabalhados e a ser promovidos em coordenação com a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal e são: "Touring" Cultural e Religioso: Eventos; Recriações Históricas; Museus; Monumentos e património Histórico; Festividades associadas à

Gastronomia e à religião; Turismo de Saúde e Bem-Estar: Termas de S. Jorge; Turismo de Negócios: Europarque.

Em termos de análise Swot, Santa Maria da Feira apresenta os seguintes resultados no que diz respeito ao segmento do Turismo (Tabela 37):

**Tabela 37: Análise SWOT de Santa Maria da Feira – Turismo**

<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
Sensibilidade da população residente e das instituições locais e regionais para o Turismo como fator de desenvolvimento;	A baixa taxa de ocupação da generalidade dos meios de alojamento
Boas acessibilidades	Baixo número de turistas estrangeiros
Proximidade do Porto (polo turístico do Norte, por excelência)	Dificuldade em reter o turista mais tempo no território
Apoio constante e crescente das artes e ofícios concelhios	Dificuldade em transformar os visitantes e excursionistas em Turistas efetivos
Eventos culturais de referência, nacional e internacional	Falta de alojamentos diversificados, nomeadamente de uma unidade hoteleira de maior categoria
Oferta Cultural diferenciadora ao longo de todo o ano	Concentração da oferta turística de equipamentos e infraestruturas, nas regiões centrais do concelho
Diversidade de recursos que podem constituir produtos turísticos	Falta de aproveitamento de recursos turísticos naturais, como rios e as suas margens
Forte associativismo e sentido de identidade concelhia responsáveis pelo dinamismo inerente	Falta de Interesse institucional de entidades privadas, no desenvolvimento do Turismo
Forte associativismo e sentido de identidade concelhia responsáveis pelo dinamismo inerente	Inexistência de documentos estratégicos para o planeamento do Turismo Inexistência de estatísticas mais precisas, relativas aos eventos e turistas
Hospitalidade	Inexistência de documentos estratégicos para o planeamento do Turismo Inexistência de estatísticas mais precisas, relativas aos eventos e turistas
Destino que transmite Segurança	Inexistência de estudos atualizados, acerca do perfil de visitantes.
População jovem em número significativo	Existência de uma certa sazonalidade
	Deficit de imagem e de notoriedade nos mercados internacionais
	Falta de guias e visitas guiadas no concelho
	Rede de transportes públicos deficitária
	Sinalização deficitária
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
Turismo como forte impulsionador da economia e desenvolvimento local	Baixos níveis gerais de escolaridade
Turismo como forte impulsionador da economia e desenvolvimento local	Emigração
Turismo enquanto potenciador de um crescimento sustentável	
Indústria da Cortiça e as crescentes exportações poderão ser uma mais-valia o	

desenvolvimento económico do Concelho	
Turismo Industrial	
Resgate do Europarque e potenciamento da sua atividade, enquanto centro de congressos de excelência	
Parceria e integração, no Turismo do Porto e Norte	
Proximidade do Aeroporto Francisco Sá Carneiro	
Heterogeneidade de Públicos	
Dinâmica noturna interessante, no Centro histórico da cidade	

Fonte dos dados: Gabinete de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Por seu turno, Santa Maria da Feira tem desde 2017 o "Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo de Santa Maria da Feira", documento de planeamento alinhado com a esfera regional, nacional e internacional, nomeadamente com Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal, a Estratégia de Turismo 2027, o código de ética mundial para o turismo e a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, tendo presente que os Chefes de Estado que estiveram na Assembleia Geral das Nações Unidas em 2000, fixaram oito grandes objetivos (ONU, 2002) para o milénio que então se iniciava:

- Erradicar do mundo a pobreza extrema e a fome.
- Alcançar a universalidade do ensino primário.
- Alcançar a igualdade de género e dar mais poder às mulheres.
- Reduzir a mortalidade juvenil.
- Melhorar a saúde materna.
- Combater o HIV/SIDA, a malária e outras doenças endémicas.
- Garantir a sustentabilidade cultural, económica e ambiental.
- Desenvolver uma parceria mundial para o desenvolvimento.

#### 4.5.1. Oferta turística de Santa Maria da Feira

A diversidade e riqueza dos recursos turísticos de Santa Maria da Feira permitem que o destino se diferencie num mercado tão competitivo como o do turismo uma vez que dispõe de Recursos turísticos, locais de visita e infraestruturas de apoio ao turismo: Naturais: Espécies de fauna (Lontra, Morcego-Anão ou Sapo Corredor); Espécies de flora (Carvalho ou Sobreiro); Lagoas da Mamoá; Mata das Guimbras; Mata do Alto do Picão; Parque das Ribeiras do Rio Uíma, Rio Inha e cursos ribeirinhos; Praia Fluvial da Mamoá; Quinta do Castelo; Termas de São Jorge e Zoo de Lourosa - Parque Ornitológico. Histórico-culturais: Caminho Português de Santiago; Castelo da Feira; Castro de Romariz; Cineteatro António Lamoso; Cortiça; Edifícios da Malaposta de Sanfins Europarque - Cidade dos Eventos; Fogaça da Feira; Igreja Matriz de Santa Maria da Feira; Mercado Municipal; Moinhos do Rio Uíma; Museu Convento dos Lóios; Museu de Santa Maria de Lamas; Museu do Papel das Terra de Santa Maria; Ponte Romana de Roçadas; Porto Carvoeiro; Troço da Estrada Real Lisboa-Porto (Airas).

A tabela 38, sintetiza o potencial existente no concelho de Santa Maria da Feira.

**Tabela 38: Recursos Turísticos de Santa Maria da Feira**

Recursos Turísticos	Tipologia
<b>Património Natural e Paisagístico com potencial turístico</b>	Praias Fluviais e Zonas de Lazer Ribeirinhas
	Áreas para Observação de Aves
	Lagos, Lagoas, Cascatas e Serras
	Minas e Geosítios
	Bosques, Matas e Florestas
	Habitats naturais, Espécies de Fauna e Flora
<b>Património Natural e Paisagístico com potencial turístico</b>	Habitats naturais, Espécies de Fauna e Flora
<b>Património Histórico-Cultural com potencial turístico</b>	Património Arqueológico
	Património Molinológico (etnoturismo)
	Monumentos

	Monumentos de arte pública
	Templos Religiosos
	Aldeias Tradicionais
	Personalidades da Cultura
<b>Equipamentos e infraestruturas de apoio ao turismo</b>	Unidades de alojamento
	Unidades de restauração
	Agências de Viagem
	Equipamentos Culturais e equipamentos coletivos de uso para a Cultura
	Centros de educação e interpretação ambiental
	Caminhos/vias históricas, rotas temáticas, itinerários e estradas panorâmicas
	Ecopistas, ecovias e ciclovias
	Parques de merenda e lazer, espaços verdes, jardins e fontes
	Parques de merenda e lazer, espaços verdes, jardins e fontes
	Miradouros
	SPA, saunas e termas
	Centros de congressos e locais para eventos e reuniões
	Espaços de Atividades Económicas (EAE), Parques Empresariais e Associações
	Quintas e casas brasonadas
	Percursos Pedestres
	Centros e equipamentos para a prática equestre
	Náutica desportiva e de lazer: locais, atividades e infraestruturas de apoio fluviais
	Locais de pesca desportiva
	Piscinas e outras instalações desportivas
	<b>Eventos e Tradições</b>
Efemérides	
Folclore	
Mercados e Feiras	
Artesanato	

Fonte dos dados: Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo de Santa Maria da Feira. Recursos Turísticos

Em termos de alojamento, o Concelho de Santa Maria da Feira dispõe de 15 unidades, 697 camas e 415 quartos, 8 Empreendimentos turísticos: 5 estabelecimentos hoteleiros: (80 % das camas, 75 % dos quartos; unidades de 4 estrelas: 35 % das camas e 31 % dos quartos. 3 unidades de turismo em espaço rural: 4 % das camas e dos quartos e 7 unidades de alojamento local, 17 % das camas e 21 % dos quartos.

Na área da restauração, em 2014 existiam 794 empresas de restauração e similares. Estas eram, quase exclusivamente, micro e pequenas empresas de cariz familiar. A autarquia considera, no final de 2016, cerca de 120 unidades em funcionamento.

Estes estabelecimentos estão concentrados na União de Freguesias de Santa Maria da Feira, Travanca, Sanfins e Espargo (mais de 50% dos restaurantes). Os restaurantes, na sua globalidade, têm uma capacidade média de 152 lugares. relação a Animação Turística; Santa Maria da Feira é um destino reconhecido pela qualidade da animação que oferece aos visitantes com atividades e eventos únicos, espalhado por atividades tão diversas como: BBT/Cicloturismo; Espetáculos e artes medievais; Observação de aves e atividades educativas; Paintball; Passeios equestres; Teatro de rua; Trail/Trekking; Visitas a museus e monumentos. (Plano Estratégico de Marketing para o Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira).

No que diz respeito aos eventos que o território de Santa Maria da Feira apresenta, é conveniente sublinhar que atualmente a área dos eventos é tão vasta que é impossível propor uma definição que inclua todas as variações e nuances dos mesmos.

Canton (2002), sublinha que os eventos são tão diversificados quanto a criatividade de quem os cria. Acrescenta ainda que os eventos surgem da dinâmica da própria sociedade, que impõe as suas necessidades, desejos e valores de uma determinada época, sugerindo propostas compatíveis com os seus objetivos.

Por outro lado, Getz (1997, p. 44) refere também “que os eventos são mais bem definidos pelo seu contexto, apresentando duas definições importantes: uma do ponto de vista de quem organiza e outra do ponto de vista do consumidor ou visitante:

A promoção de um determinado número de eventos pode desempenhar vários papéis importantes, que vão desde a atração de turistas, à existência de atrações fixas, à dinamização de outras atividades bem como a criação de uma imagem do destino turístico”.

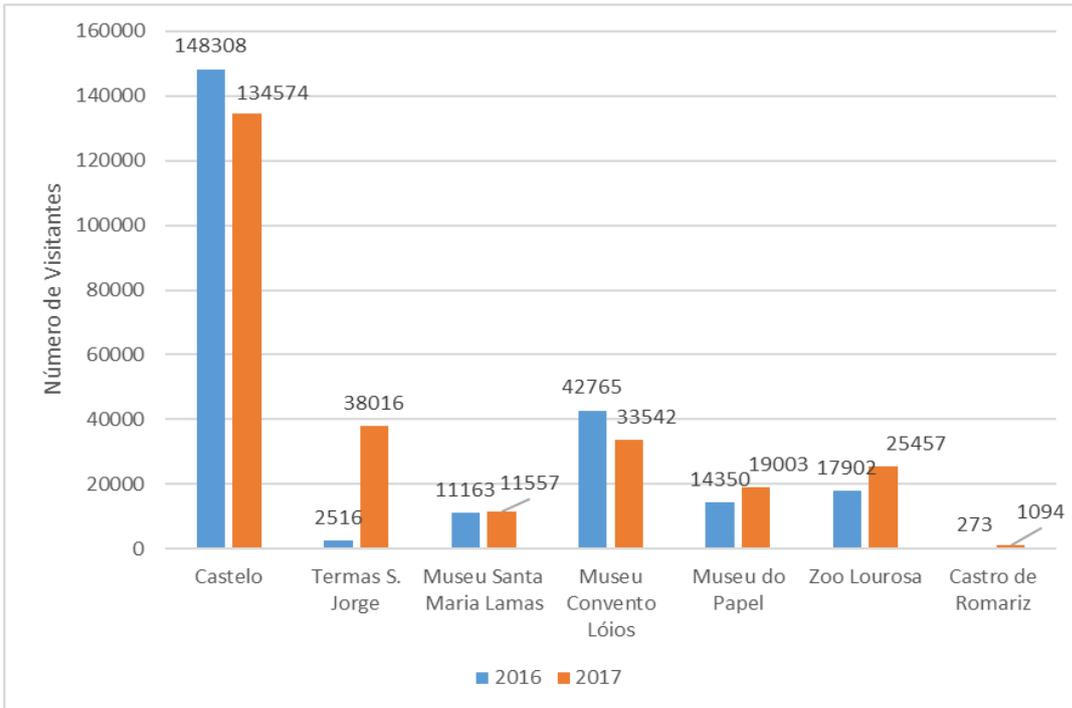
No território a Festa das Fogaceiras, o Imaginarius, o Perlim – Uma Quinta de Sonhos, a Semana Santa e a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, são os principais eventos, sendo que 3 deles são Recriações Históricas.

### **Atrações culturais e turísticas**

Os equipamentos culturais e turísticos de Santa Maria da Feira registaram um total de 263.243 visitantes no ano de 2017, o que reflecte um sustentado crescimento de 10,9 % relativo ao mesmo período do ano anterior, destacando-se o contributo das Termas de S. Jorge, Zoo de Lourosa – Parque Ornitológico e Museu do Papel Terra de Santa Maria.

O volume de visitantes nas atrações turísticas de Santa Maria da Feira cresceu, entre 2012 e 2017, de 98175 para 263243 visitantes, o que demonstra o aumento da procura pelo destino (Figura 74).

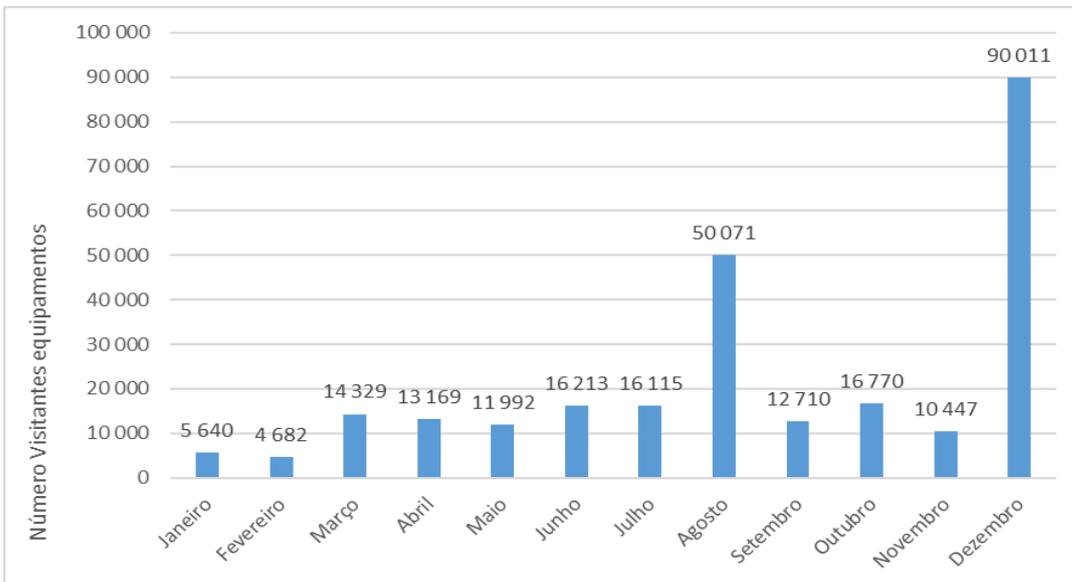
O Castelo da Feira foi a atração turística que recebeu mais visitantes no destino (134574), seguida das Termas de S. Jorge com 38016, do Museu Convento dos Lóios (33542) e do Zoo de Lourosa (25457).



**Figura 74: Visitantes e equipamentos culturais 2017**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Relativamente aos meses com maior número de visitantes, foram os de dezembro (com 90.011), agosto (50.071 visitantes) e outubro (16.770). Por sua vez, os meses de fevereiro (com apenas 4.682 visitantes) e janeiro (5.640) foram os que registaram menos visitantes.



**Figura 75: Visitantes aos equipamentos culturais 2017 por meses**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

#### 4.5.2. Procura

No que diz respeito à procura de alojamento tem havido um crescimento exponencial desde 2011 com reflexos na melhoria da rentabilidade dos negócios turísticos (Tabela 39).

Tabela 39: Procura de Alojamento

INDICADOR	2008	2011	2015	TCMA (2008-2015)
Hóspedes [milhares]	29,4	24,1	35,4	2,70%
Dormidas [milhares]	47,3	40,2	63,4	4,30%
Estada Média [noites]	1,61	1,66	1,79	1,50%
Taxa de Ocupação-Cama	34,40%	27,90%	31,60%	-2,8% (variação p.p.)
Taxa de Sazonalidade	31,70%	37,40%	34,50%	+2,8% (variação p.p.)

Fonte dos dados: Instituto Nacional de Estatística 2016

Este crescimento traduz-se no volume de hóspedes nas unidades de alojamento de Santa Maria da Feira bem como no volume das dormidas. Relativamente à estada média, a tendência é também de crescimento, atingindo as 1,79 noites em 2015. A ocupação-cama nas unidades de alojamento de Santa Maria da Feira, apesar de ter registado um decréscimo entre 2008 e 2013, recuperou a partir de 2014, indiciando a conquista de valores outrora atingidos nos próximos anos. No que diz respeito à sazonalidade dos fluxos turísticos, a evolução é igualmente positiva, verificando-se uma redução entre 2011 e 2015.

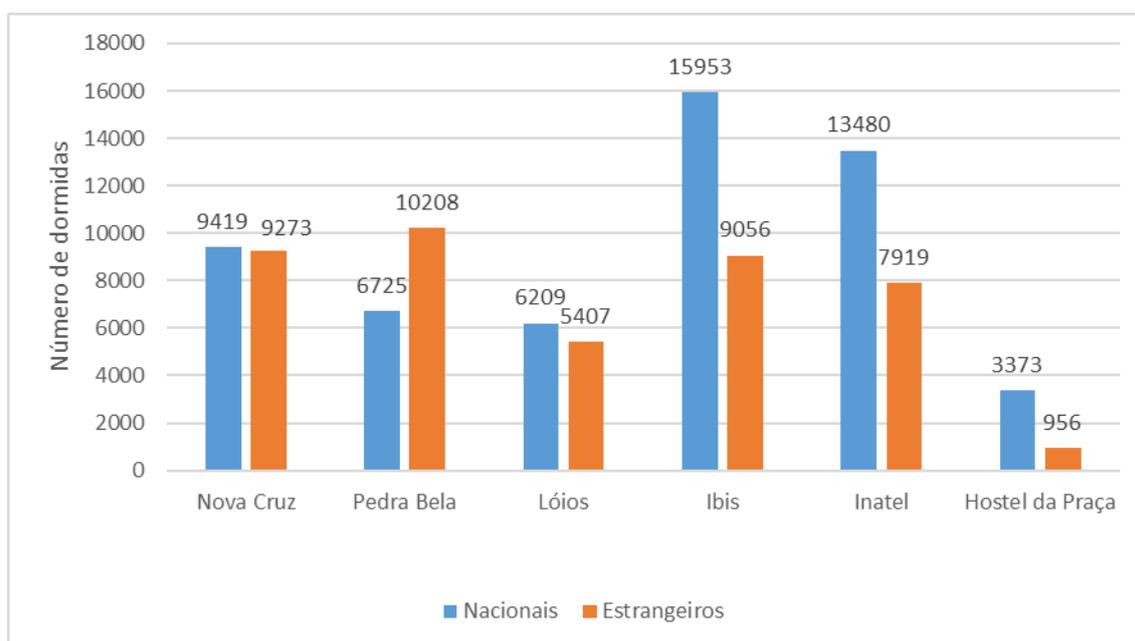
A par de toda a evolução positiva da procura, os proveitos de aposento também crescem: a uma taxa anual média de 9,0%-. O ano de 2011 marcou uma queda no valor dos proveitos, mas que foi recuperada logo no ano seguinte.

No entanto e de acordo com os indicadores do Gabinete de Turismo da Câmara do Município, Santa Maria da Feira fechou o ano turístico de 2017 com os melhores resultados de sempre, num ano em que os equipamentos culturais e turísticos registaram um total de 263243 visitantes, o que significou um aumento de 10.94 % relativo ao ano anterior, e um aumento no número total de dormidas registadas nas unidades hoteleiras, passando de 65.520 dormidas em 2015 para 97978 dormidas em 2017.

A estes números devem ainda ser somados os resultados do cluster de grandes eventos de rua - Imaginarius. Viagem Medieval e Perlim - que anualmente, trazem a Santa Maria da Feira cerca de 750 mil visitantes, gerando impactos colaterais significativos na economia local de Santa Maria da Feira o no trade do Turismo.

Analisando as dormidas de turistas nas unidades de alojamento de Santa Maria da Feira que disponibilizaram dados estatísticos, Gabinete de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira verifica-se que no ano de 2017 registou-se um acréscimo de 14,8 %, sendo que o número de dormidas passou de 85.372 para 97.978 dormidas.

Refira-se igualmente que a maioria dos turistas ainda são de nacionalidade portuguesa (56,3 %), apesar de se registar nos últimos anos o aumento de turistas de nacionalidade estrangeira anos e de uma unidade hoteleira ter mais dormidas de turistas de nacionalidade estrangeira.

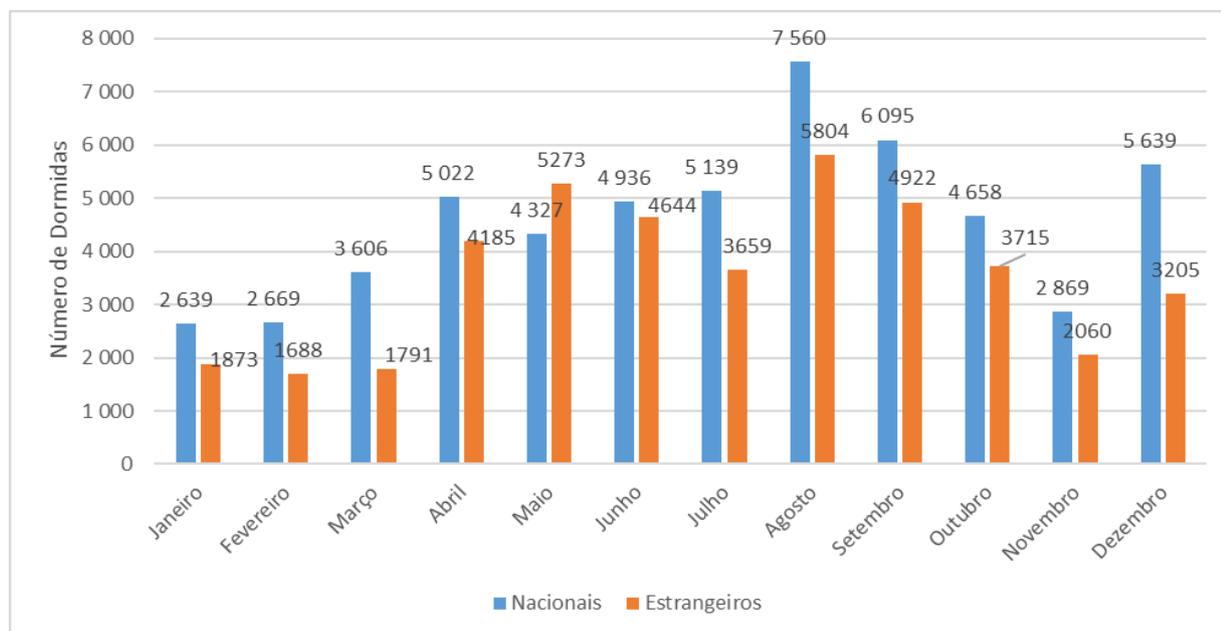


**Figura 76: Dormidas de turistas nas unidades de alojamento em Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Relativamente à distribuição mensal das dormidas, é importante salientar os meses de Verão (agosto com 13.364 dormidas e setembro com 11.017), mas também os meses de maio (através da colaboração do Imaginarius com 9.600

dormidas), junho e abril, bem como o mês de dezembro (sobretudo pelo efeito Perlim, com 8.844 dormidas). Por sua vez, os meses de fevereiro (com 4.357 dormidas), janeiro (4.512) e novembro (4.929) foram os meses com menor adesão de turistas.



**Figura 77: Distribuição mensal de dormidas por cidadãos nacionais e estrangeiros**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

No entanto a avaliação do serviço de alojamento do Concelho, é apresentada da seguinte forma (Tabela 40):

**Tabela 40: Avaliação do serviço de alojamento**

Aspetos	Positivos	Negativos
	Atendimento/serviço prestado	Antiguidade das Instalações
	Conforto	Falta de Insonorização
	Relação qualidade/preço	Manutenção do Espaço
	Simpatia dos funcionários	Envolvente
	Sossego/tranquilidade	

Fonte dos dados: IPDT

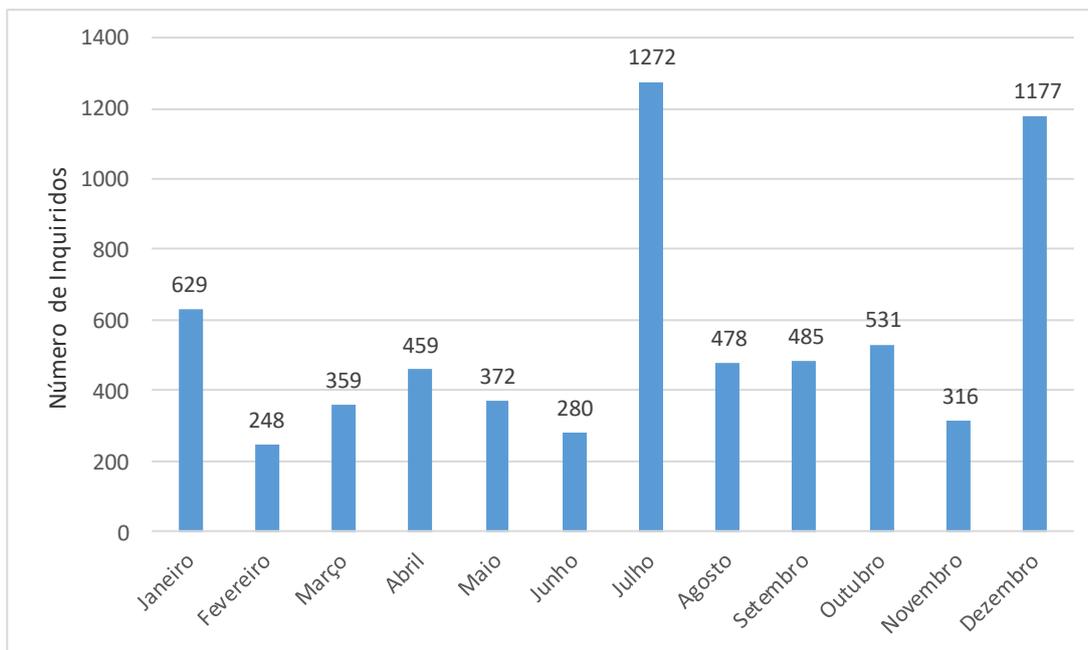
## **Mercados**

Nos últimos anos, Portugal tem vindo a perder quota na procura por alojamento no concelho, ainda que continue a ser o mais importante de forma destacada. Os principais mercados emissores de turistas de Santa Maria da Feira são, por ordem decrescente de importância, Portugal, Espanha e França, segundo os dados do INE para 2015. O mercado nacional nesse ano concentrou 71,0% do volume de hóspedes e 60,8% de dormidas.

De acordo com elementos recolhidos pelo Gabinete de turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, a tendência foi a diminuição de 61,70 % em 2016 para 56,30 em 2017 % para o mercado nacional e o aumento de 38,30 % para 43,70% para os estrangeiros, reforçando o enfoque de que o mercado português ainda é o mais importante para o turismo local, considerando o volume de dormidas nas unidades de alojamento.

Todavia, este tem vindo a perder alguma relevância nos últimos anos para outros mercados, como a Espanha ou a França.

No ano de 2017, registou-se um acréscimo de 19,9 % no número de turistas e visitantes que se deslocaram à Loja Interativa de Turismo, passando de 5.512 (em 2016) para 6.606. Os meses com mais visitantes foram o de julho (com 1.272 visitantes), dezembro (1.177 visitantes) e janeiro com 629 visitantes. Por sua vez, os meses de fevereiro (248 visitantes) e junho (280 visitantes) foram aqueles que registaram menos visitantes a deslocar-se à Loja Interativa de Turismo (Figura 78).

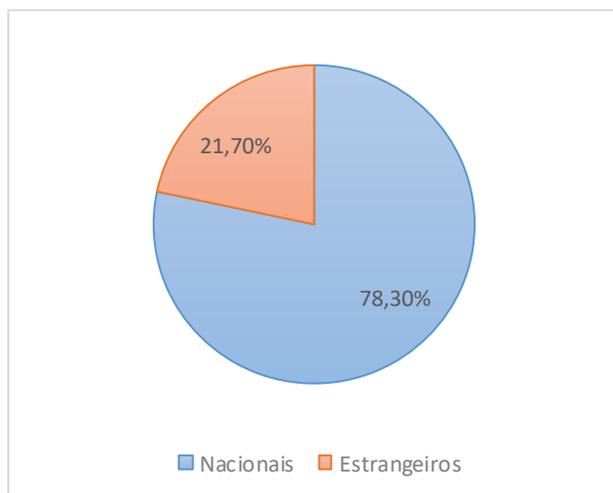


**Figura 78: Distribuição mensal dos Visitantes da Loja Interativa de Turismo**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Relativamente aos dois restantes eventos principais de Santa Maria da Feira, o Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua registou um acréscimo de 4,3 % no número de visitantes à Loja Interativa de Turismo, enquanto a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria registou um decréscimo de 2,3% do que em 2016.

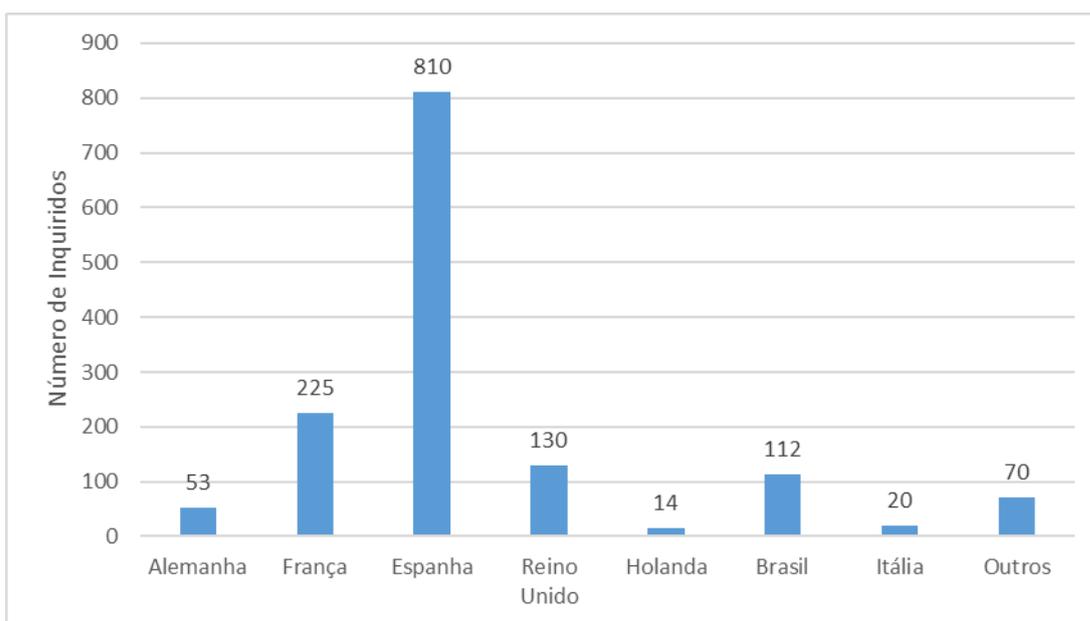
Relativamente à origem dos turistas e visitantes que se deslocaram à Loja Interativa de Turismo no ano de 2017, foram, na sua grande maioria, provenientes de território nacional (78,3 %), com exceção do mês de dezembro em que devido à grande atração de visitantes espanhóis a percentagem é muito mais equilibrada.



**Figura 79: Nacionalidade dos Visitantes da Loja Interativa de Turismo**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, 2017

No que diz respeito aos visitantes internacionais, são maioritariamente provenientes de Espanha (com 810 visitantes), França (225), Reino Unido (139) e Brasil (112).



**Figura 80: Origem dos Visitantes da Loja Interativa de Turismo**

Fonte dos dados: Elaboração própria, adaptado Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, 2017.

## **Motivações dos visitantes**

A principal motivação dos turistas e visitantes para a deslocação à Loja Interativa de Turismo foi a recolha de informações turísticas (23,5 %), seguindo-se a recolha de informações sobre os principais eventos realizados em Santa Maria da Feira, nomeadamente a Viagem Medieval (20 %), Imaginarius (11,2 %) e Perlim (9,5 %). (Observatório de Turismo da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira 2017).

### Síntese da situação atual do Turismo em Santa Maria da Feira

Potencialidades: Eventos culturais; Proximidade de grandes centros turísticos; História e Cultura; Localização geográfica; Hospitalidade e acolhimento; Acessibilidades; Segurança; Vida noturna.

Desafios internos: Ausência de uma estratégia coerente para o destino; Sazonalidade dos fluxos turísticos; Incapacidade de fixar os excursionistas; Falta de apoios financeiros; Acessibilidades e transportes locais/ regionais; Ambiente de cooperação entre agentes; Estratégia de promoção/comunicação; Aproveitamento dos recursos e potencialidades existentes; Estruturação dos produtos turísticos; insuficiente investimento público e privado; Capacidade hoteleira e/ou respetiva qualidade.

Oportunidades de desenvolvimento: História e Cultura; Internacionalização de eventos locais; Turismo Industrial; Imagem de segurança do destino Portugal; Recuperação e reabilitação do património; Importância da qualidade; Reconhecimento da importância do turismo na economia; Surgimento de novos conceitos turísticos; Turismo de Natureza.

Desafios externos: Crise económica e financeira; Destinos concorrentes mais competitivos; Encerramento de rotas no Aeroporto Sá Carneiro; Falta de sensibilização da população para a importância do turismo; Instabilidade política e económica; Desemprego; Desinvestimento e falta de aposta no setor.

## **CAPÍTULO 5. METODOLOGIA - FORMULAÇÃO DAS HIPÓTESES E METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO**

Estudo de Caso – Viagem Medieval em Terra de Santa Maria da Feira, evento catalisador de uma região

Dentro dos eventos realizados anualmente na cidade de Santa Maria da Feira, podemos definir duas categorias: os eventos comuns ou de rotina e os eventos permanentes. Os eventos permanentes de uma localidade são também chamados de eventos especiais. São estes os eventos capazes de agregar valor e identidade à uma localidade. Um evento especial é uma situação única ou rara ocorrida fora da programação normal do expectador. O evento especial gera expectativa. Para o espectador, um evento especial é uma oportunidade de lazer, social ou cultural, uma experiência fora do normal ou além das suas experiências diárias (Getz 1991, p. 41).

Como já verificamos anteriormente e de acordo com Donald Getz (2008), ao estudarmos o universo dos eventos é necessário que estes sejam classificados de acordo com sua natureza e com o seu potencial de valor turístico. A sua abordagem propõe inicialmente uma classificação em dois grupos: os eventos ordinários ou comuns e os eventos especiais.

Os eventos ordinários ou comuns são aqueles que ocorrem sem um planeamento ou objetivo específico, geralmente promovidos para a celebração particular como uma festa de casamento ou de aniversário, uma festa de fim de ano entre os funcionários de uma empresa ou, ainda, alguma festividade pequena como uma festa académica, uma apresentação artística num bar ou uma representação teatral numa igreja ou castelo. Estes eventos ordinários ou comuns não acrescentam nenhum valor numa perspetiva do desenvolvimento do turismo.

Porém os eventos especiais são celebrações maiores, são eventos únicos que proporcionam aos espectadores uma oportunidade de vivenciar algo de diferente, desenvolver a sua cultura, reconhecer -se socialmente e divertirem-se, isto já numa lógica do chamado turismo criativo. Os eventos especiais são aqueles cuja duração é limitada, são únicos, possuem uma identidade com a comunidade local, atraem turistas, contribuem para a identidade de uma região, atraem a atenção dos

media e causam um impacto económico importante, podendo ser classificados segundo a sua natureza como Celebrações Culturais: festivais, carnavais, comemorações de datas especiais, eventos religiosos, apresentações de cultura local etc.; Eventos políticos e de Estado: reuniões de Chefes de Estado, encontros políticos e comícios, visita VIPs, etc.; Eventos de Arte e Entretenimento: concertos, shows, galas, etc.; Eventos de Negócios e de Comércio: encontros e convenções, mostras de produtos, feiras etc.; Eventos Educacionais e Científicos: conferências, seminários, clínicas, congressos, simpósios, aulas especiais etc.; Competições Desportivas: jogos amadores e profissionais, atividades recreacionais, competições etc.; Eventos Privados: casamentos, aniversários, festas, comemorações sociais.

Como já verificamos com outros autores e as suas propostas de análise dos eventos Getz também propõe uma classificação dos eventos especiais de acordo com seu potencial de valor turístico: Megaeventos, Eventos marcantes, onde poderemos integrar a Viagem Medieval e os Eventos locais. Getz (1997) acrescenta ainda que um evento é realmente relevante para o desenvolvimento de uma região quando este deixa de ser apenas um evento de impacto local e passa a fornecer uma vantagem competitiva para a localidade anfitriã. Descreve um evento marcante como aquele que possui um significado tal em termos de tradição, apelo, imagem ou publicidade que a sua realização se torna tão significativa para a localidade que o evento e o local, com o tempo, tornam-se inseparáveis.

Assim propomos uma definição dos caminhos a percorrer para que o evento Viagem Medieval em Terra de Santa Maria continue a ter grande importância no âmbito nacional, regional e local, apesar dos eventos marcantes realizados no território alvo do nosso estudo - Santa Maria da Feira - nos anos de 2015 e 2016: Viagem Medieval -Recriação Histórica; Imaginarius -Festival de Teatro de Rua; Perlim -Uma Quinta de Sonhos; Festa das Fogaceiras; Festival de Cinema Luso-Brasileiro; Presépio cavalinho; Semana Santa – Recriações Históricas da Vida Cristo e Aniversário das Invasões Francesas.



**Figura 81: Eventos marcantes de Santa Maria da Feira**

Fonte de dados: Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo de Santa Maria da Feira

No território onde se realiza a Viagem Medieval, destacamos ainda três aspetos diferenciadores e de grande qualidade, o turismo de natureza, o turismo cultural e criativo e o turismo de saúde porque e na nossa perspetiva são os que têm mais potencial de desenvolvimento e efeito multiplicador. Diga-se, no entanto, que o estímulo à instalação de equipamentos hoteleiros de qualidade em Santa Maria da Feira e S. João da Madeira, Oliveira de Azeméis ou Vale de Cambra seria bem-vindo uma vez que a escassez ou limitação dos mesmos desvia o fluxo de estadias dos empresários e agentes económicos visitantes para a cidade do Porto.

Por outro lado estas estadias poderiam ver a sua duração aumentada se nas mesmas fossem integrados recursos culturais, propostas de itinerários e oferta de experiências, incluindo eventos, que de acordo com o Plano de ação para o Desenvolvimento do Turismo 2014-2020, reforçado com a Estratégia Turismo 2027, Portugal quer ser o destino com maior crescimento turístico na Europa, suportado na sustentabilidade e na competitividade de uma oferta turística diversificada, autêntica e inovadora, consolidando o turismo como uma atividade central para o desenvolvimento económico do país e para a sua coesão territorial" -podem inclusivamente promover a atratividade das cidades e zonas envolventes.

Outro tipo de fluxo turístico, ainda dentro do segmento profissional ou corporativo, é o turismo dito de Congressos que com muita relevância em cidades como Lisboa e progressivamente o Porto poderá, sobretudo na sua vertente de Viagens de Incentivo (com grupos entre 20 e 50 participantes) vir a aproveitar das

belezas naturais e paisagísticas de concelhos como Vale de Cambra (na sua parte mais rural) e, sobretudo, Arouca.

Os Concelhos que integram o entre o Douro e o Vouga têm vindo a construir ao longo dos últimos anos práticas consolidadas de programação cultural e criativa bem como a qualificar e mobilizar uma rede de equipamentos de primeiro nível cuja otimização se fará quando interligada mais consistentemente com equipamentos e agendas semelhantes no todo da Área Metropolitana do Porto. Fonte: (EDV e as prioridades de programação estrutural para 2014-2020)

Desde a Viagem Medieval ao Festival Internacional de Teatro de Rua - Imaginarius, e evento Perlim - Parque Temático de Natal em Santa Maria da Feira (só o primeiro evento acolheu este ano mais de 600 000 visitantes), ao Mercado à Moda Antiga de Oliveira de Azeméis, ou às celebrações à volta do Convento de Arouca, passando pela Casa da Criatividade de S. João da Madeira, ou pelo funcionamento da Oliva Creative Factory (polo este com características de divulgação artística e cultural muito diferenciadas, sendo o segundo, em acabamento, especificamente dedicado à instalação e apoio a empresas do cluster das indústrias culturais e criativas), ou pelo projeto em desenvolvimento do Centro de Criação e Teatro Artes de Rua – o Entre o Douro e o Vouga hoje alargado aos 14 Concelhos da Terra de Santa Maria, posiciona-se como um território com provas dadas e dividendos importantes a criar à escala regional.

Reforce-se ainda a importância deste sector considerando o grau de complementaridade que exerce sobre os sectores económicos industriais ditos tradicionais e com forte implementação em todo o território. Se, nesse caso se procurará sobretudo especializar e progredir na cadeia de valor incorporando um maior valor acrescentado, neste caso procura criar-se e consolidar-se um sector emergente, mas com grande efeito multiplicador ao nível do conhecimento, inovação e mobilização de redes. Deve, assim, ser considerado um segmento prioritário no contexto da programação dos investimentos do conjunto dos municípios. Fonte: (EDV e as prioridades de programação estrutural para 2014-2020).

## **5.1. Desenho da Investigação**

### **5.1.1 Descrição da metodologia da Investigação**

Foram várias as metodologias utilizadas na elaboração da dissertação. Em primeiro lugar procedeu-se à recolha de bibliografia, documentos, artigos científicos e dados estatísticos sobre temas como: marketing territorial; turismo cultural e criativo; indústrias criativas; novas tendências do turismo

#### **Recolha empírica de dados**

Em termos da natureza dos dados recolhidos, a pesquisa reflete a sua natureza essencialmente quantitativa (respostas ao questionário - Escala de Likert. Nestas escalas é pedido ao entrevistado que indique o grau de acordo ou desacordo com uma variedade de afirmações sobre um objeto ou atitude. Estas escalas são compostas por duas partes: a parte dos itens é essencialmente uma afirmação acerca do objeto em avaliação a parte de avaliação é uma lista de categorias de resposta que pode ir desde o “concordo totalmente” até ao “discordo totalmente”. Aplicou-se igualmente a Escala de Thurstone.

Na classificação dos dois principais instrumentos da pesquisa, segundo Volo (2009, p. 115), o questionário insere-se nos métodos tradicionais de recolha neste domínio., tendo presente a avaliação, a satisfação e a concordância.

Na presente investigação, a população em estudo são os visitantes, os participantes e os residentes.

Tabela 41: Ficha técnica da Investigação

<b>Ficha técnica da Investigação</b>	
<b>Universo</b>	são os visitantes, os participantes e os residentes
<b>Estrutura da Amostra</b>	Visitantes, os participantes e os residentes
<b>Forma de Entrevista</b>	direta
<b>Amostragem</b>	Aleatória simples e por conveniência
<b>Datas de entrevista</b>	29 de julho a 9 de agosto – 2015 27 de julho a 7 de agosto - 2016

Fonte de dados: Elaboração de Roberto Carlos Reis

### **Amostragem**

Sendo a população em estudo muito vasta, a dificuldade de inquirir todo o universo determinou a decisão de estudar apenas uma amostra, embora procurando assegurar que tivesse características idênticas à da população em estudo. Com efeito, o processo de amostragem deve assegurar que a amostra seja representativa, isto é, que seja selecionada de tal forma que todos os membros que fazem parte da população a inquirir tenham a mesma probabilidade de a integrar (Veal, 1997, p. 205).

Considera-se que o processo de amostragem seguido permitiu obter uma amostra com características aproximadas à da população em estudo, ainda que com limitações acima reconhecidas, designadamente em termos do tamanho da amostra. A amostra é "um grupo de indivíduos ou selecionados para representar a população (Charles, 1998:145) e a População: "conjunto dos indivíduos, casos ou observações onde se quer estudar o fenómeno" (Almeida & Freire, 2003: 103)

Da mesma opinião com (Charles, 998:145), a Amostra é "o conjunto de situações (indivíduos, casos ou observações) extraído de uma população" (Almeida & Freire, 2003: 103).

Dadas as características do nosso estudo, optámos por uma modalidade de amostragem probabilística, a amostragem "bola de neve". A fim de contrariar a sua possível fraca representatividade, optámos por aplicar os inquéritos por questionário em formato de formato papel, assim como alcançar um número de respostas significativas (n=383 para população residente, n=278 para participantes e n= 384 para visitantes. A amostra foi assim distribuída - Participantes: n=139 (2015) n=139 (2016); População: n= 192 (2015) n= 191 (2016) e Visitantes: n=192 (2015) n=192

(2016) da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, tendo em consideração as orientações de Krejcie & Morgan (1970 e Almeida & Freire (2008).

### **Instrumento**

A elaboração do inquérito por questionário por administração direta teve em conta os objetivos da nossa investigação. «O questionário é um instrumento de observação não participante, baseado numa sequência de questões escritas, que são dirigidas a um conjunto de indivíduos, envolvendo as suas opiniões, representações, crenças e informações factuais, sobre eles próprios e o seu meio.» (Quivy & Campenhoudt, 1992).

No que se refere à satisfação em turismo, o inquérito por questionário é o instrumento de pesquisa mais utilizado<sup>47</sup>.

### **Recolha de dados por inquérito por questionário**

Apoiado na literatura, o inquérito por questionário foi efetuado para participantes, residentes e visitantes, estruturado da seguinte forma:

#### **População Residente:**

1. Perfil do residente: caracterização dos inquiridos com base no seu perfil psicográfico (aventureirismo) e dados sociodemográficos. Caracterização da população residente: idade, sexo, estado civil, habilitações literárias, NUT III (naturalidade e residência); profissão, rendimento, conhecimento sobre os eventos do Concelho
2. Satisfação: as perguntas deste bloco do questionário procuravam medir a satisfação do residente: Perceção sobre a Viagem Medieval; Satisfação dos residentes com a organização; Condições da Viagem; Satisfação com o estilo de liderança e Satisfação com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços

#### **Participantes**

1. Perfil do participante nas seguintes áreas: Associações: animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional.

---

<sup>47</sup> Conforme muitos exemplos o demonstram (Alegre & Garau, 2010; Chi & Qu, 2008; Edwards et al., 2009; Ekinçi, 2004; Faullant et al., 2011; Fuchs & Weiermair, 2004; Hasegawa, 2010; Heung & Quf, 2000; Hui et al., 2007; Joppe, Martin, & Waalen, 2001; McDowall, 2010; Meng et al., 2008; Neal & Gursoy, 2008; Pawitra & Tan, 2003; Ryan, Shih Shuo, & Huan, 2010; Song et al., 2011; Song et al., 2012; Taplin, 2012; Yoon & Uysal, 2005; Yuksel, 2001; Yüksel & Yüksel, 2003).

Caracterização dos inquiridos com base no seu perfil psicográfico (aventureirismo) e dados sociodemográficos.

2. Caracterização dos participantes: idade, sexo, estado civil, habilitações literárias, NUT (III naturalidade e residência); profissão, rendimento, condições em que participa na Viagem Medieval conhecimento sobre os eventos do Concelho.
3. Satisfação: as perguntas deste bloco do questionário procuravam medir a satisfação do residente também com a visita que o turista tinha acabado de efetuar, numa operacionalização multi-indicador (relativamente à satisfação global) e multiatributo (relativamente às dimensões da experiência com as atrações, com o movimento entre estas e com o destino/lugar): Perceção sobre a Viagem Medieval; Satisfação dos participantes com a organização; Condições da Viagem; Satisfação com o estilo de liderança; Satisfação com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços.

#### **Visitantes:**

1. Perfil dos Visitantes: caracterização dos inquiridos com base no seu perfil psicográfico (aventureirismo) e dados sociodemográficos. Caracterização dos Visitantes: idade, sexo, estado civil, habilitações literárias, NUT III naturalidade e residência; profissão, rendimento, conhecimento sobre os eventos do Concelho.
2. Caracterização da viagem e visita: as questões deste grupo tiveram como objetivo recolher informação de caracterização da visita realizada pelo turista no dia de inquirição pensa voltar a Santa Maria da Feira: motivo principal da visita a Santa Maria da Feira, modo de deslocação, se já tinha visitado anteriormente Santa Maria da Feira Quem acompanhou nesta viagem, quantos dias fica em Santa Maria da Feira, onde fica alojado; razões para a escolha de Santa Maria da Feira como destino turístico.
3. Satisfação: as perguntas deste bloco do questionário procuravam medir a satisfação do residente também com a visita que o turista tinha acabado de efetuar, numa operacionalização multi-indicador (relativamente à satisfação global) e multiatributo (relativamente às dimensões da experiência com as atrações, com o movimento entre estas e com o destino/lugar): Grau de satisfação global para a visita a Santa Maria da Feira: Grau de Satisfação na

visita, Opinião sobre a Viagem Medieval; Satisfação com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços; Recomendaria aos amigos a visita a Santa maria da Feira.

4. Atrações e atividades: em que se procurava recolher informação sobre a dimensão multiatração da visita em análise, realizada pelo visitante no dia da aplicação do inquérito: principal inconveniente da Viagem para a Região; Sugestão para estimular o turismo na região e gastos na Viagem Medieval;

No parágrafo inicial, o questionário começava por apresentar resumidamente o objetivo do estudo, recordando-se a confidencialidade.

Para a análise comparativa entre a satisfação global e as variáveis independentes, a escala de Likert, uma escala de mensuração com cinco categorias de respostas, variando de discordo totalmente a concordo totalmente, que exige que os participantes indiquem o grau de concordância ou de discordância com cada uma de várias afirmações relacionadas aos objetos de estímulo.

Maioritariamente, foram utilizadas questões fechadas, de modo a facilitar o tratamento de dados. No entanto, foram integradas duas questões abertas sobre as impressões da visita em geral e sobre as atrações visitadas, no sentido de complementar a informação sobre a satisfação do turista. Por outro lado, em quatro questões (relativamente às atrações visitadas, atividades realizadas, estratégia de escolha do trajeto e referenciais de orientação) era pedido ao respondente, se fosse o caso, que indicasse outra situação diferente das anteriores opções de resposta, para rigor da informação recolhida.

No final do questionário, deu-se oportunidade à população residente e participantes em 2 questões abertas se pronunciar sobre a introdução ou a eliminação, bem como a sua opinião sobre o inconveniente da viagem medieval e uma sugestão para estimular o turismo no Concelho. Ao visitante foi pedido apenas para dar a sua opinião sobre o inconveniente da viagem medieval e uma sugestão para estimular o turismo no Concelho.

Finalmente, agradeceu-se ao turista pela sua participação.

Na administração do questionário, recorreu-se à administração direta, sempre com presença do entrevistador, resultando tanto em entrevistas estruturadas, registadas no questionário pelo entrevistador como em situações de preenchimento individual assistido. O procedimento foi adaptado à preferência de cada inquirido no sentido de maximizar a taxa de resposta.

### 5.1.2. Etapas de Investigação

Problemas da Investigação – Estudo exploratório

Revisão da Literatura

Entrevistas dos responsáveis dos eventos

Desenho do Modelo Teórico Proposto

Concetualização das premissas - Formulação de Hipóteses

Construção de indicadores

Revisão da Literatura – Construção da Escala

Redação do Questionário e aplicação da Amostra

Depuração identificação de idoneidade da Escala - Dimensão e fiabilidade

Modelo de equações estruturais

Foram várias as metodologias utilizadas na elaboração da dissertação. Em primeiro lugar procedeu-se à recolha de bibliografia, documentos, artigos científicos e dados estatísticos sobre temas como: marketing territorial; turismo cultural e criativo; indústrias criativas; novas tendências do turismo

#### **Análise de dados**

A identificação de eventuais relações probabilísticas causais pode fundar-se em três tipos de evidência (Davis, 1996, citado por Kastenholtz, 2002, p. 202): (i) variação concomitante, revelando o grau em que duas variáveis estão associadas; (ii) ordem temporal de ocorrência, exigindo que o fator causal preceda a variável dependente; (iii) ausência de fatores causais, verificando-se que não há nenhuma outra variável que possa ser responsável por uma mudança na variável dependente, o que é muito difícil e eventualmente impossível de demonstrar no âmbito das ciências humanas.

À medida que se fez a recolha empírica através do inquérito e do estudo de rastreamento, procedeu-se à verificação atenta dos documentos (questionários, folha de cálculo do Excel para a elaboração dos gráficos.) e processos de registo dos dados.

A análise estatística dos dados estrutura-se essencialmente em duas partes: Estatística Descritiva: procura-se descrever a amostra, pondo em evidência as características principais e as propriedades.

Estatística Indutiva: conhecidas certas propriedades (obtidas a partir de uma análise descritiva da amostra), expressas por meio de proposições, imaginam-se proposições mais gerais, que exprimam a existência de leis (na população).

Foi construída uma base de dados no programa informático SPSS 12.0 (SPSS para Windows, versão 12.0, SPSS Inc., Chicago, Estados Unidos da América) e tratada para estatística descritiva e inferencial.

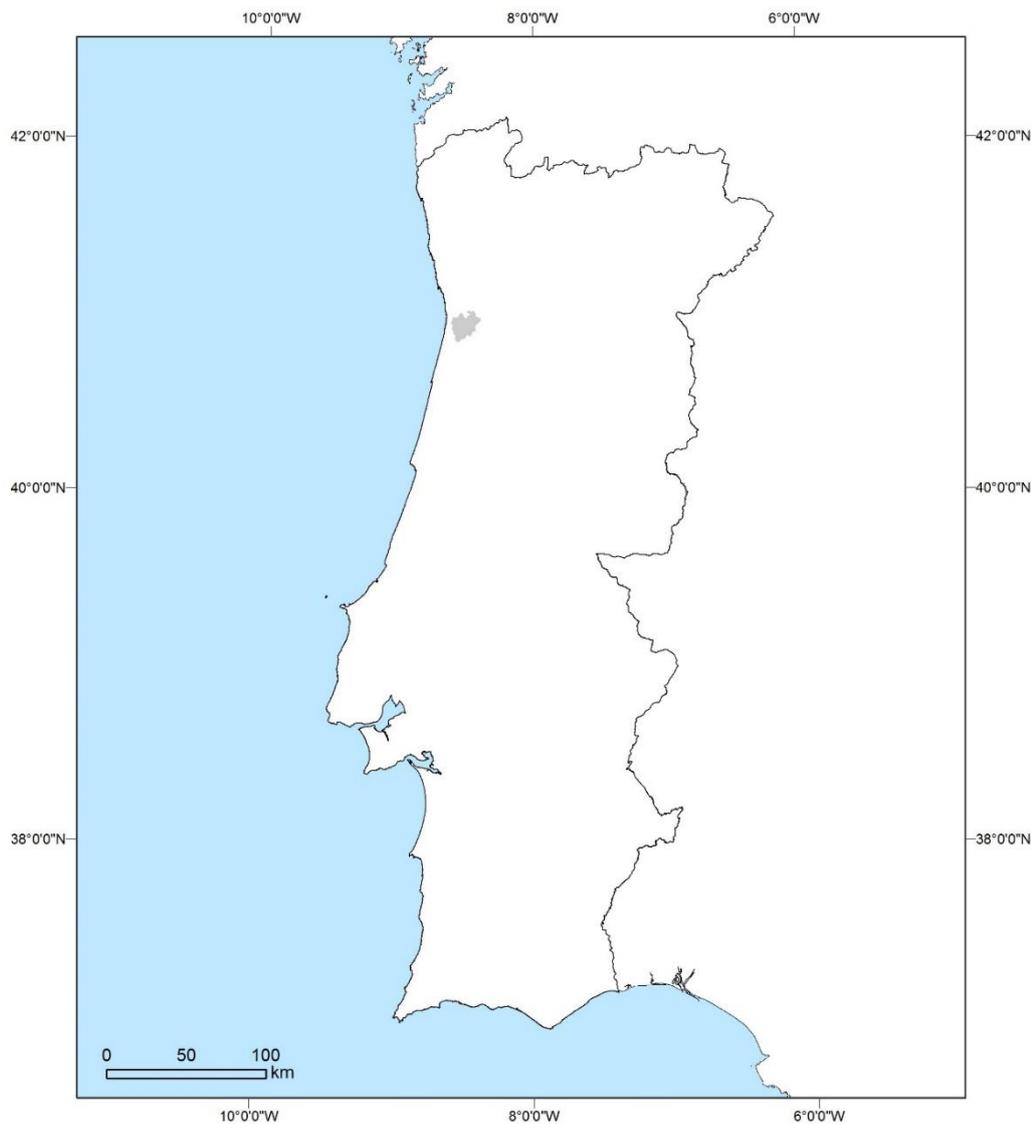
Relativamente à análise estatística, depois da codificação das opções de resposta para cada questão e a criação de categorias para perguntas abertas, seguiu-se a introdução dos dados numa base do SPSS Statistics 25.0. A análise estatística dos dados estrutura-se essencialmente em duas partes:

Para a análise estatística dos dados, recorreremos ao software SPSS Statistics 25.0.0. Os resultados foram apurados a partir de análises descritivas para descrever variáveis discretas, ordinais ou nominais (Pereira & Patrício, 2013).

Nesta fase da análise descritiva apuramos os resultados a nível global, com a construção de figuras e de quadros com estatísticas descritivas para as variáveis contínuas e quadros de frequências para as variáveis discretas em análise; procedendo-se, para apoio à análise inferencial, a análise descritiva bivariada de cruzamento de variáveis e usamos para interpretar os dados. Histogramas, Análise Indutiva: nesta fase trabalhamos a partir dos dados recolhidos da amostra, estendendo os resultados à respetiva população, isto é, permite tirar conclusões sobre a população (residentes, participantes e visitantes).

## **5.2. Caracterização da amostra que participou no estudo - População Residente**

O Município de Santa Maria da Feira pertence à NUT III de Entre Douro e Vouga, integra a Área Metropolitana do Porto e a entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal. (Figura 82).



**Figura 82: Localização do Município de Santa Maria da Feira em Portugal Continental**

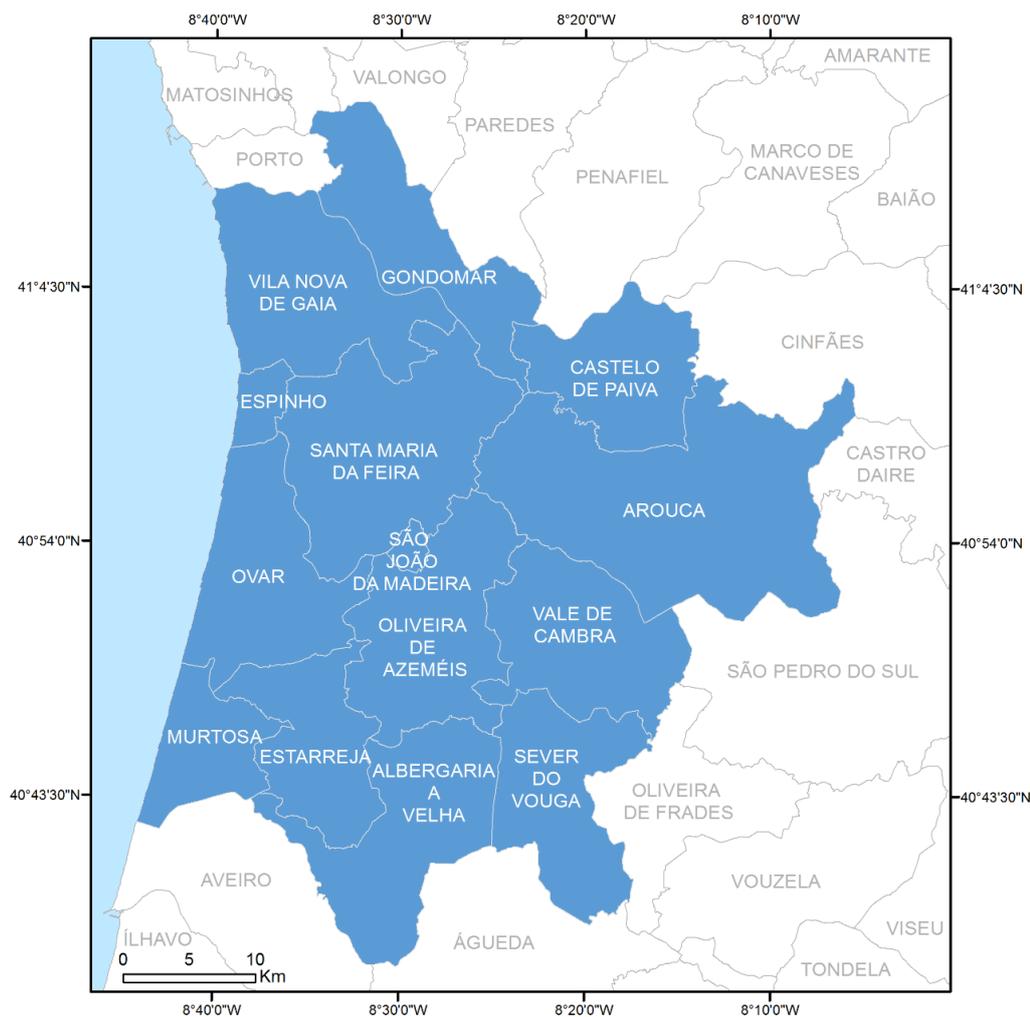
Fonte de dados: Elaboração de Roberto Carlos Reis

Com uma área de 215,87km<sup>2</sup> e uma população de 139 312 habitantes (Fonte: INE - Censos 2011,) Santa Maria da Feira é composta por 21 freguesias/ União de Freguesias, após a reorganização administrativa de 2013. (Figura 83).



**Figura 83: Identificação das freguesias que fazem parte do Município Santa Maria da Feira**  
 Fonte de dados: Elaboração de Roberto Carlos Reis

É geograficamente limitado a este por Arouca, a norte por Vila Nova de Gaia e Gondomar, a oeste por Espinho e Ovar e a sul por S. João da Madeira e Oliveira de Azeméis. (Figura 84).



**Figura 84: Mapa da Terra de Santa Maria**  
 Fonte de dados: Elaboração Roberto Carlos Reis

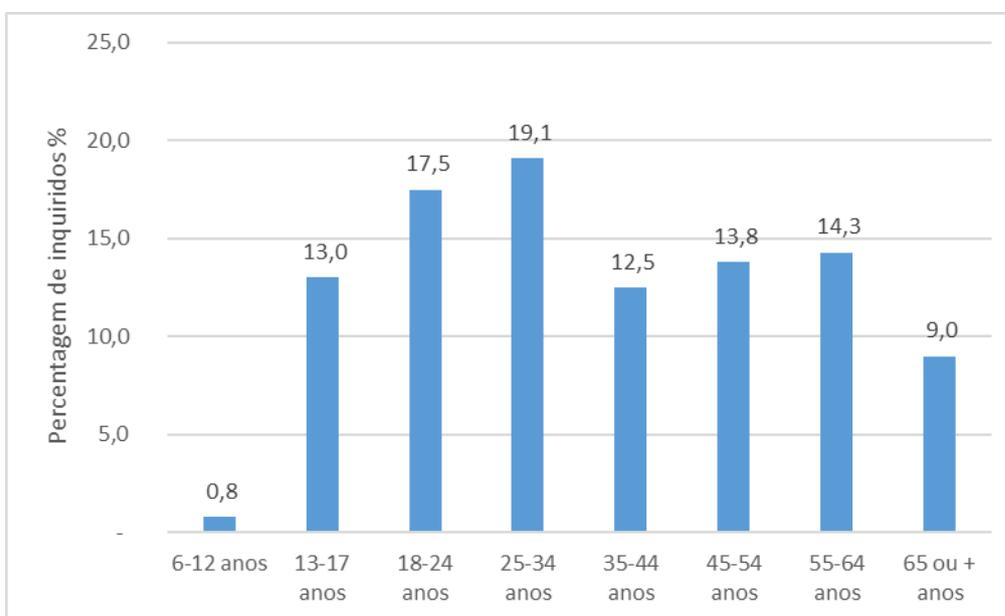
Em termos demográficos, o comportamento da taxa de crescimento populacional de Santa Maria da Feira, nas últimas três décadas, tem contribuído para que o município seja um dos mais dinâmicos no panorama demográfico nacional.

Entre 1981 e 2011, Santa Maria da Feira apresentou, uma taxa de crescimento anual de 0,9%, valor esse muito superior à média nacional, que não ultrapassou os 0,2% de crescimento anual nos últimos 30 anos. De 109 531 habitantes em 1981, Santa Maria da Feira possuía em 2011, 139 312 habitantes (INE; Censos 2011), registando um crescimento de 27%, o que evidencia bem a capacidade de atração de população que o município conseguiu gerar, embora em termos territoriais, a ocupação do território tenha reforçado o carácter disperso.

Não obstante a reorganização administrativa do território do Município de Santa Maria da Feira, realizada em 2013, com a agregação e conseqüente surgimento de Uniões de Freguesia, a caracterização demográfica far-se-á para as freguesias existentes à data dos últimos Censos da População - 2011.

Foram aplicados 383 questionários à população residente no Concelho de Santa Maria da Feira em dois anos consecutivos em de 2015 (50,1%, n= 192) e de 2016 (49,9%, n=191), (Anexo I).

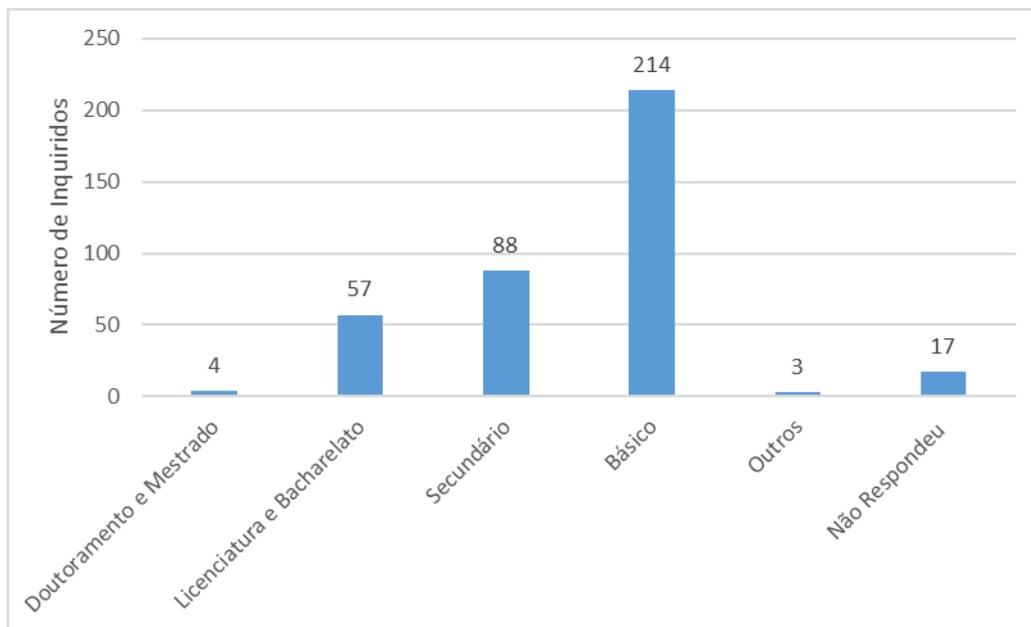
Integram a mostra, maioritariamente, residentes jovens e jovens adultos (entre os 25 e os 34 anos), o que não é de estranhar num Município pouco envelhecido. Ainda assim a Figura 85 ilustra, que participaram nesta investigação residentes dos diferentes escalões etários de um modo expressivo, estando sub-representados as crianças (dos 6 aos 12).



**Figura 85: Composição da amostra dos respondentes ao inquérito por questionário por grupos etários**  
Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria de 2015 e 2016

Por género responderam maioritariamente pessoas do sexo feminino, 68,4 % (n=258) e 31,6 % (n=119) masculino.

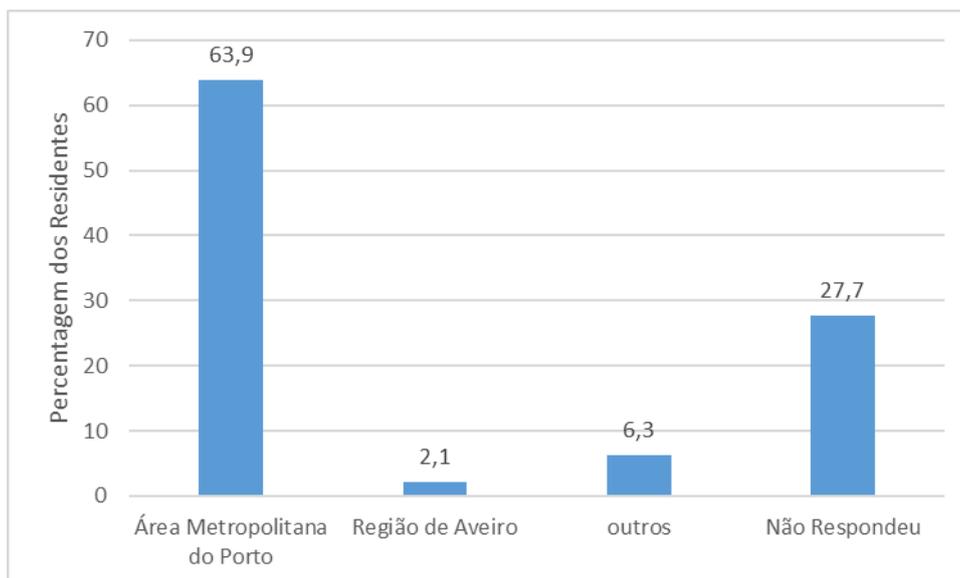
Em termos do estado civil dos residentes 49,7 % (n=190) dos respondentes e casado e 42,1 % (n= 161) solteiro e quanto às habilitações literárias, os inquiridos na sua grande maioria, (n=214) concluiu o Ensino Básico, seguindo-se o Secundário (n=88) e a Licenciatura e Bacharelato (n=57).



**Figura 86: Habilitações da população residente que respondeu ao inquérito por questionário**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

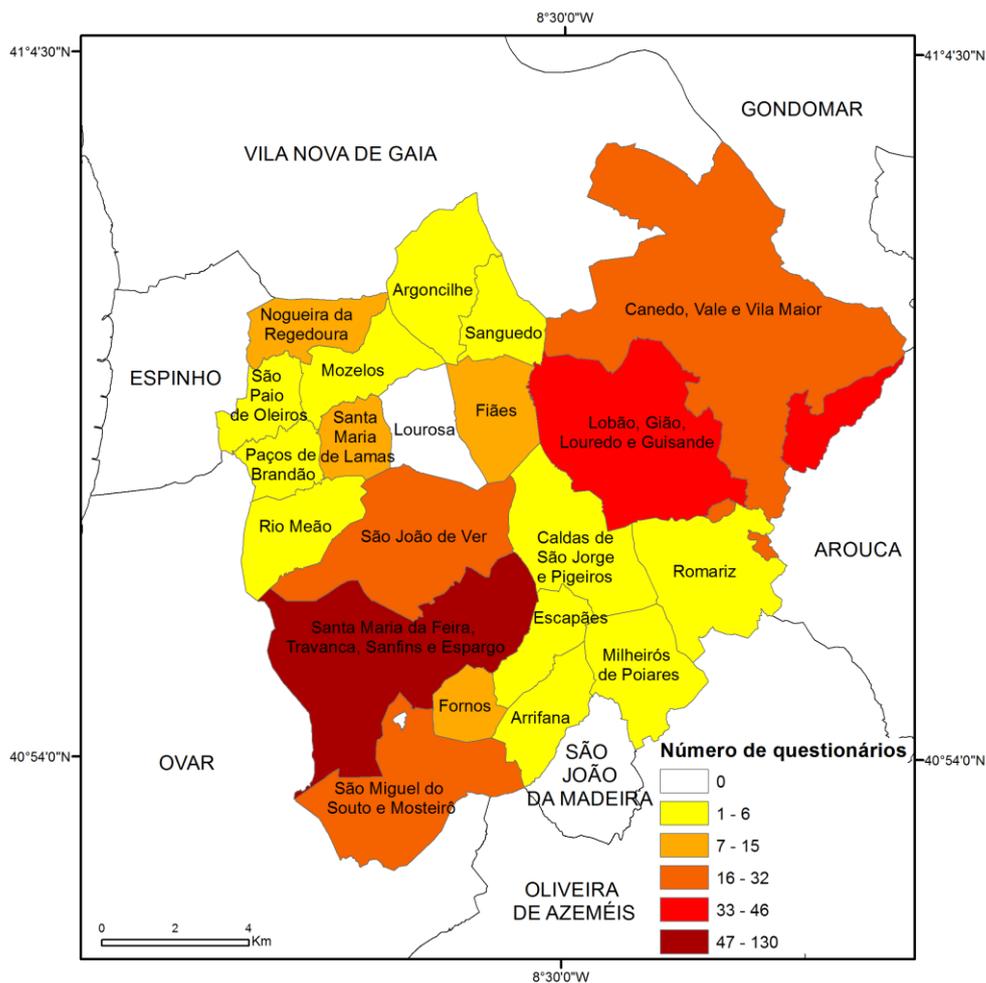
No que diz respeito à Naturalidade, em termos da nomenclatura NUT III, os inquiridos na sua maior parte são oriundos da Área Metropolitana do Porto 63,9 % (n=245), seguindo-se outros com 6,3 % (n=24), que são oriundos de Espanha, Brasil, Suíça, Venezuela e El Salvador e por último a Região de Aveiro com 2,1 % (n=8).



**Figura 87: População residente que respondeu ao inquérito por questionário por naturalidade, em Portugal por NUT III**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Em termos de freguesia de residência, os inquiridos residem na sua maioria na União de Freguesias de Santa Maria da Feira, Travanca, Sanfins e Espargo com 34,2 %, n=131 (23,2 % em 2015, n=89 e 11 % em 2016, n= 49). Segue-se a União de Freguesias de Lobão, Gião, Louredo e Guisande com 12,0 %, n=46 (6,3 % em 2015, n=24 e 5,7 % em 2016, n= 22. (Figura 88).

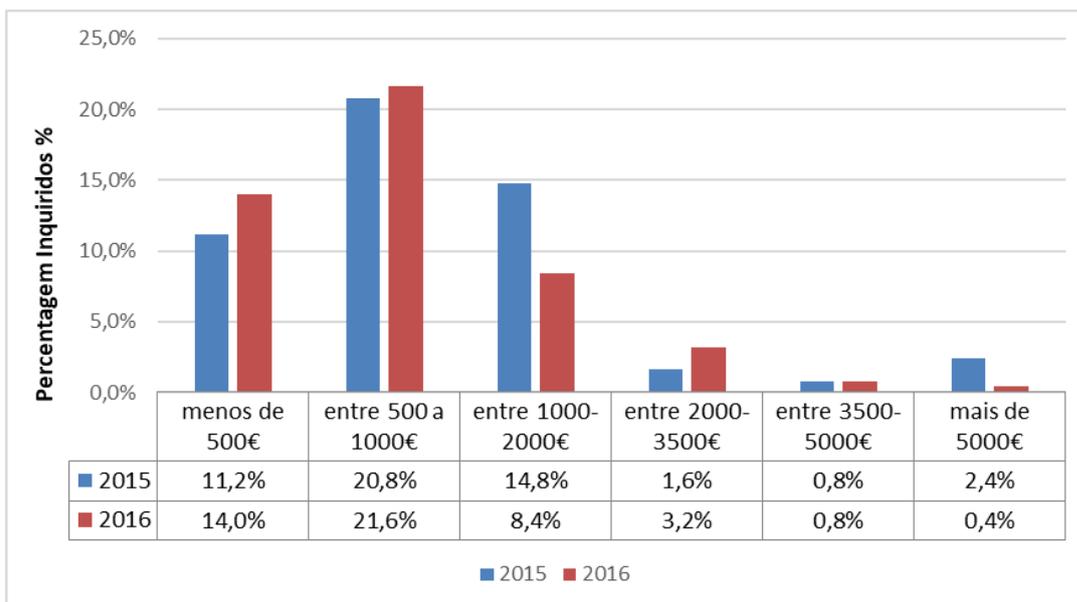


**Figura 88: Número de Questionários da População Residente por Freguesia do Concelho de Santa maria da Feira**

Fonte de dados: Elaboração Roberto Carlos Reis

Quanto à ocupação à situação profissional, uma percentagem muito expressiva dos inquiridos está empregada (39,5 %, n=148), e 24,8 % (n=93) são estudantes.

Os de rendimento do agregado familiar, 42,4% (20,8 % em 2015 e 21,6 % em 2016) dos respondentes tem entre 500 a 1000 € mensais, seguindo-se 25,6 % (11,2 % em 2015 e 14,0 % em 2016) com menos de 500 € mensais.

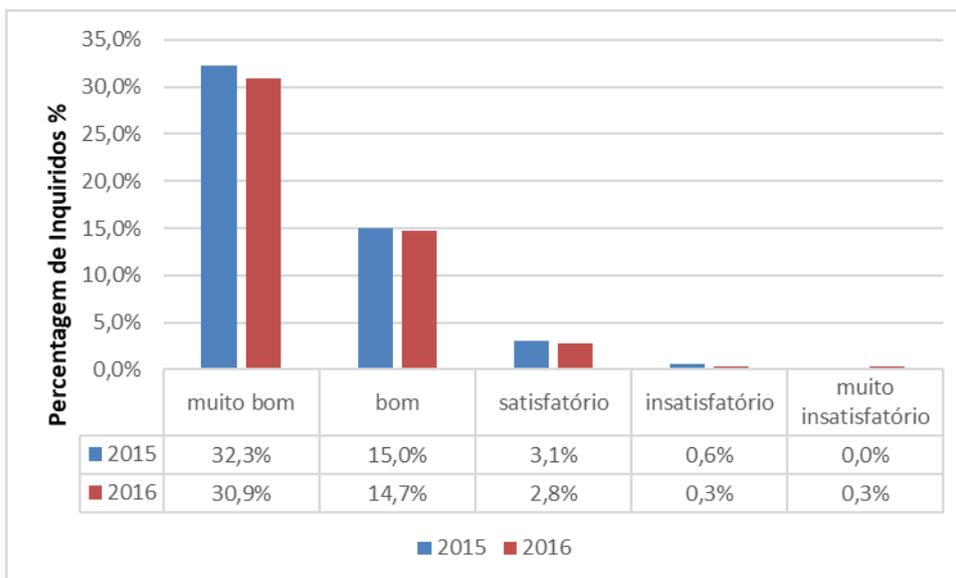


**Figura 89: Rendimento do agregado familiar da População residente inquirida**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Em relação ao conhecimento dos eventos de Santa Maria da Feira, neste caso a Viagem Medieval, 96,5 % (n=361) da população residente conhece. 3,5% (n=31) da população residente inquirida não conhece o evento.

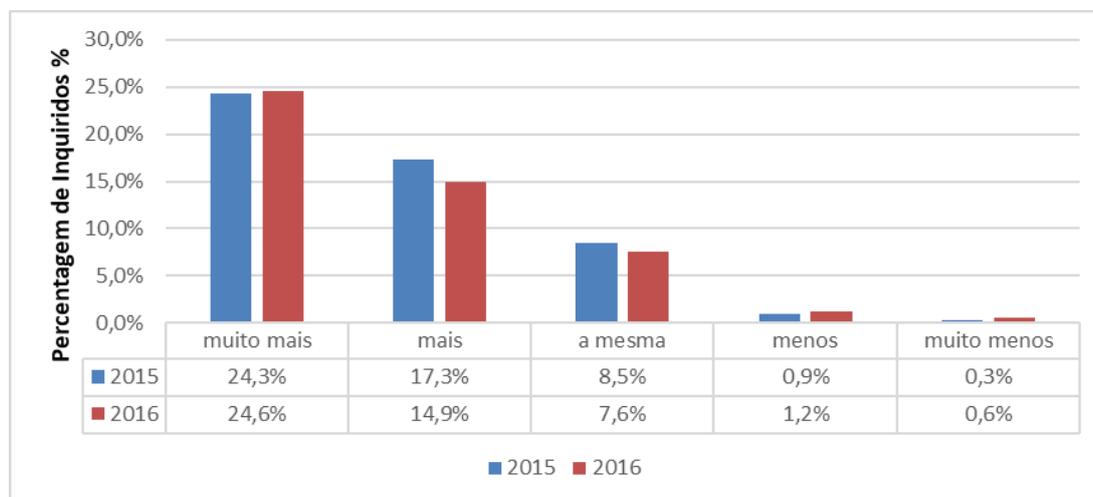
Quanto à avaliação sobre o evento Viagem Medieval, 63,2 %, n=223 (32,3 %, n= 114 em 2015 e 30,9, n= 109) em 2016) da população considera muito bom.



**Figura 90: Avaliação Viagem Medieval por parte da população residente inquirida**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

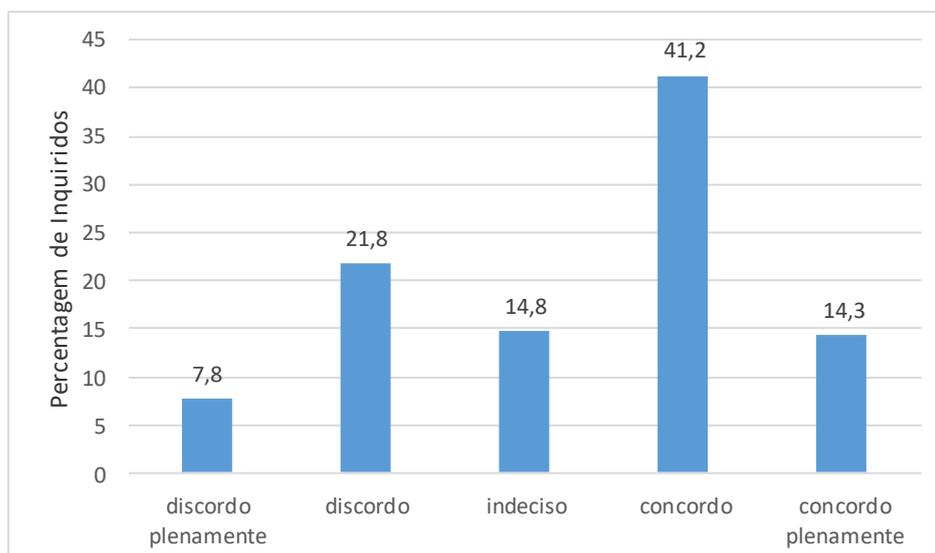
Em relação à importância que a viagem medieval vai desempenhar, no concelho de Santa Maria da Feira, nos próximos 10 anos, 48,8 % (24,3 %, n=83) em 2015 e 24,6 %, n=84 em 2016), considera que o evento vai ter muito mais importância.



**Figura 91: Importância da Viagem Medieval nos próximos 10 anos para a população residente inquirida**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

À pergunta se tivesse que deixar de contar com um dos eventos, qual seria, 34,5 % (n=132. 21,4 % n=82 em 2015 e 13,1 %, n=50 em 2016) respondeu Invasões Francesas, seguindo-se o Imaginarius com 13,6 %, n=52 (2,9 %, n=11 em 2015 e 10,7 %, n=41 em 2016).

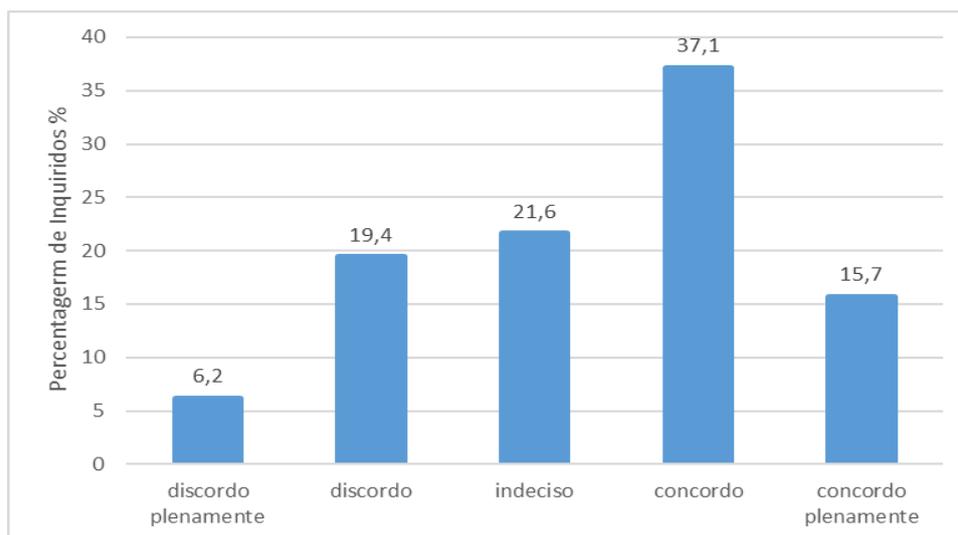
Em relação ao aumento da poluição durante o evento, 41,2 % (n=147) da população residente inquerida concorda juntando-se ainda os 14,3 % (n=51) daqueles que concordam plenamente, demonstrando claramente que o aumento da poluição é claro para os residentes.



**Figura 92: Percepção da população residente em relação ao Aumento da Poluição**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Em relação às oportunidades de negócio, 37,1 % (n=132) dos inquiridos concorda que a Viagem Medieval permite a criação de novos negócios, como iremos verificar mais adiante, nas áreas da restauração, calçado, vestuário, performances musicais e teatrais, construção civil entre outras.



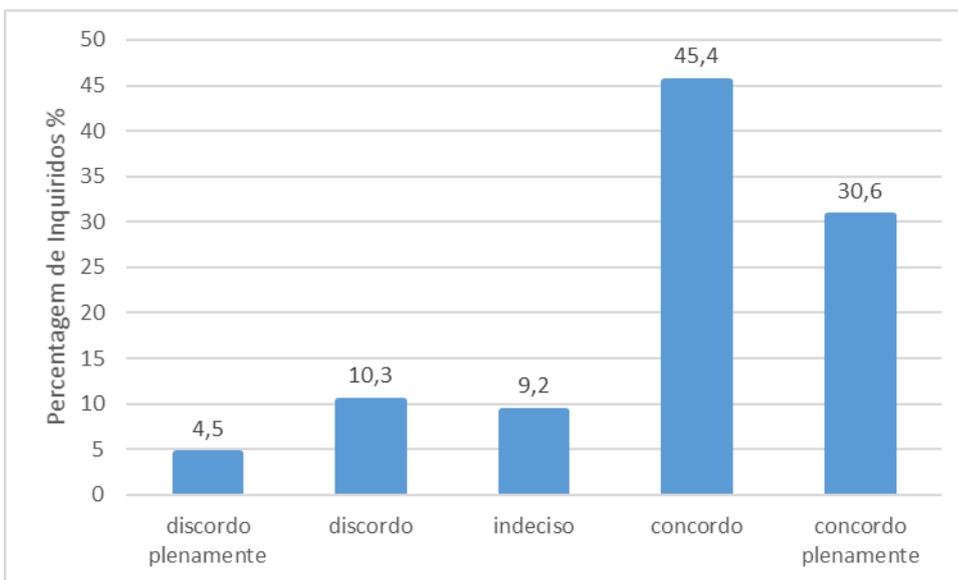
**Figura 93: Opinião da População residente sobre a Viagem Medieval quanto às Oportunidades de Negócio**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016



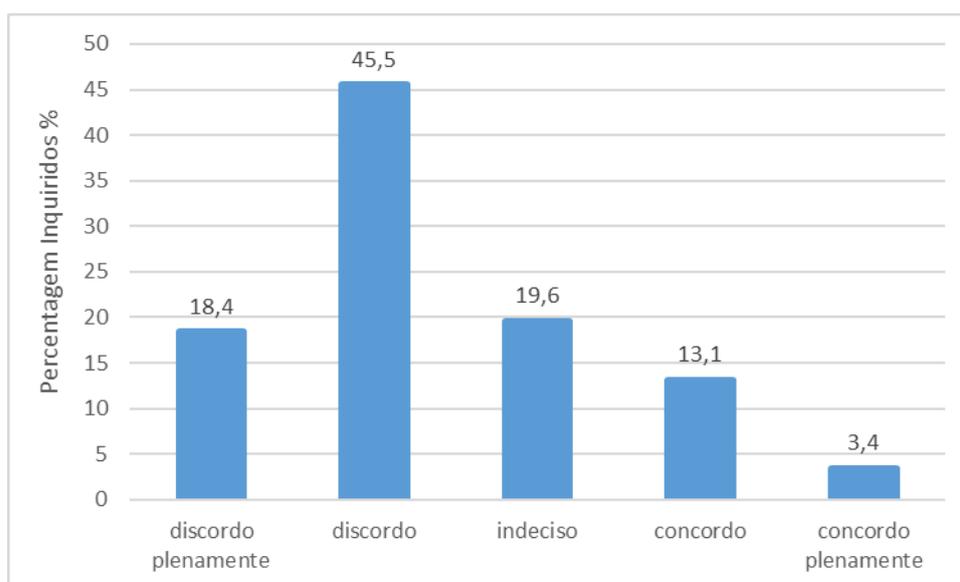
**Figura 94: Droguaria dos Tempos Modernos ajusta o seu negócio às necessidades do evento**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Em relação à questão de aumento de trânsito, 45,4 % (n=162) concorda e 30,6 % (n=110) concorda plenamente, dados reveladores que o aumento de trânsito durante a Viagem Medieval é uma verdadeira realidade.



**Figura 95: Opinião da População residente em relação ao Aumento de Trânsito**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

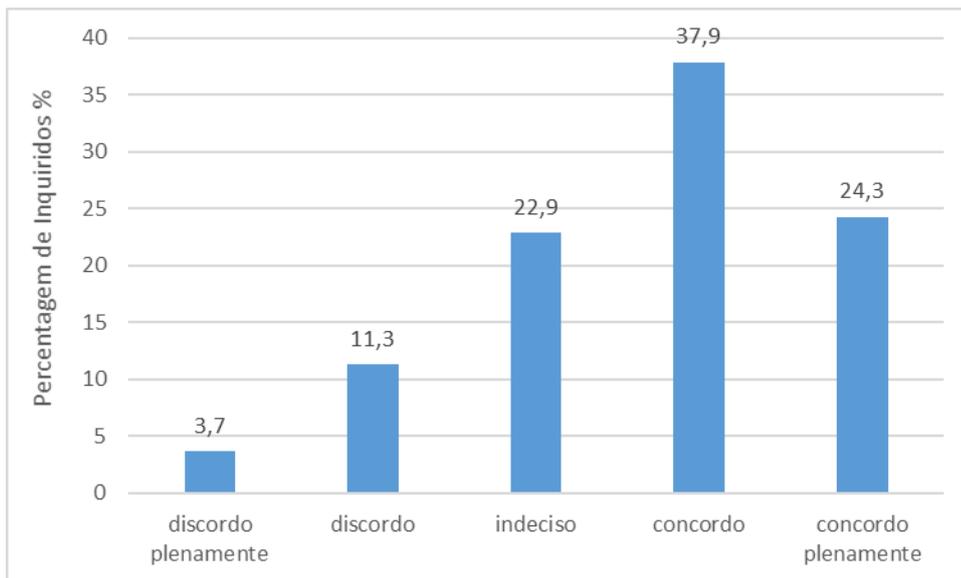
Quanto ao facto do evento contribuir para a Identidade de Santa Maria da Feira, 45,5 % (n=162) discorda, e 18,4 (n=66) % discordar plenamente ((Figura 96), permitindo inferir de que a Viagem Medieval per si só não contribui para o sedimentar da identidade do Concelho, uma vez que por um lado existem outros eventos de carácter identitário (Festa das Fogaceiras, Semana Santa, Imaginarius, Perlím entre outros), e por outro são os residentes que mais sofrem com o pior que a Viagem Medieval tem, e que são também comuns nas respostas dadas pelos participantes e pelos visitantes: encerramento de várias ruas, aumento de trânsito, problemas de estacionamento, aumento da produção de lixo e falta da respetiva separação.



**Figura 96: Nível de concordância da população residente inquirida sobre o contributo da Viagem Medieval para a identidade de Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

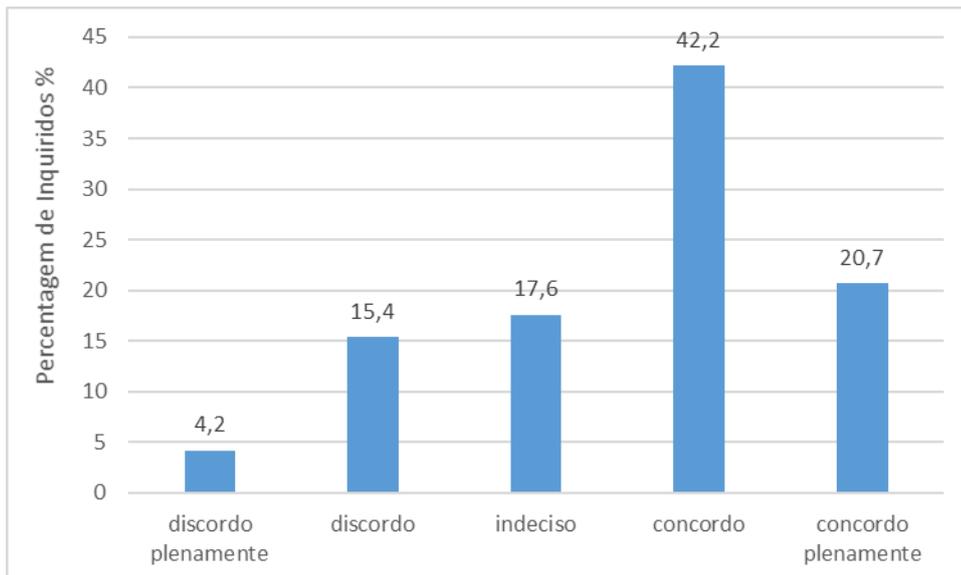
37,9 % (n=134) dos inquiridos concorda e 24,3 % (n=86) dos inquiridos concorda plenamente que o evento Viagem Medieval é benéfico para o artesanato local.



**Figura 97: Opinião da População residente do contributo da Viagem Medieval para a melhoria do Artesanato local**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

42,2 % (n= 151) da população residente concorda e 20,7 % (n=74) concorda plenamente em que a Viagem Medieval traz benefícios ao comércio local.



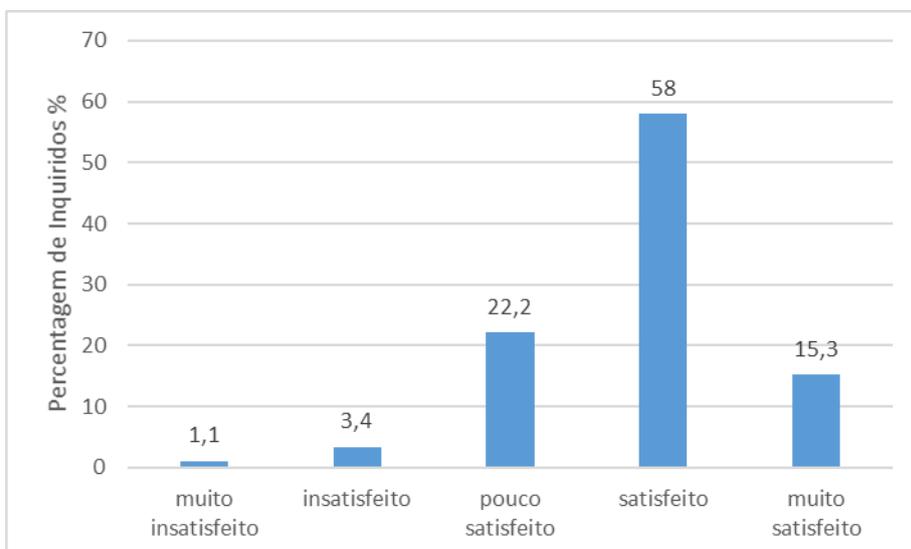
**Figura 98: Opinião da População residente do contributo da Viagem Medieval para a dinamização comércio local**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Em relação à possibilidade de a Viagem Medieval fomentar um aumento da criminalidade, 31,6 % (n=111) dos inquiridos discorda, números muito semelhantes

ao somatório 5,7 % (n=20) daqueles que concordam plenamente e 26, 2 % (n=92) com os que concordam, que o evento aumenta os índices de criminalidade.

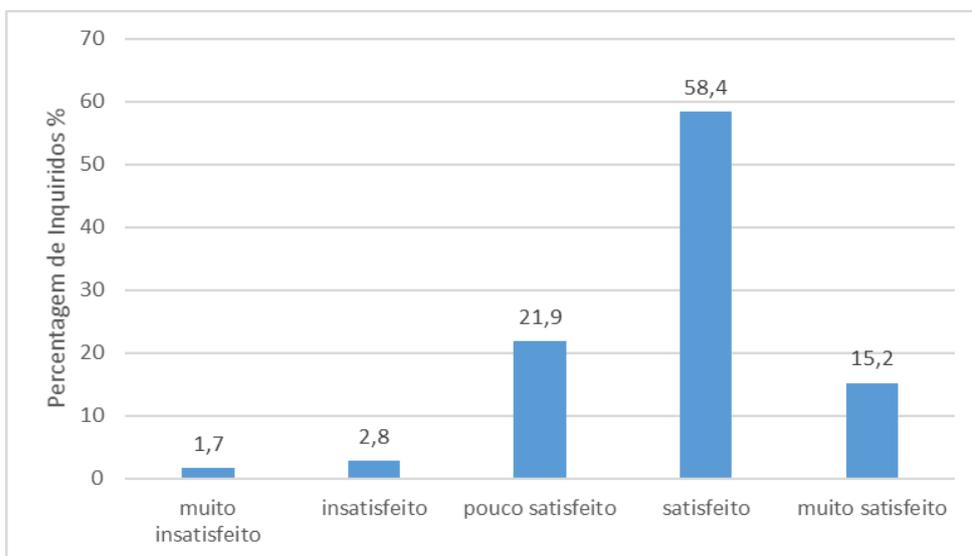
58 % (n=102) dos inquiridos em termos de satisfação global com a imagem da organização, estão satisfeitos. 22,2 % (n=39) estão pouco satisfeitos.



**Figura 99: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre a imagem da organização da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

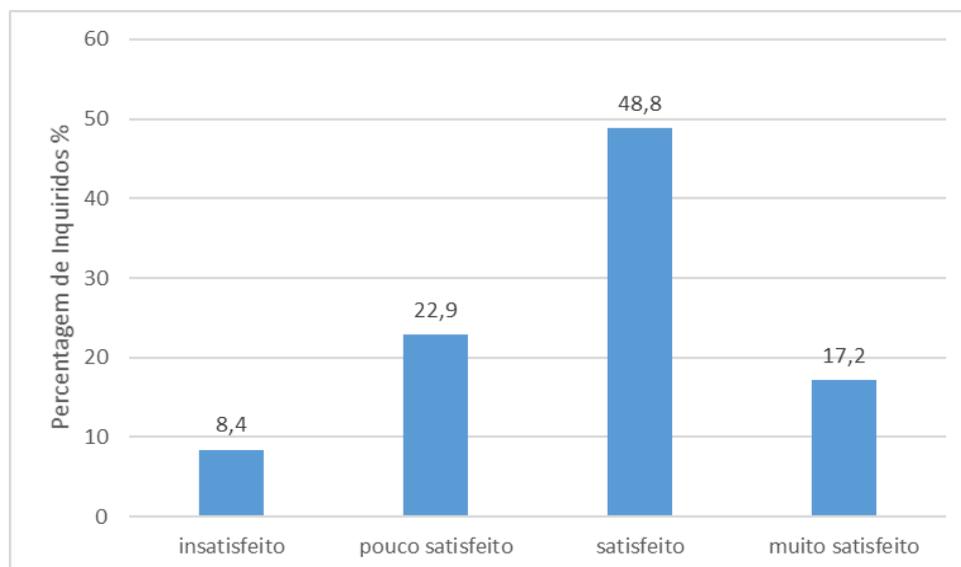
Em termos de desempenho da organização, 58,4 % (n=104) está satisfeito e 15,2 % (n=27). 21,9 % (n=39) está pouco satisfeito.



**Figura 100: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre o desempenho da organização da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

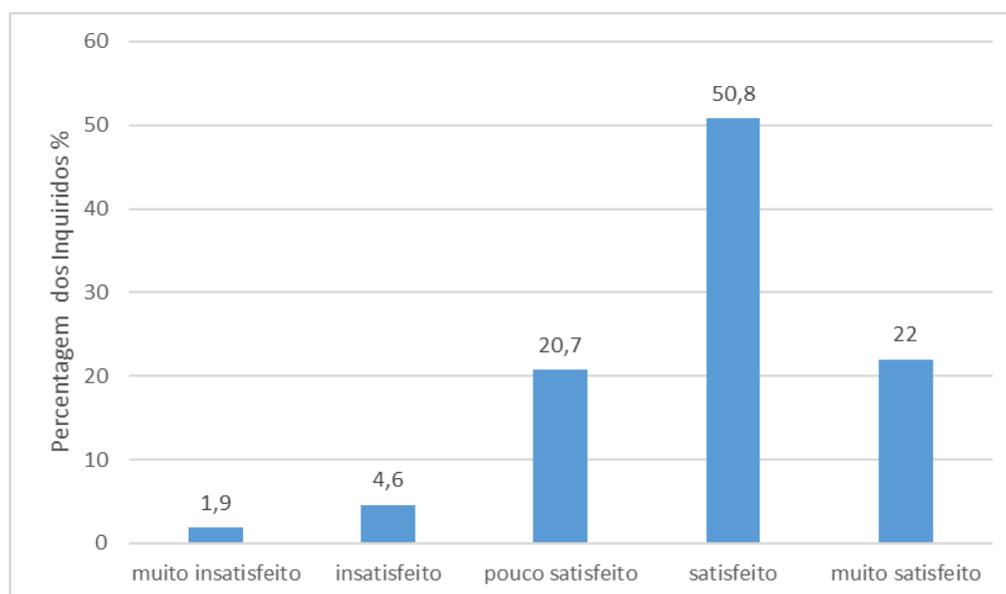
Quanto ao horário da Viagem Medieval, 48,8 % (n=162) da população residente está satisfeita e 17,2 % (n=57), muito satisfeita. O grau de insatisfação ultrapassa os 30 %. 8,4 % (n=28) estão insatisfeitos e 22,9 % (n=76) estão pouco satisfeitos.



**Figura 101: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre o Horário**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

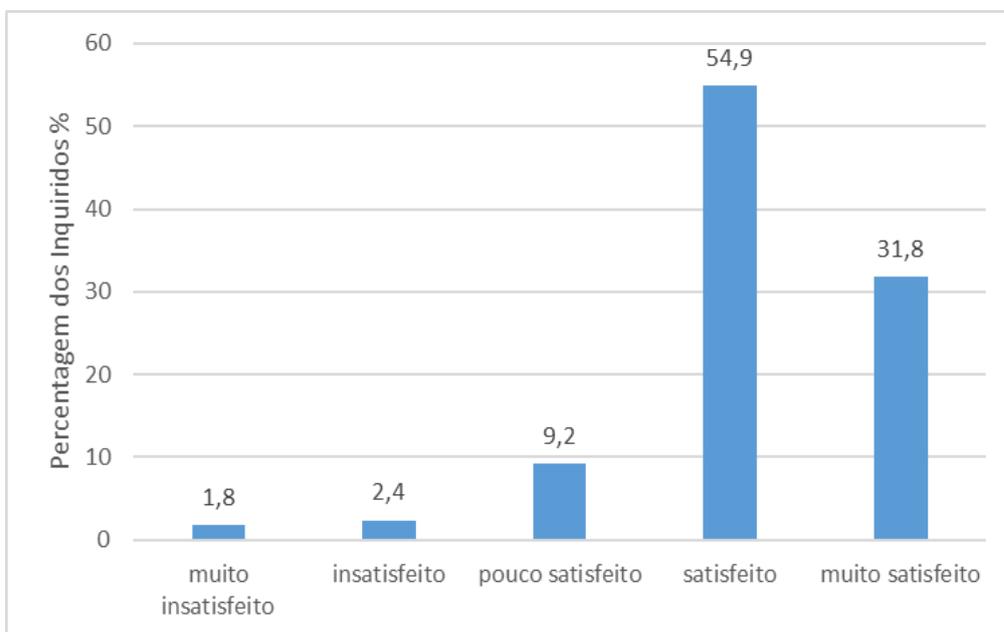
Em relação à imagem que os inquiridos têm sobre as condições da Viagem Medieval, 50,8 % (n=164) está satisfeita e 22% (n=71) estão muito satisfeitos.



**Figura 102: Nível de satisfação da população residente inquirida com as condições da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Em relação ao espaço ocupado pelo evento, 54,9 % (n=185) está satisfeito e 31,8 % (n=107) muito satisfeito.



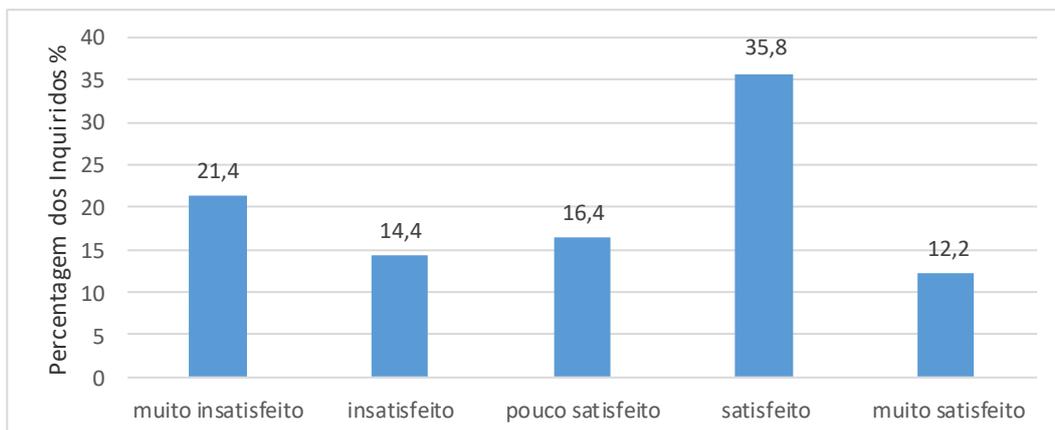
**Figura 103: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre o espaço ocupado pelo evento**  
Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

Quanto à duração do evento, 53,5 % (n=177) da população residente está satisfeita. 20,5 % (n=68) está muito satisfeita.

46,7% (n=142) está satisfeita com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços dos restaurantes do evento.

40,9% (n= 122) está satisfeita com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços das tabernas do evento.

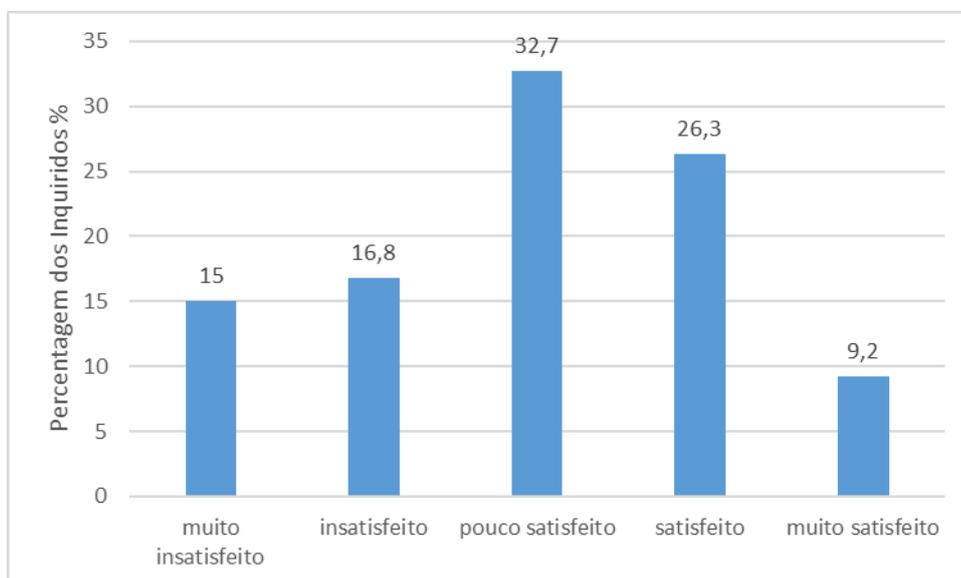
Por sua vez, em relação ao estacionamento do evento, 25,8 (n=122) % dos inquiridos está satisfeito, 12,2 % está muito satisfeito (n=41). Contrariando estes resultados o grau de muito insatisfeito de 21,4 %, (n= 73), de insatisfeito de 14,4 % (n=49) e de 16,4 % (n=56), indicam que o estacionamento durante o evento é um dos principais problemas que a população residente sente.



**Figura 104: Nível de satisfação da população residente inquirida sobre as condições sobre o Estacionamento**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

32,7 % (n=113) dos inquiridos está pouco satisfeito com os preços praticados no evento juntando-se os 16,8 (n=58) de insatisfeitos) e de 15 % (n=52) de muito insatisfeitos.



**Figura 105: Nível de satisfação da população residente inquirida com os preços praticados na Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário à população residente no Município de Santa Maria da Feira, realizado nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016

### 5.3. Participantes na Viagem Medieval: associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional



**Figura 106: Participantes na Animação na Viagem Medieval em Terra de Santa Maria**  
Fonte dos dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

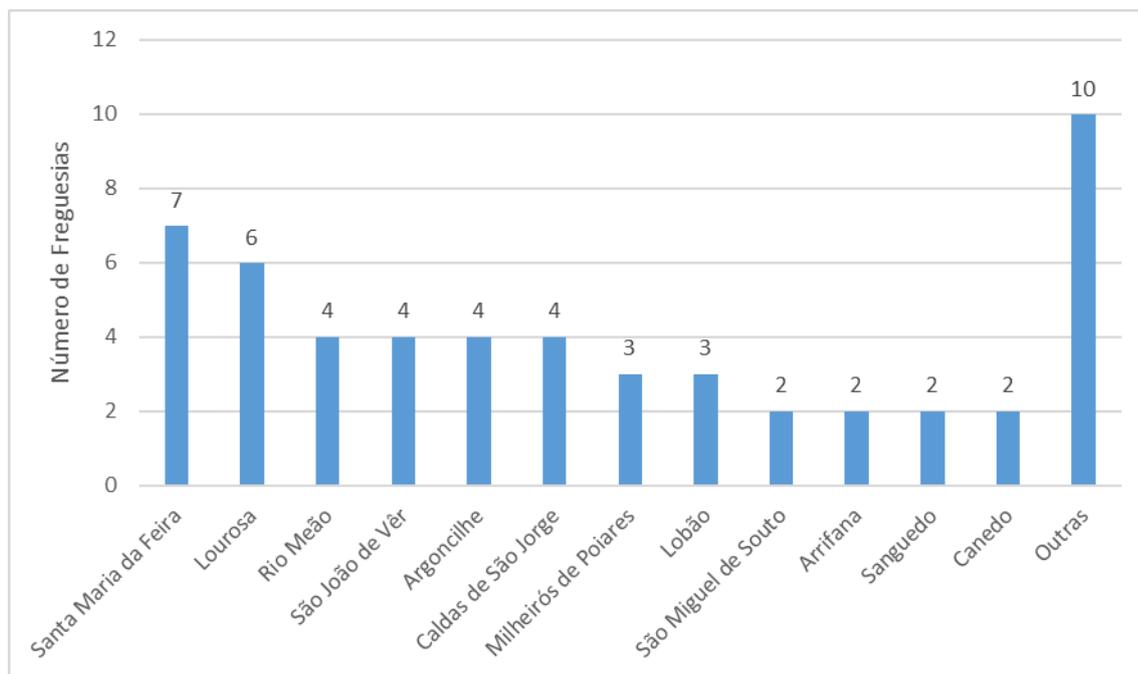
A Viagem Medieval nasceu no seio do associativismo do concelho de Santa Maria da Feira e em 2016, a Federação das Coletividades de Cultura e Recreio, uma das entidades organizadoras do evento aplicou um inquérito cujo principal objetivo era perceber e quantificar a participação das associações no evento. Os resultados obtidos<sup>48</sup> demonstraram a força que o associativismo tem no concelho de Santa Maria da Feira, especialmente na Viagem Medieval, onde grande parte da sua animação é feita por associações locais que ao longo do tempo foram aperfeiçoando e crescendo de forma a trazerem mais produtos e mais qualidade ao evento.

Todavia, gostaríamos de sublinhar de que a Federação não é representativa do mundo associativismo do Concelho, uma vez que tem apenas 53 entidades federadas muitas delas praticamente sem atividade, no que à cultura diz respeito, havendo não muitas vezes focos de tensão. De acordo com os dados disponibilizados pelo Pelouro da Cultura, Museus e Bibliotecas da Câmara Municipal

---

<sup>48</sup> Revista Cultura e Recreio

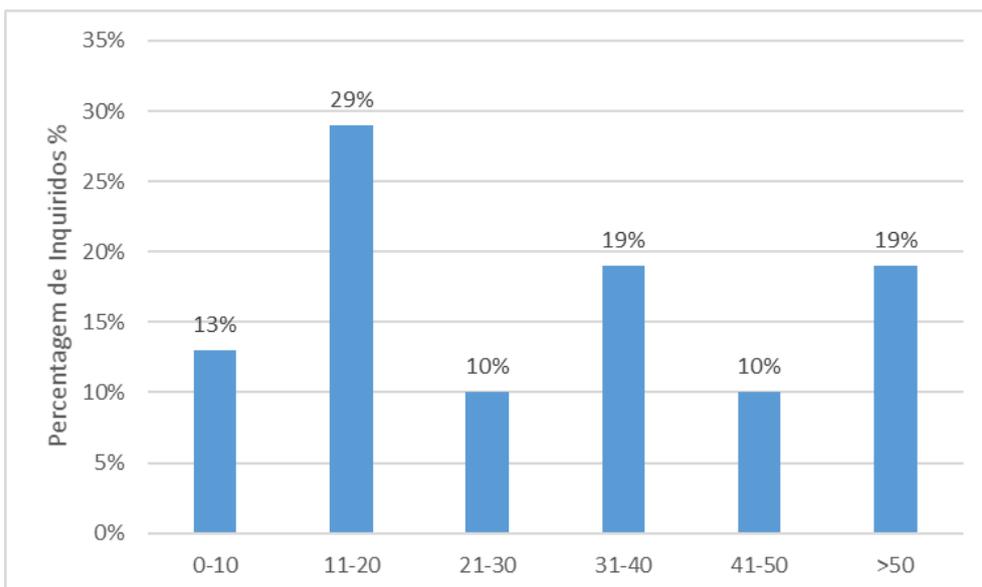
de Santa Maria da Feira, existem pelo menos mais 47 associações de carácter cultural.



**Figura 107: Associações Federadas na Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira, por freguesia.**

Fonte dos dados: Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira

A primeira análise realizada consistiu em apurar o número de pessoas envolvidas nos vários projetos levados a cabo nesta edição e nos 31 projetos de animação da Viagem Medieval de 2016 estiveram envolvidas 683 pessoas divididas em 13 projetos de animação circulante (que tem vários locais como palco) que integravam 268 (39%) pessoas e 18 projetos de animação âncora (espetáculos realizados diariamente no exterior do Castelo) com 415 participantes (61 %). O mínimo de participação num projeto foi de 2 pessoas e o máximo de 118, perfazendo uma média global de todos os projetos de 22 pessoas.

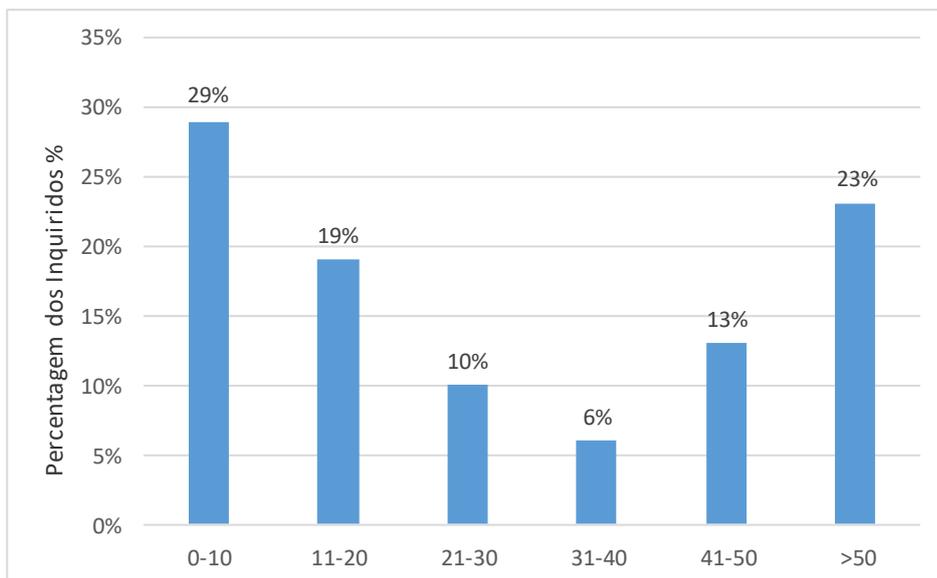


**Figura 108: pessoas das associações federadas envolvidas nos projetos de animação em 2016**

Fonte dos dados: Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira

Para recriar a época medieval da melhor forma e como temos vindo a constatar é necessário um árduo trabalho de preparação, procurando fazê-lo da forma mais variada possível. Como tal, foi também analisado o número de horas que cada projeto gastou em pesquisas, preparação, escrita de guiões e tudo o que é exigido para que seja possível integrar o evento. Com base nas respostas percebeu-se que foram investidas 1152 horas de preparação, distribuídas por todos os projetos. Sendo o máximo de 120 horas, o mínimo de 0 horas e a média 37 horas.

Na figura seguinte, temos a distribuição do número de horas de preparação por projeto e por intervalos, ou seja, 29 % dos grupos tiveram um trabalho de preparação entre 0 e 10 horas (Figura 109).



**Figura 109: número de horas na preparação dos projetos**

Fonte dos dados: Federação das Coletividades de Cultura e Recreio de Santa Maria da Feira

Contabilizando o total de ensaios chegou-se a 517, perfazendo um número total de horas de 1136. Foi também possível perceber o número médio que cada pessoa dedicou em ensaios a cada projeto (2,11 horas).

O mínimo que um projeto dedicou a ensaiar para o evento foi de 2 horas, o máximo de 118, e a média foi de 36,70 horas.

Fazendo a mesma análise por intervalos de tempos de ensaios, chegamos à conclusão que 29% dos projetos dedicou pelo menos 31 horas a esta tarefa.

Refira-se que o número de horas de ensaios de todas as pessoas envolvidas em todos os projetos é de 35178 horas.

Todo este esforço de preparação e ensaios proporcionaram 739 horas de animação durante os doze dias, sendo 235 horas de animação circulante e 504 horas de animação âncora.

Com o intuito de avaliar qualitativamente a importância que o evento tem para as associações foram efetuadas três perguntas que procuravam medir o:

Impacto Social - ou seja, qual a importância que socialmente os projetos envolvidos na Viagem Medieval tinham na associação e na sociedade em volta da mesma;

Com isto pode concluir-se que a Viagem Medieval tem neste momento um papel fundamental na integração e no bem-estar das associações.

Impacto Cultural - ou seja, de que forma estes projetos enriqueciam culturalmente a associação e os seus associados.

A oportunidade de poder conviver com vários grupos de animação de diferentes cantos do mundo possibilita o conhecimento de novas culturas, de diferentes formas de estar e de agir que se traduzem num enriquecimento pessoal e associativo. É também de extrema importância que estes grupos se possam relacionar com grupos profissionais, abrindo desta forma novas portas para o futuro e possibilitando a oportunidade de aprender continuamente.

Em relação ao impacto económico e à importância destes projetos para o desenvolvimento e o bem-estar económico das associações, neste parâmetro de análise é demonstrada a importância que a Viagem Medieval tem neste momento no orçamento das mesmas, possibilitando que cresçam de uma forma equilibrada e sustentada.

Fazendo um parêntesis à análise da participação associativa na animação do evento» foi recolhido o número de pessoas e de horas de participação das pessoas nas tabernas do evento. Com esta análise foi possível perceber que nas 29 associações que participaram na área das tabernas, cada uma teve em média 20 pessoas por dia em ação. Cada pessoa esteve em média 10 horas no espaço, fazendo com que se tenha apurado que estas 480 pessoas estiveram 57744 horas no evento.

Concluindo, a Viagem Medieval é neste momento uma forma das associações poderem crescer de variadíssimas formas, sejam elas económicas ou de outra natureza, e permite o nascimento de projetos que ao longo do tempo se vão tornando referências nacionais na área.

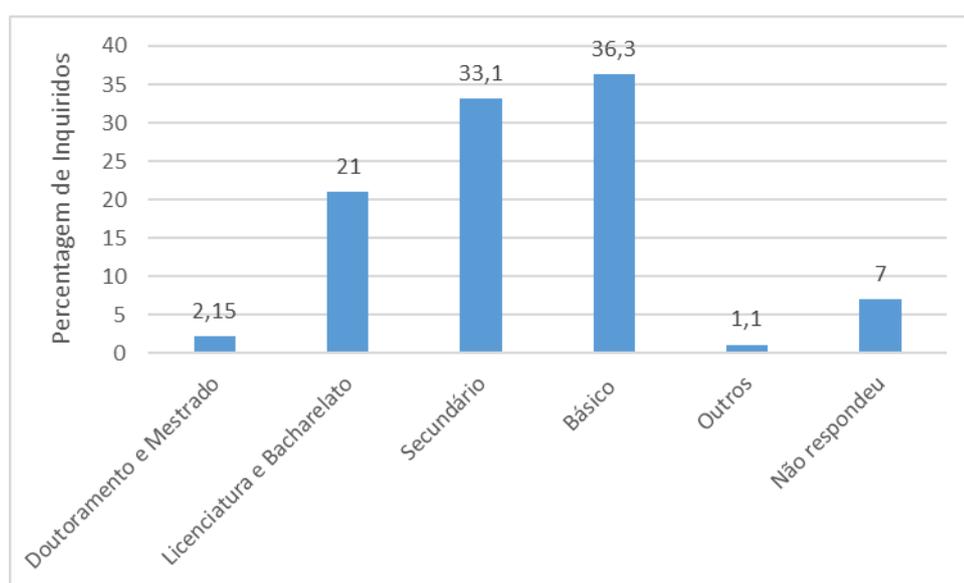
A Viagem Medieval é o embrião que permite, o nascimento e o crescimento de projetos associativos que aliados a uma forte componente de qualidade tornam este evento tão especial.

Em relação aos participantes na Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, foram aplicados durante os anos de 2015 e 2016, 278 questionários a participantes no evento nas associações, na animação, nas tabernas; como voluntários, artesãos, regatões, mercadores e animação profissional (Anexo II).

A percentagem maior dos respondentes ao inquérito situa-se na faixa etária entre os 18 e os 24 anos com 32,4 % (n=90). Segue-se o escalão etário situado entre os 13-17 anos com 18,7 % (n=52).

Por género, responderam ao inquérito 50 % do sexo masculino (n=137) e a mesma percentagem, do sexo feminino e dos inquiridos, 66,2 % (n=184) era solteiro. 28,5 % (n= 79).

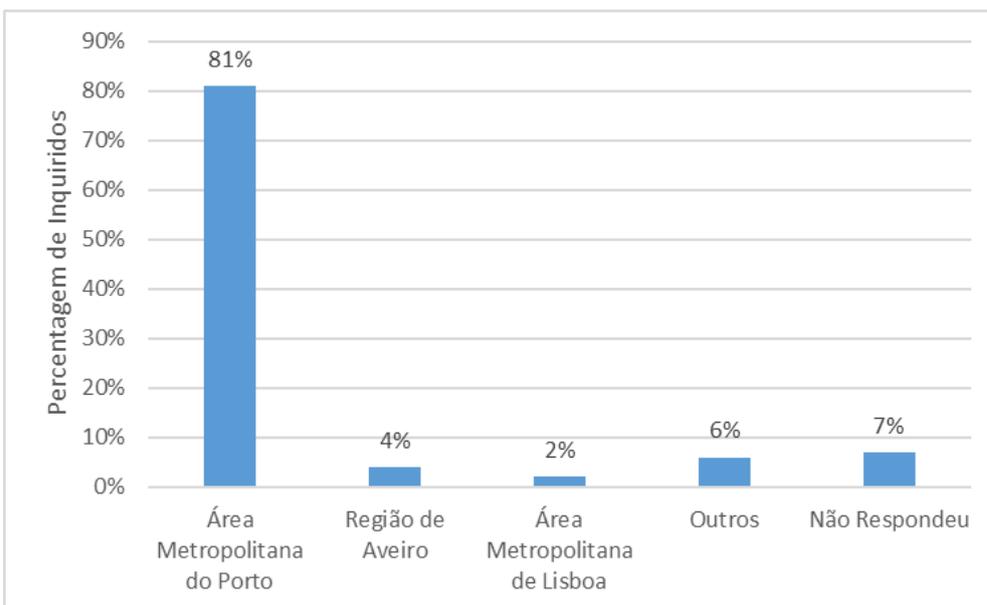
Em termos de habilitações literárias, a maioria dos participantes inquiridos, 36,3 % (n=101) concluiu o Ensino Básico, seguindo-se o Ensino Secundário com 33,1 % (n=82) e por último a Licenciatura, com 21 % (n=57).



**Figura 110: Habilitações literárias dos participantes na Viagem Medieval inquiridos**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

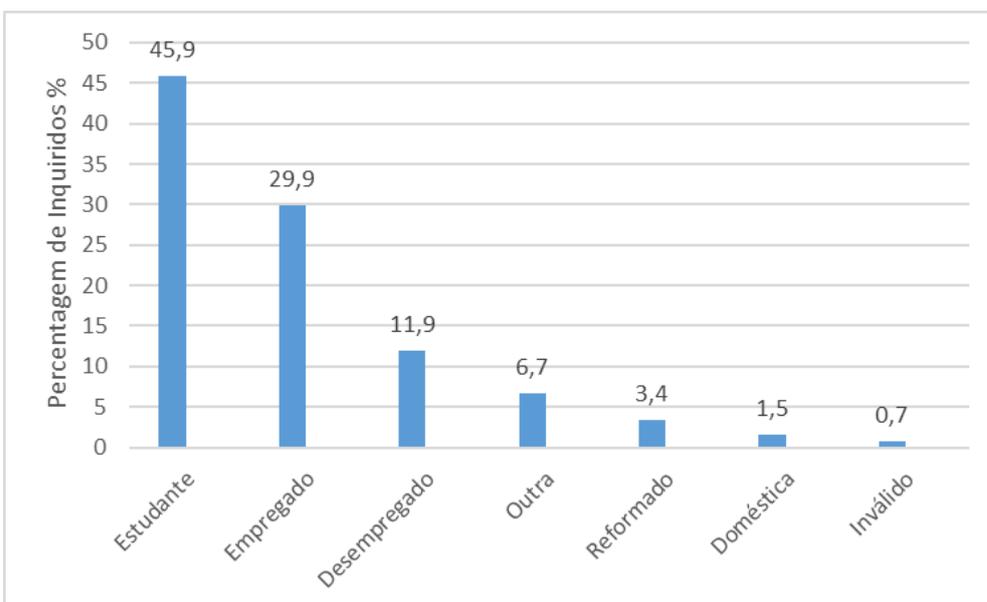
A grande maioria dos participantes 71,2 % (n=198) era natural da Área Metropolitana do Porto, em termos de NUT III., e quanto à residência dos participantes, 81 % (n=227) reside na Área Metropolitana do Porto, seguindo-se a Região de Aveiro, com 4 % (n=11).



**Figura 111: Residência dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

45,9 % (n=123) dos participantes é estudante, 29,9 % (n=80) está empregado e 11,9 % (n=32) encontrava-se em situação de desemprego.

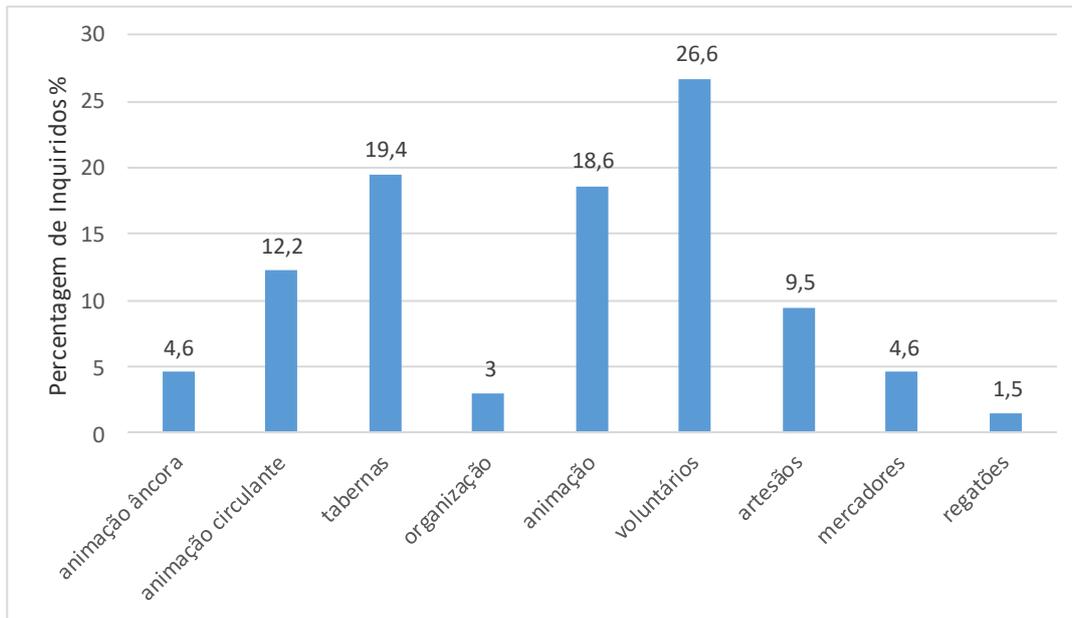


**Figura 112: Situação Laboral dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

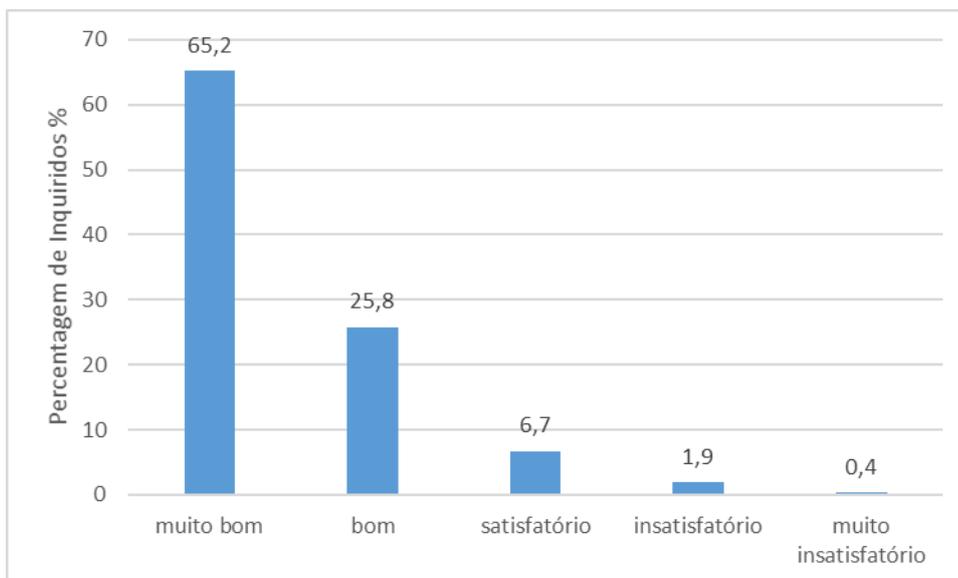
Em relação aos rendimentos mensais do agregado familiar dos participantes, 38,8% (n=52) recebe entre 500 a 1000 €. 29,0 % (n=40) recebe entre 1000 a 2000€.

26,6 % (n=70) dos inquiridos participam na Viagem Medieval como voluntários, 19,4 % (n=51) participa nas tabernas do evento e 18,6 % (n=49) na animação.



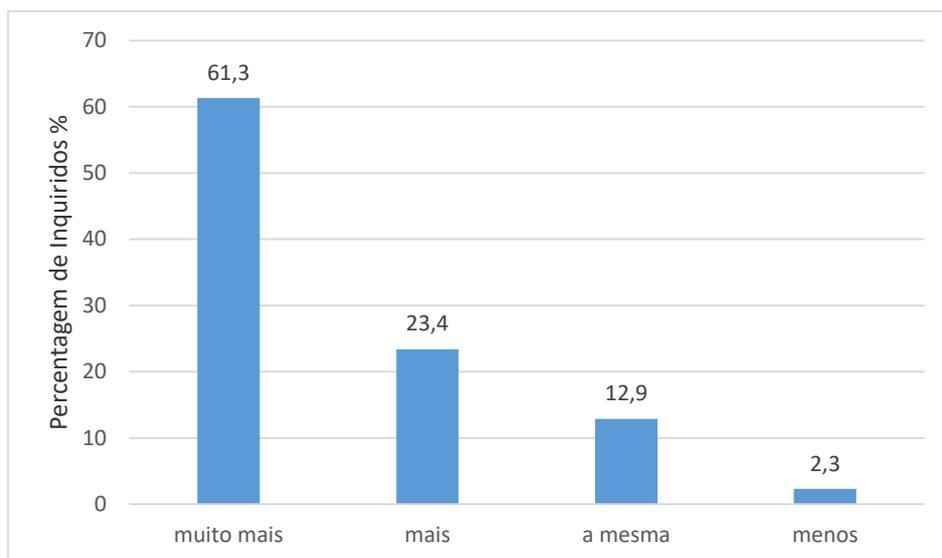
**Figura 113: -Condições de participação dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Os participantes avaliam em muito bom (65,2%, n=174) a Viagem Medieval e 25,8 % (n= 69) em Bom.



**Figura 114: avaliação da Viagem Medieval pelos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

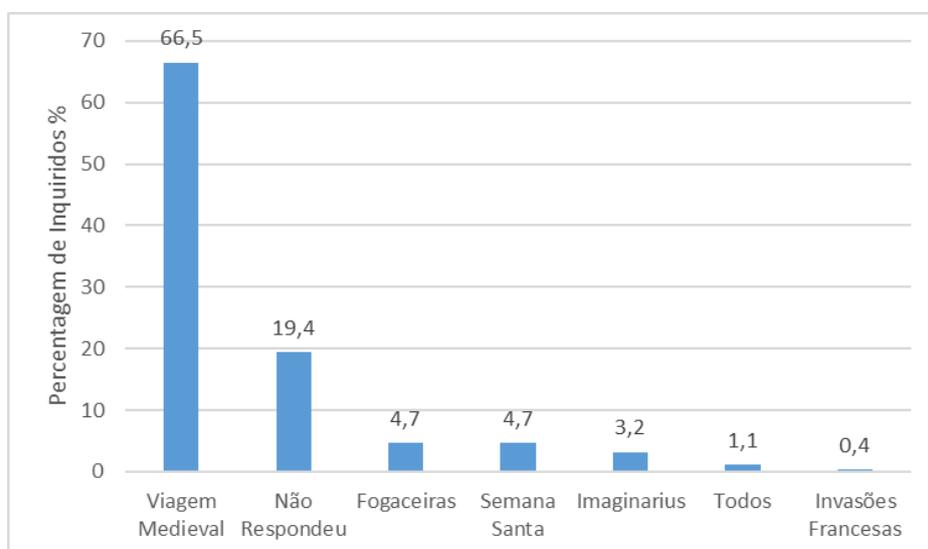
Em relação à importância que a viagem medieval vai desempenhar, no concelho de Santa Maria da Feira, nos próximos 10 anos, 61,3 % (n=157) dos inquiridos respondeu muito mais e 23,4 (n=60), referiu mais.



**Figura 115: Opinião sobre o papel e importância da Viagem Medieval nos próximos 10 anos pelos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Em relação ao evento mais importante que se realiza em Santa Maria da Feira, 66,5 % (n=185) considera a Viagem Medieval. Seguem-se a Festa das Fogaceiras e o Imaginarius com 4,7 % (n=13).

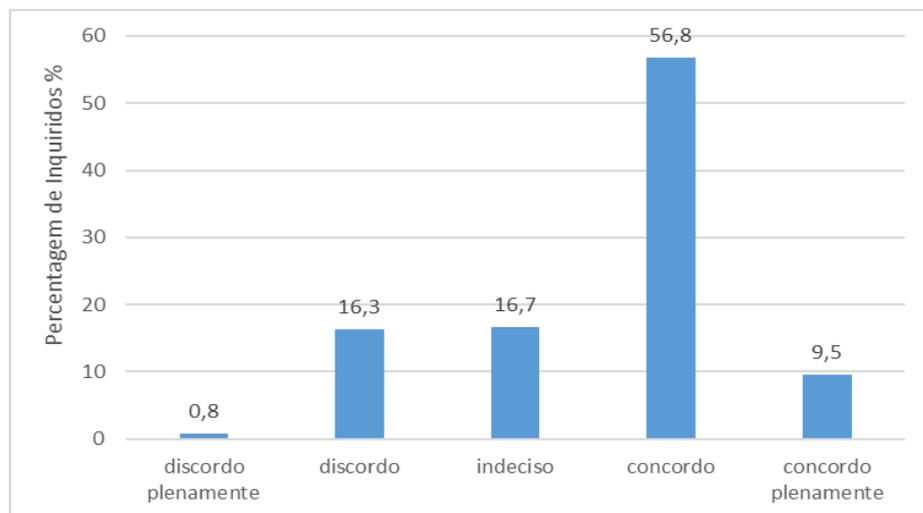


**Figura 116: Opinião sobre o evento mais importante na perspectiva dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Em relação a um evento que os participantes tivessem de retirar, 35,3 % (n=98) escolheu as Invasões Francesas. Outro evento que os participantes inquiridos escolheram para ser retirado foi a Semana Santa, 19,4 % (n=54).

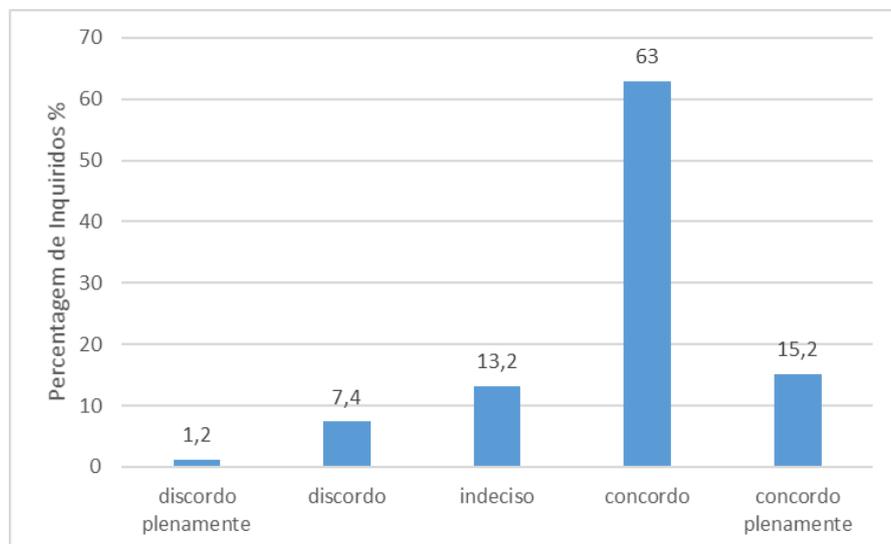
56,8 % (n= 150) dos participantes concorda que a Viagem Medieval permite a criação de emprego.



**Figura 117: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre a criação de emprego.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

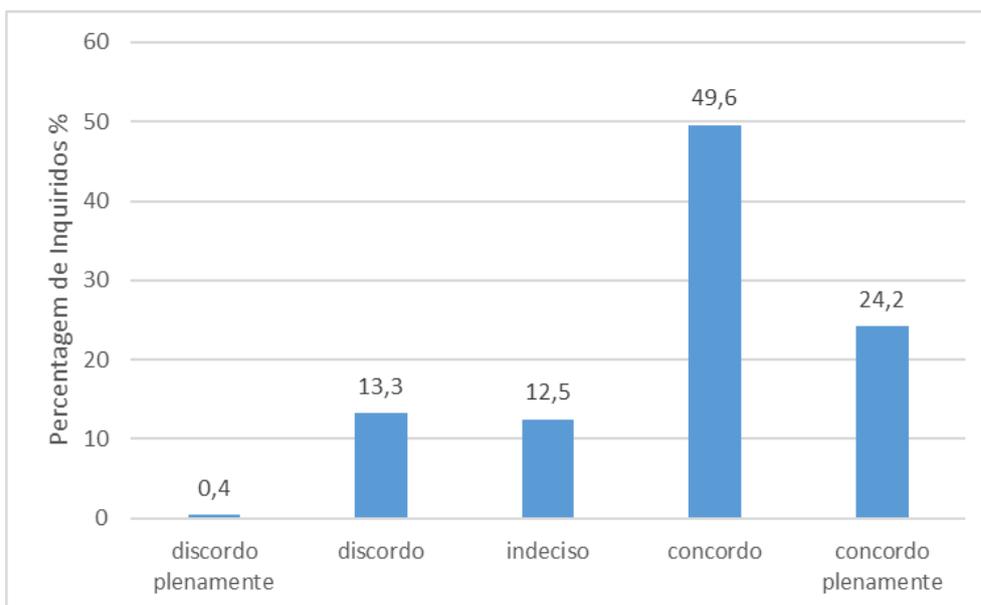
Quanto às oportunidades de negócio que a Viagem Medieval proporciona, 63,0 % (n=162) dos participantes concorda.



**Figura 118: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre oportunidades de negócio que o evento proporciona**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

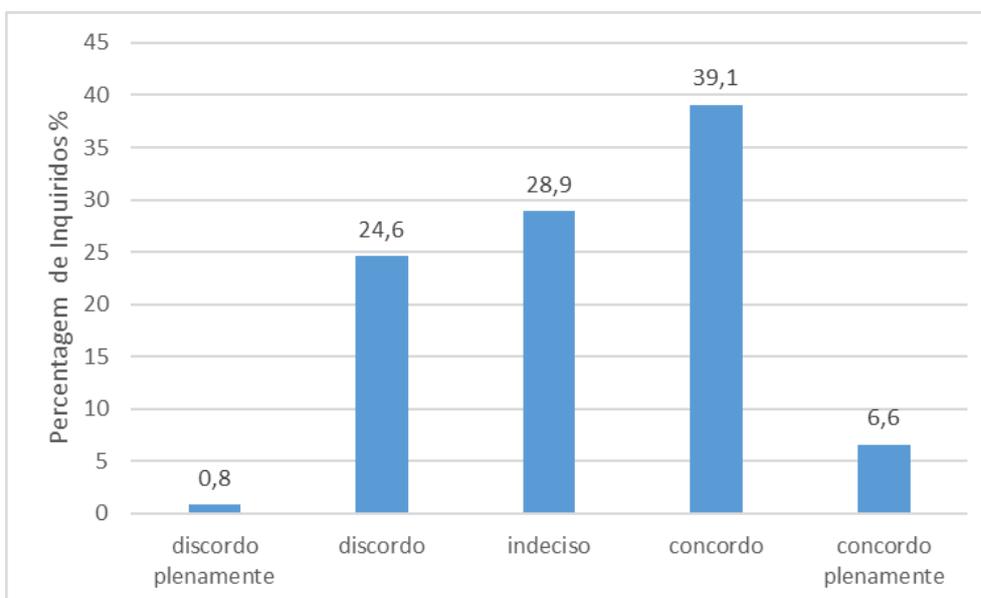
Quanto ao aumento de trânsito durante a Viagem Medieval, 49,6 %% (n=127) dos participantes concorda.



**Figura 119: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre aumento de trânsito na cidade.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

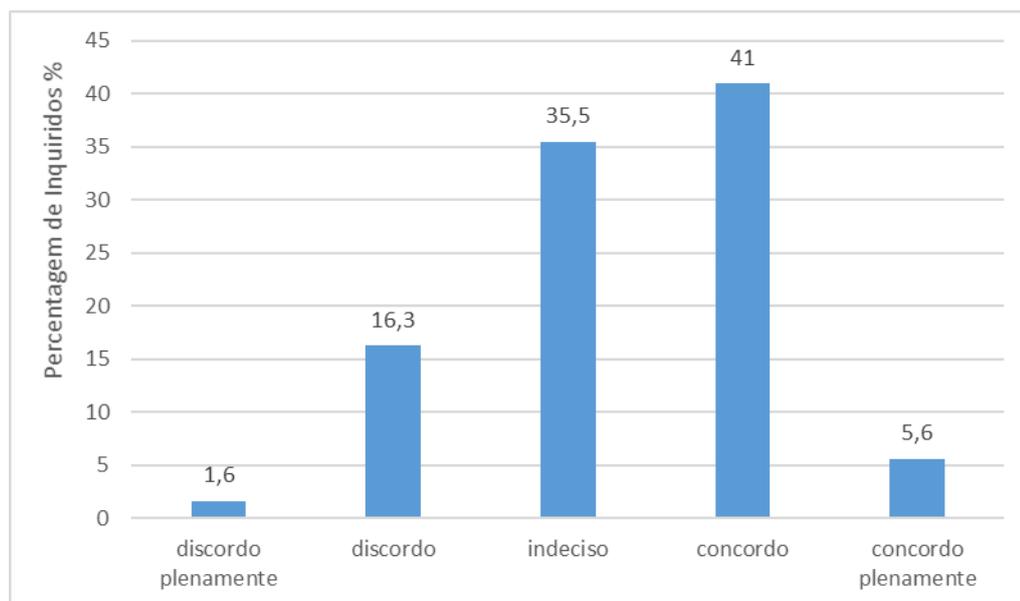
Em relação aos aumentos de rendimentos, 39,1 % (n=100) dos participantes concorda, embora 28,9 % (n=74) esteja indeciso.



**Figura 120: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre aumento de rendimentos**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

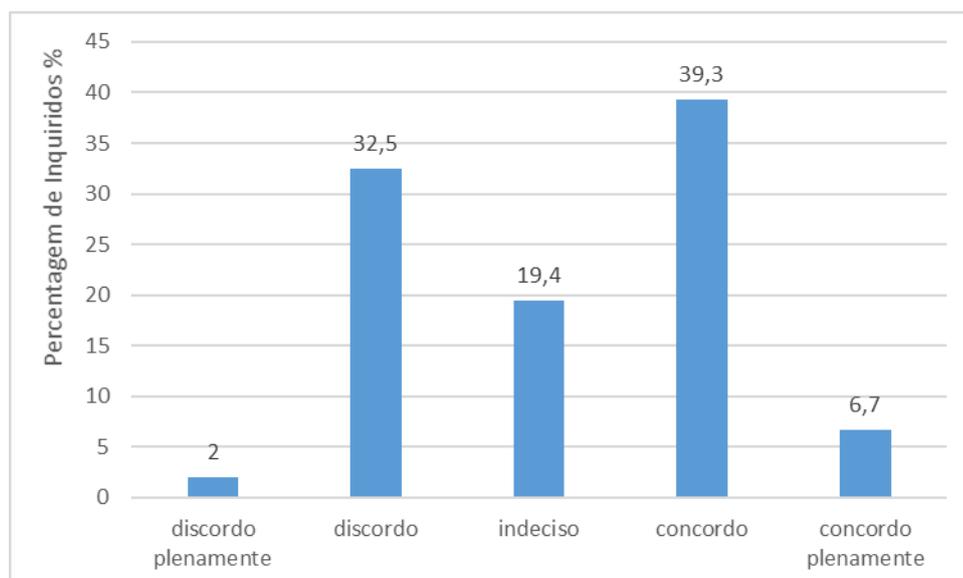
41,0 % (n=103) dos participantes concorda que a Viagem Medieval potencia o turismo em Santa Maria da Feira, embora 35,5 (n=89) esteja indeciso.



**Figura 121: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre aumento turismo.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

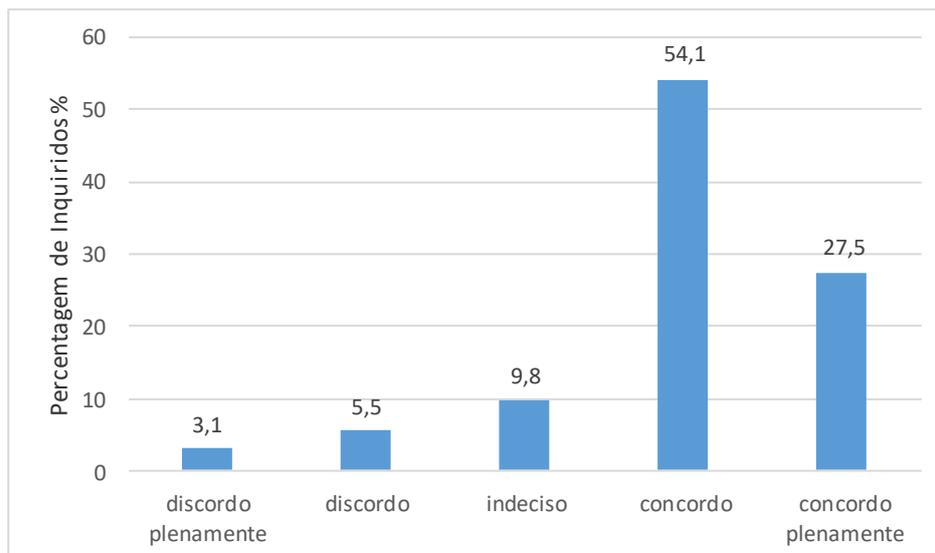
Em relação ao aumento do lixo na cidade, 39,3 % (n=99) dos inquiridos concorda e 7,7 % (n=17), concorda plenamente.



**Figura 122: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o aumento de lixo.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

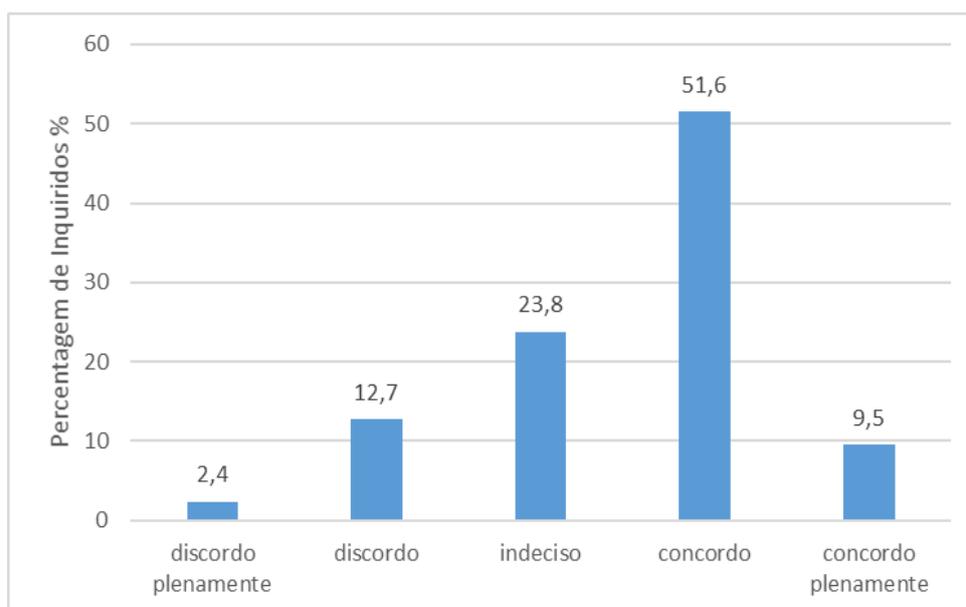
54,1 % (n=138) dos participantes concorda que a Viagem Medieval dá um forte impulso ao artesanato local.



**Figura 123: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o impulso artesanato local.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

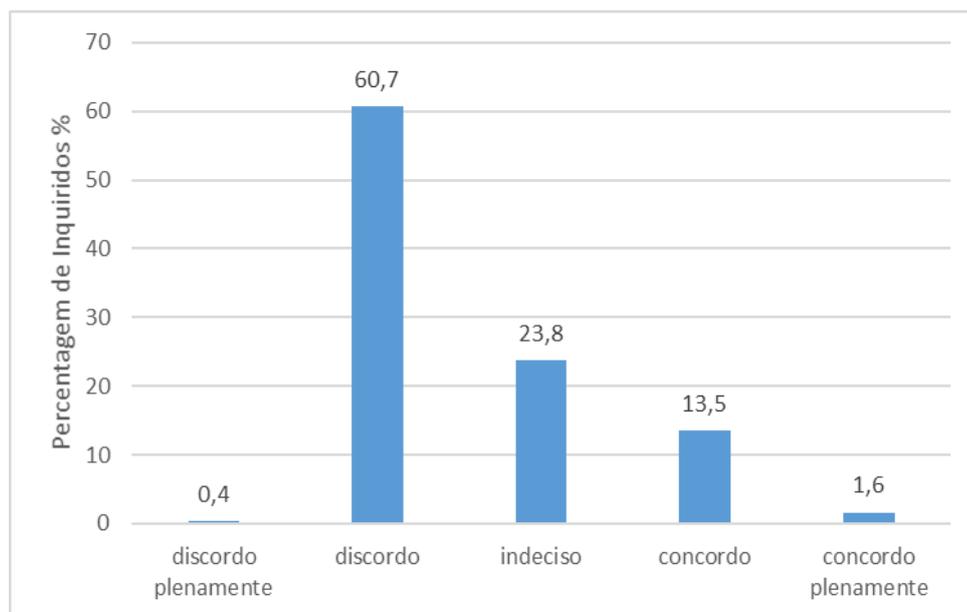
51,6 % (n=130) dos inquiridos considera que o comércio local beneficia com a Viagem Medieval.



**Figura 124: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o aumento do comércio.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

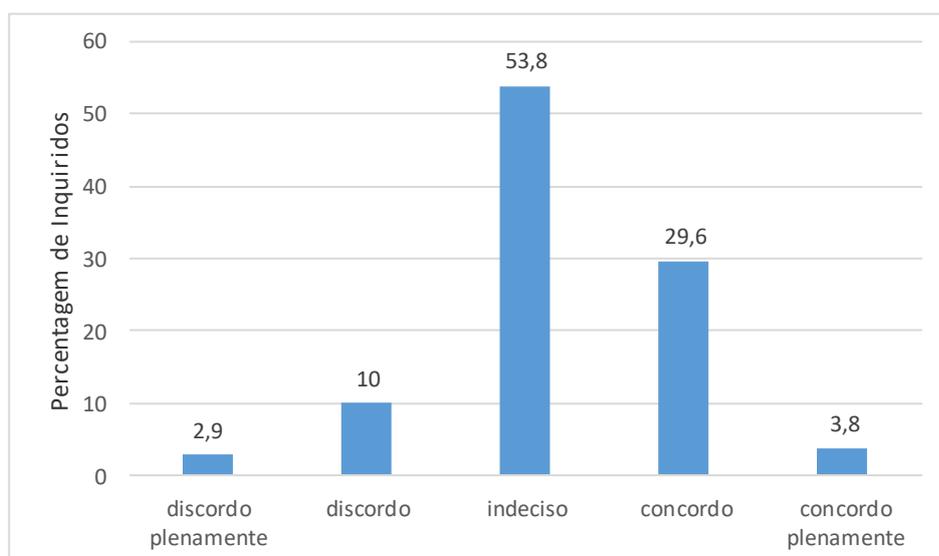
Em relação ao aumento da criminalidade durante o evento, 60,7% (n=153) discorda.



**Figura 125: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre o aumento da criminalidade.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

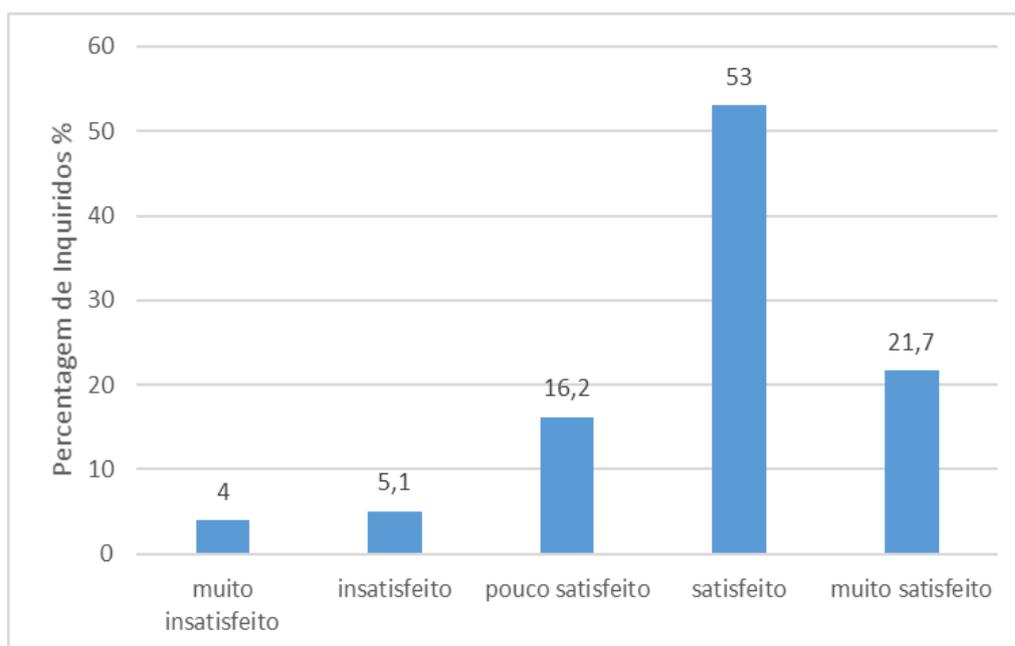
53,8 % (n=129) dos inquiridos está indeciso quanto ao papel da Viagem Medieval na criação de empresas turísticas.



**Figura 126 Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre a criação de empresas turísticas.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

53,0 % (n=134) está satisfeito com a imagem da organização do evento



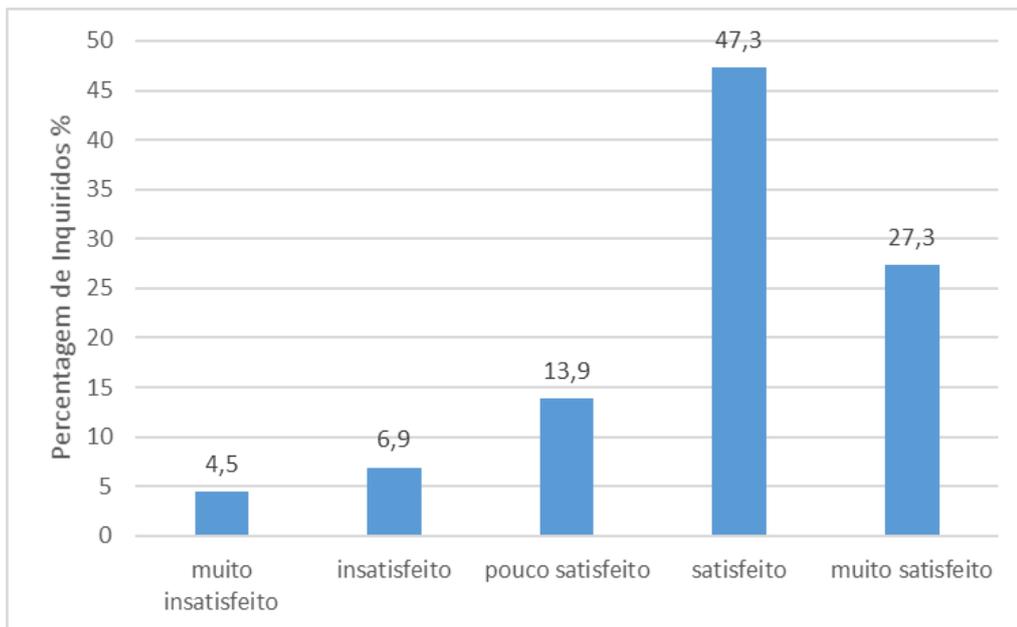
**Figura 127: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre a imagem da organização do evento.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Quanto ao relacionamento dos participantes com a organização, 47,8 % (n=119) está satisfeito, sendo que 48,1 % (n=116) dos inquiridos está satisfeito com o envolvimento da organização.

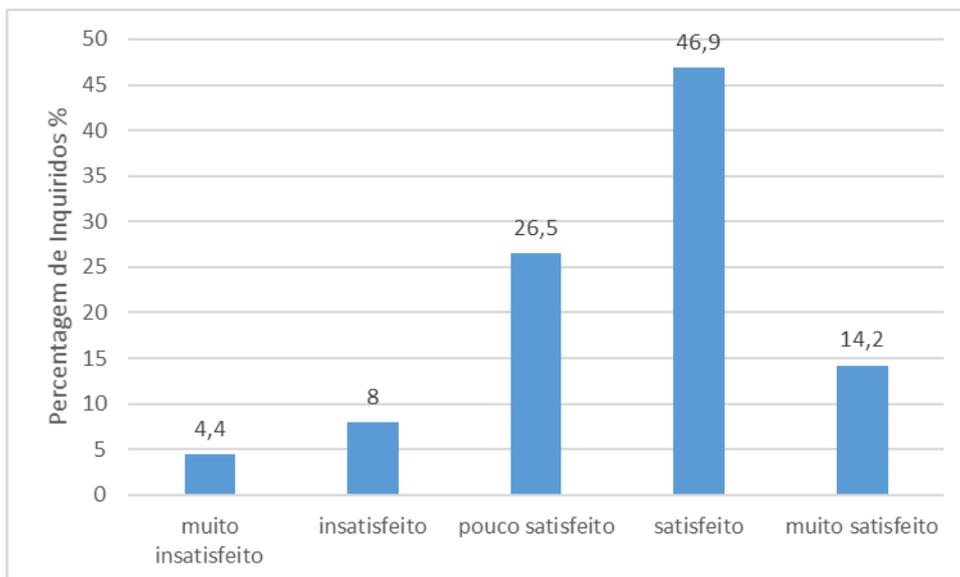
Em termos das decisões tomadas pela organização, 41,9 (n=99) % está satisfeito. Os participantes revelam que 28,0 % (n=66) estão pouco satisfeitos, 14 % (n=33), insatisfeitos e 5,9 % (n=14), muito insatisfeitos. 41,7 % (n=101) está satisfeito com diálogo que a organização tem com os participantes, 13,6 % (n=33) muito satisfeitos enquanto 27,7 % (n=67) pouco satisfeitos e em relação à gestão da Viagem Medieval 45,3 % (n=106) está satisfeito.

Quanto ao horário da Viagem Medieval, 47,3 % (n=116) está satisfeito e 13,9 % (n=34) pouco satisfeito.



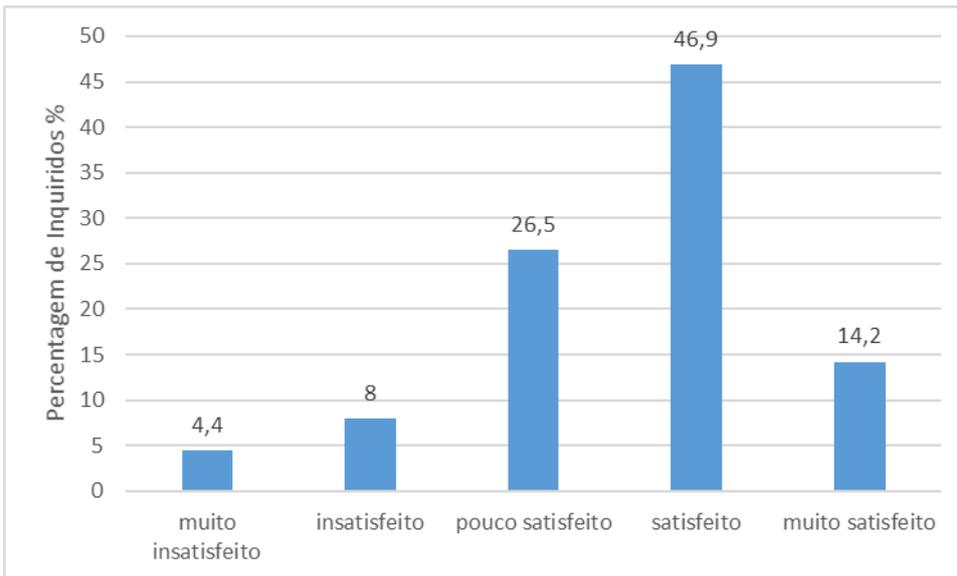
**Figura 128: Satisfação dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre os horários.**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Quanto a oportunidades proporcionadas pela Viagem Medieval, 46,9 % (n= 106) revela estar satisfeito.



**Figura 129: Opinião dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, sobre as Oportunidades proporcionadas pela Viagem.**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Quanto à avaliação sobre a Viagem Medieval, 65,2 %, n=174 (30,3 %, n=81 em 2015 e 34,8 %, n=96 em 2016) classifica-a como muito Bom e 25,8 %, n=69 (13,9 %, n=37 em 2015 e 12,0 %, n=32 em 2016) como Bom.



**Figura 130: Avaliação dos Participantes em associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional na Viagem Medieval de 2015 e 2016, do evento.**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos participantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

#### 5.4. Visitantes da Viagem Medieval



**Figura 131: Visitantes da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

Não havendo estudos recentes que permitam obter com o rigor científico as informações necessárias para caracterização da procura face ao objeto deste estudo, tornou-se como ponto de partida o "Estudo sobre a Visitação da Viagem Medieval" encomendado pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e elaborado pela MOAI - Consultoria em Turismo, em 2001. As faixas etárias predominantes: dos 25-34 anos (26,2%) e dos 35-44 anos (23,8%). Nos dias úteis predominaram os jovens (dos 14-24 anos) e idosos (maiores de 55 anos); nos dias não úteis, predominavam os adultos (dos 25-54 anos). As profissões predominantes: quadros superiores e médios, empregados do comércio, indústria e serviços. Os níveis educacionais dos visitantes: bastante diversos. Neste estudo predomina a nacionalidade portuguesa (94,5%). A maioria dos visitantes provém de Santa Maria da Feira e de concelhos limítrofes (São João da Madeira, Ovar, Oliveira de Azeméis e Espinho).

Cerca de 87% dos inquiridos tinha visitado a cidade anteriormente em que os principais motivos dessa visita foram a residência (25,5%), trabalho/estudo (23,8%) e turismo (24,1% em lazer e 5,9% a visitar familiares e amigos).

Os principais motivos que levaram à visita da Viagem Medieval foram: 35,9% por curiosidade, 21,3% para alargar horizontes histórico-culturais, 16% por diversão e lazer, 12,3% pela originalidade do Evento e 5,1% pela notoriedade do Evento.

Predominam os grupos até cinco pessoas constituídos por familiares e amigos. Cerca de 75% dos visitantes deslocaram-se ao evento com viatura própria. Os visitantes preferiram visitar o Evento entre um (29,3%) a dois dias (23,7%), mas é de destacar que 11% dos visitantes frequentou o Evento durante os dez dias. Em relação às despesas, cerca de 62,3% dos inquiridos efetuou gastos dentro dos recintos do evento, geralmente inferiores a 25€ e apenas 18,3% fora dos recintos. Os visitantes apresentaram, na generalidade, um bom nível de satisfação, com maior grau a nível da recriação do ambiente medieval e na facilidade de entrada e circulação nos recintos e menor grau de satisfação a nível de transportes públicos, infraestruturas sanitárias e estacionamento.

Dos inquiridos, 77% demonstraram uma grande vontade de voltar em edições posteriores. Dos inquiridos, 84% demonstraram uma forte intenção de recomendar a VM a familiares e amigos.

Já o estudo de 2009 Os impactos dos eventos turísticos o caso da viagem Medieval em Santa Maria da Feira, de Maria do Rosário Barros de Oliveira, na Dissertação apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Ciências Empresariais, salientamos os resultados que se apresentam em seguida referem-se a uma amostra da população (315 indivíduos). Da análise dos resultados apresentados na tabela, como se pode verificar, a maioria dos inquiridos (35,2%) tem idades compreendidas entre 15 e 25 anos, 27,9% entre 26 e 35 anos, 21% entre 36 e 45 anos, 12,7% entre 46 e 55 anos, 2,9% entre 56 e 65 anos e 0,3% mais de 65 anos de idade. Conclui-se que a população respondente é jovem com idades compreendidas entre os 15 e os 45 anos de idade. Relativamente ao sexo, 51,4% dos inquiridos pertencem ao género feminino e os restantes 48,6% ao género masculino. Dos respondentes, 93,7% visitaram e apenas 6,3% não visitaram o evento (Oliveira, 2009).

Dos respondentes, 3,8% participaram nas tendas oficiais de artesanato, 5,1% no sistema de ordem e segurança do evento, 7,9% nos grupos de animação cultural e 8,6% nas tabernas oficiais de repasto, sendo esta última a forma com maior participação. Dos respondentes, 3,8% participaram nas tendas oficiais de artesanato, 5,1% no sistema de ordem e segurança do evento, 7,9% nos grupos de animação cultural e 8,6% nas tabernas oficiais de repasto, sendo esta última a forma com maior participação (Oliveira, 2009).

O estudo mais recente foi efetuado Irina Saur-Amaral, que trouxe à luz do dia o Estudo de avaliação de evento Perfil do visitante da Viagem Medieval bem como Impacto financeiro (visitantes), com base em matriz de recolha em pontos específicos da Viagem Medieval, em 31 de julho, 1, 2, 4, 6, 7, 8 e 9 de agosto de 2015. O Inquérito face-to-face com seleção aleatória e reposição -equipa profissional de entrevistadores com supervisão e validação in loco. A Caracterização da amostra: População: 315.000 visitantes (265.000 - bilheteira da Viagem Medieval; 50.000 - gratuitas / estimativas); 502.500 entradas. Amostra final: 604 inquéritos válidos | Margem de erro: 3,98% (intervalo de confiança de 95%), Saur-Amaral (2016).

De acordo com este estudo os visitantes da Viagem Medieval são: 60,5% género feminino; 50,3% entre 18-34 anos; 56,4% com 12º ano ou formação superior; 52,9% em união de facto ou casados. 63,8% não residem no concelho (11% - Porto; 7,5% - Gaia; Espanha - 1,7%; Brasil - 1,5%; França - 1,2%). 44,2% adquiriram a pulseira de acesso ao recinto; 54,3% só vieram um dia; 68% não foram influenciados por amigos ou familiares.

Os visitantes da Viagem Medieval gostaram mais de tudo (20,2%), do ambiente (12,5%) e dos espetáculos (12,3%), da comida e bebida (10,3%). Gostaram menos de: confusão (9,5%) e pó (7,2%).

Apontam os melhores aspetos do evento: capacidade de esclarecimento do staff (média 4,69), a qualidade dos espetáculos (média 4,62), a diversidade (média 4,57) e frequência (média 4,54) dos espetáculos e as soluções de alimentação disponíveis (média 4,54). Apontam também os aspetos menos bem conseguidos: espaços de descanso (média 3,57), WC (média 3,37) e estacionamento disponível (média 2,8).

Os visitantes da Viagem Medieval são leais (73,7% estiveram em várias edições e 88% pretendem voltar em 2016), gostam de feiras medievais (57,2%) e trazem companhia (97,3%), recomendando o evento a amigos, familiares ou conhecidos (96%). Associam a Viagem Medieval a: História (64,7%), Castelo (42,5%), D. Afonso III (38,3%), música (38,0%), animação (38,0%), antiguidade (10,2%) e diversão (8,8%). Gastam dinheiro na restauração (59,8%) e em compras de lembranças dentro do recinto (26,8%), e consideram o valor do bilhete/pulseira foi barato ou justo (73,8%).

Os visitantes da Viagem Medieval traz-nos um impacto financeiro extrapolado para a população com base nos gastos declarados por pessoa e por toda a duração da Viagem Medieval, considerando a ponderação da amostra e as não respostas (cenário de impacto mais pessimista):

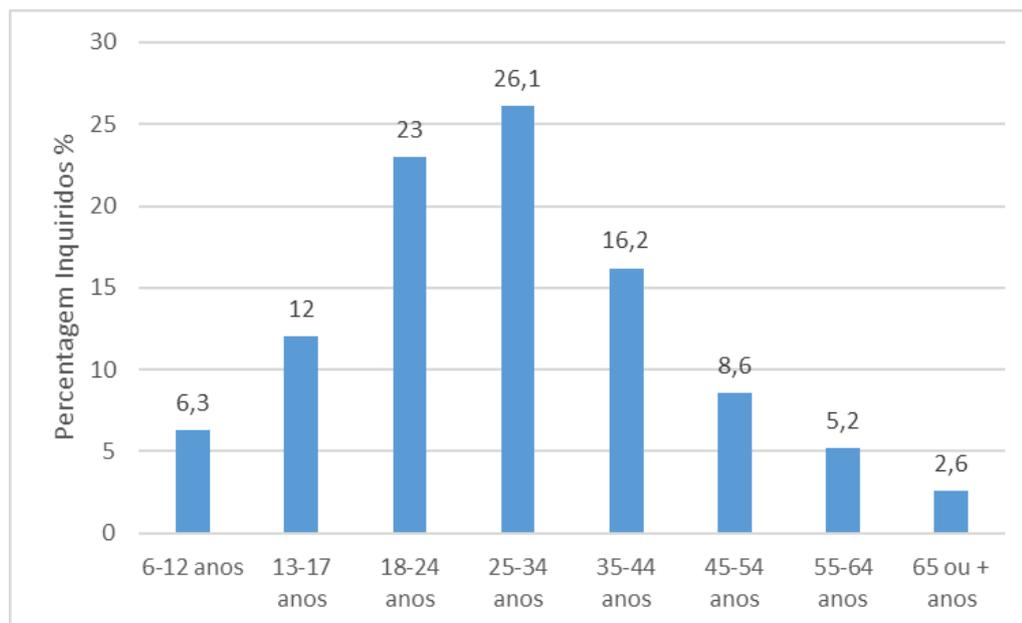
**Tabela 42: Impacto financeiro da Viagem Medieval**

<b>Não residentes</b>	<b>Residentes</b>
<b>Impacto financeiro direto entre 2.599.793€ e 5.999.602 €</b>	<b>Impacto financeiro direto entre 1.699.644 € e 4.433.990 €</b>

Fonte dos dados: Impacto financeiro da Viagem Medieval - Irina Saur-Amaral

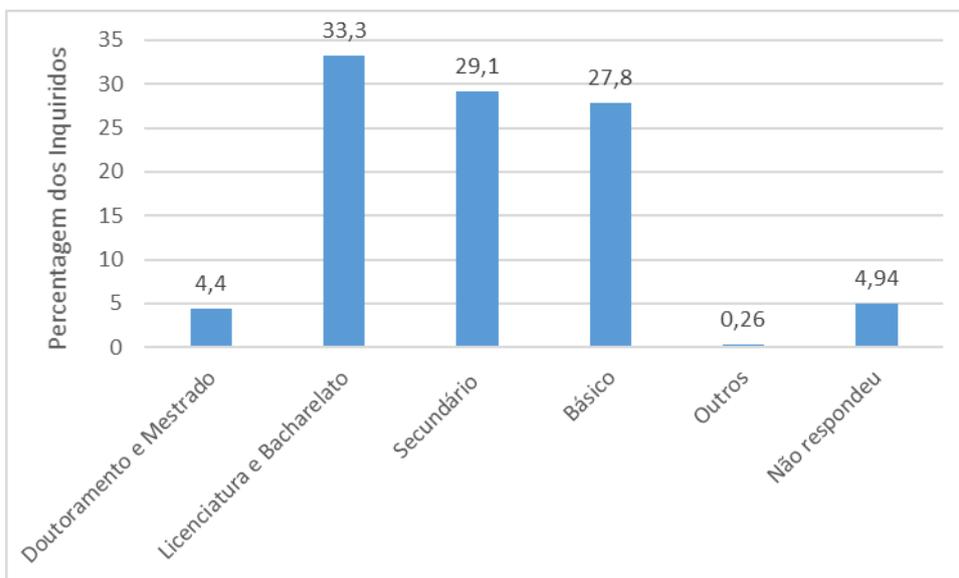
Neste sentido, e relativamente ao nosso objecto de estudo, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, foram aplicados 384 questionários durante os anos de 2015 e 2016 (Anexo III).

A maioria dos inquiridos situa-se na faixa entre os 25-34 anos, com 26,1 % (n= 100), seguindo-se a faixa entre os 18-24 anos (23, %, n= 88).



**Figura 132: Composição da amostra dos respondentes ao inquérito por questionário por grupos etários**  
Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

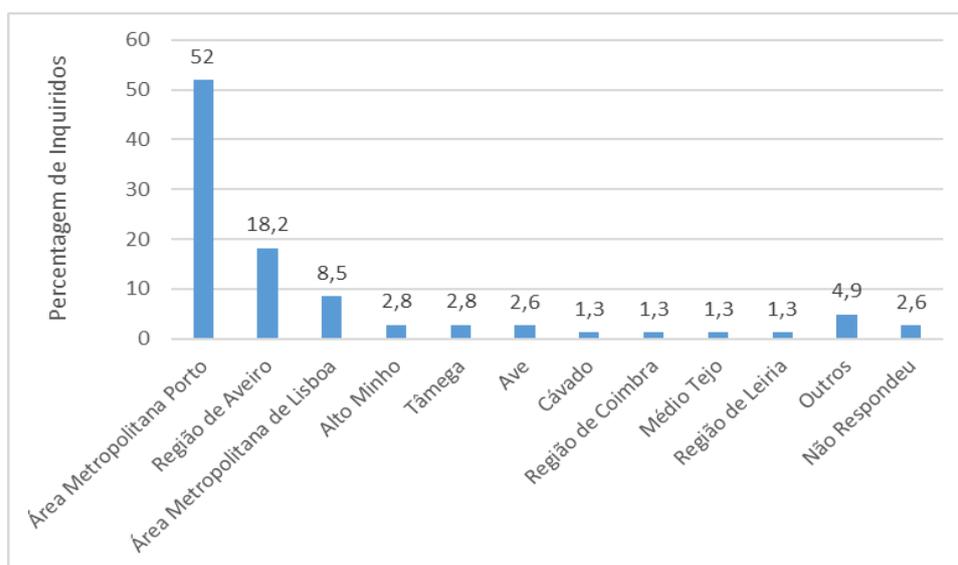
Relativamente ao sexo dos inquiridos, o feminino é o que apresenta um maior número de respostas, 62 % (n= 237) e 38 % (n=145) do sexo masculino. Quanto ao estado civil, os solteiros com 59,1 % (n= 224), lideram, seguindo-se 35,9 % (n=136) casado/união de facto e em termos de habilitações literárias os respondentes são na sua grande maioria licenciados ou portadores de bacharelato com 33% (n=128) e 27 % (n=112) dos inquiridos completou o Ensino Secundário.



**Figura 133: Habilitações dos Visitantes que respondeu ao inquérito por questionário**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

A naturalidade da grande maioria dos inquiridos é portuguesa com 91,6 % (n=352), seguindo-se a Venezuela e Brasil (1,3 %, n=5), e outros (1%, n=11) em termos de área de Residência NUT III, Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (atualmente, os 308 municípios de Portugal agrupam-se em 25 NUTS III) a Área Metropolitana do Porto lidera com 52% (n=200), segue-se a Região de Aveiro com 18,2 % (n=70), e a Área Metropolitana de Lisboa 8,5 % (n=33).

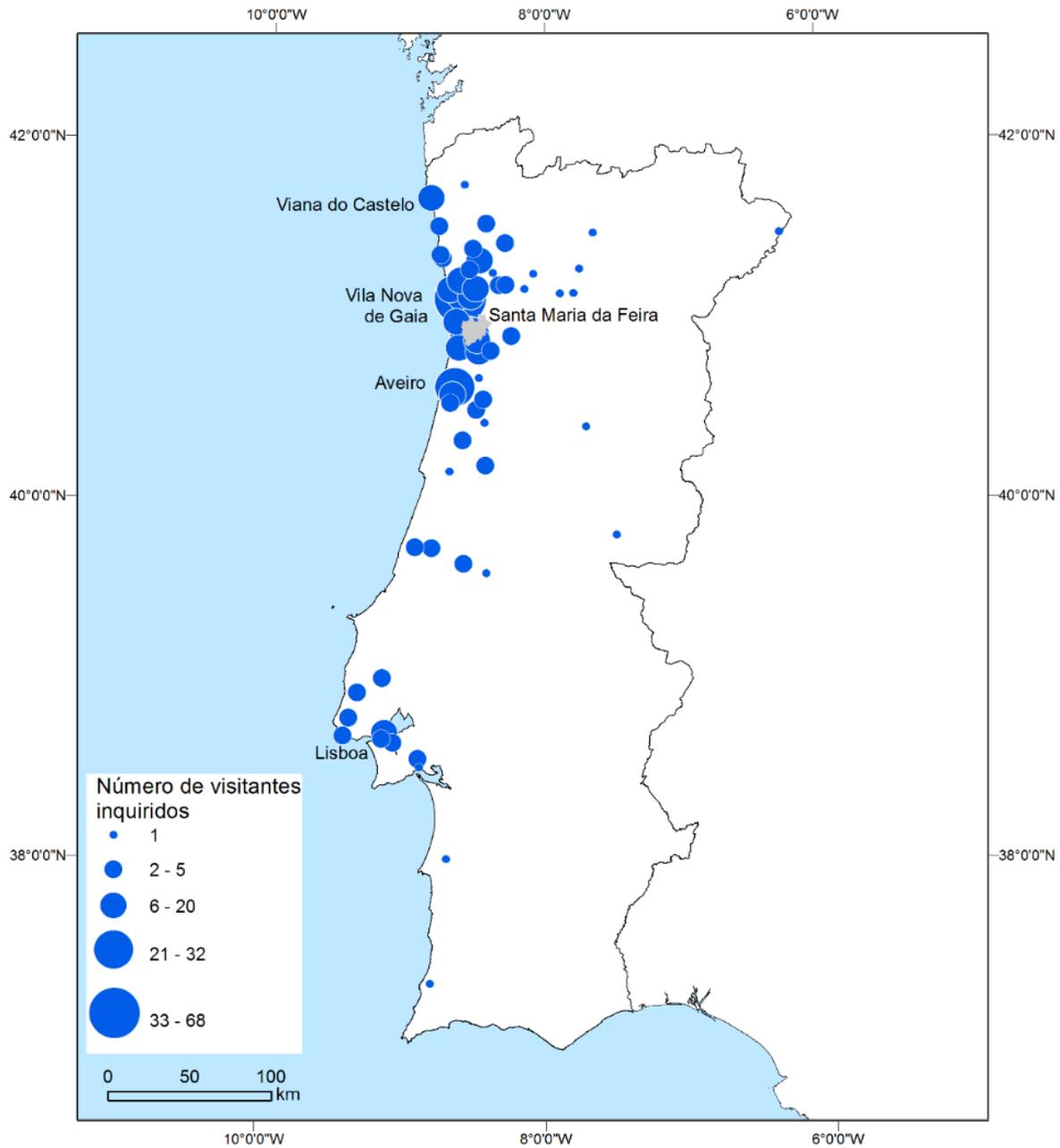


**Figura 134: Residência da população residente que respondeu ao inquérito por NUT III e País**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

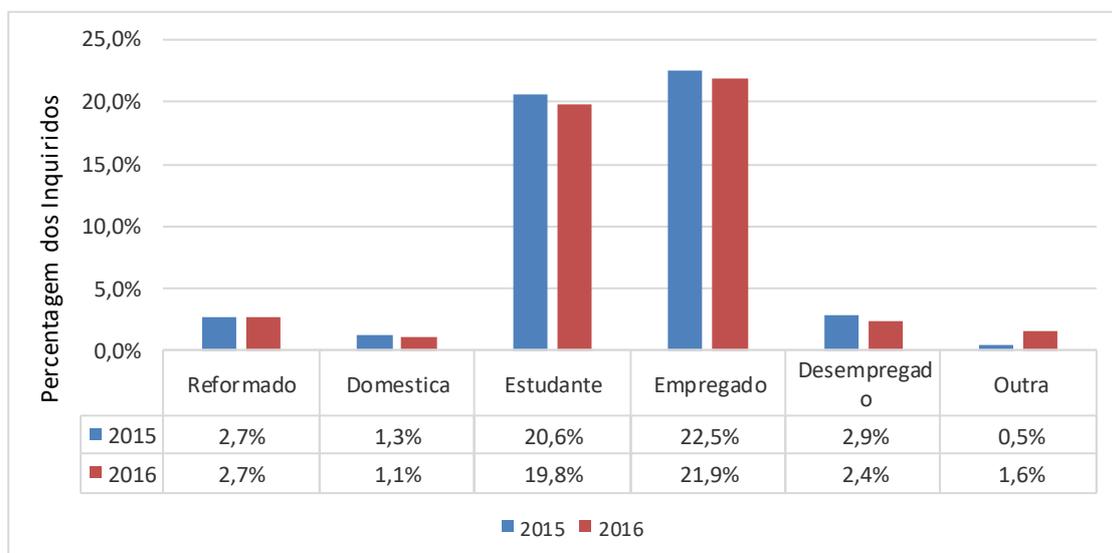
A maioria dos Visitantes têm a sua origem nos seguintes Concelhos: Vila Nova de Gaia (n=68), Santa Maria da Feira(n=32), Aveiro (n=24), Porto (n=20),

Ovar, (n=15), Lisboa (n=15), Ílhavo (n=14), Matosinhos (n=13) e Gondomar (n=12), como demonstrado na figura 135:



**Figura 135: Residência dos Visitantes da Viagem Medieval por Concelhos**  
Fonte dos dados: Elaboração Roberto Carlos Reis

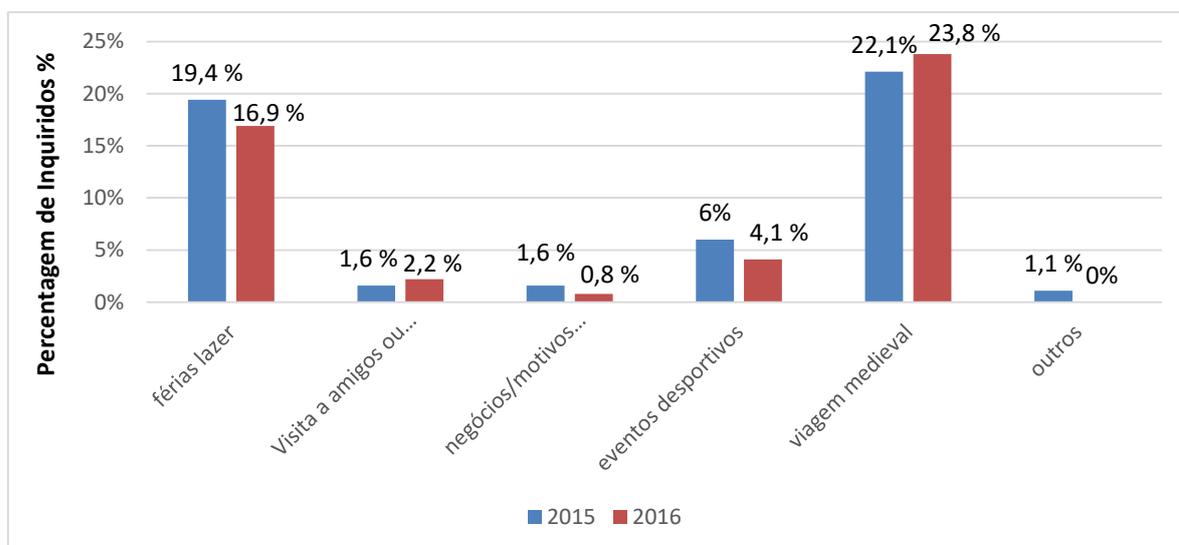
Em relação à situação profissional a maioria está empregada, 44,4 %, n=166 (22,5 %, n=22,5 em 2015 e 21,9 %, n=82 em 2016). Os inquiridos estudantes representam 40,4 %, n=151 (20,6 %, n=77 em 2015 e 19,8 %, n=74 em 2016).



**Figura 136 Situação Profissional dos Visitantes**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

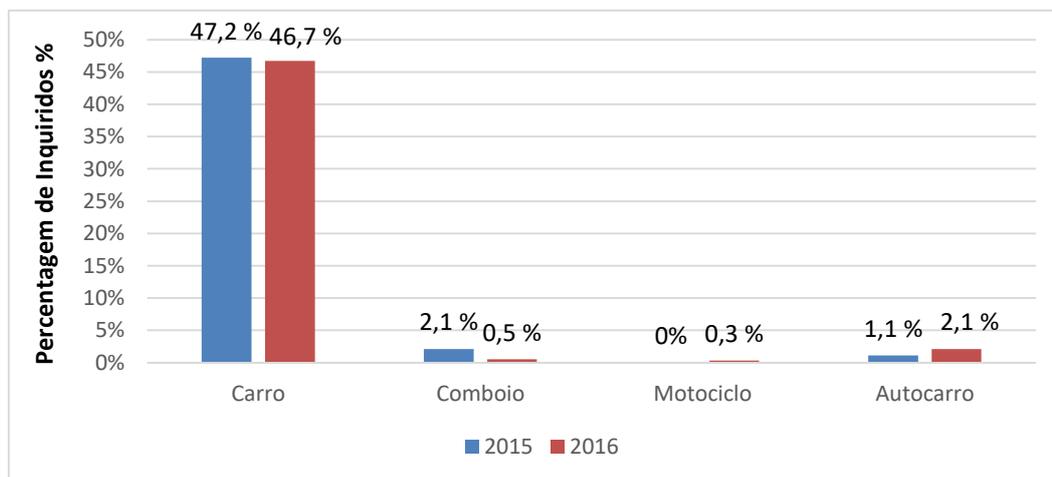
O principal motivo da visita a Santa Maria da Feira é a própria Viagem Medieval 45,9 %, n=168 (22,1 %, n=81 em 2015 e 23,8 %, n=87 em 2016). Seguem-se as férias/lazer com 36,3 %, n=133 (19,4 %, n=71 em 2015 e 16,9 %, n=62 em 2016).



**Figura 137: Motivo dos visitantes para a visita a Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

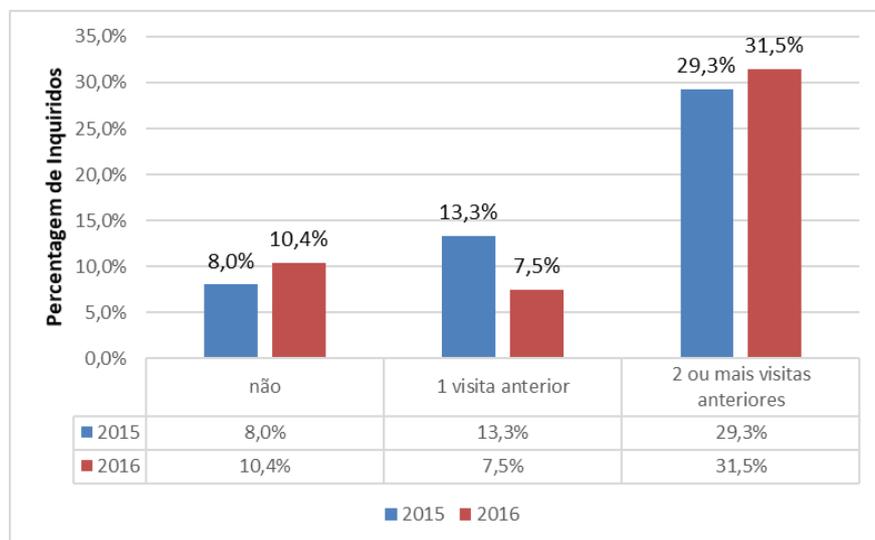
Os inquiridos deslocaram-se a Santa Maria da Feira, na sua grande maioria de carro, 93,9 %, n=352 (47,2 %, n= 177 em 2015 e 46,7 %, n= 175 em 2016). Seguiu-se o autocarro com apenas 3,2 %, n=12 (1,1 %, n=4 em 2015 e 2,1 %, n=8 em 2016, o que justifica claramente o condicionamento de trânsito e os problemas de estacionamento, que em muita das vezes tapando saídas de emergência de espaço públicos e das garagens particulares.



**Figura 138: Meios de deslocação a Santa Maria da Feira pelos Visitantes**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Dos inquiridos apenas 18,4 % nunca tinha visitado Santa Maria da Feira. 60,8 %, n=228 já tinha visitado 2 ou mais vezes (29,3 %, n= 110 em 2015 e 31,5 %, n=118 em 2016).



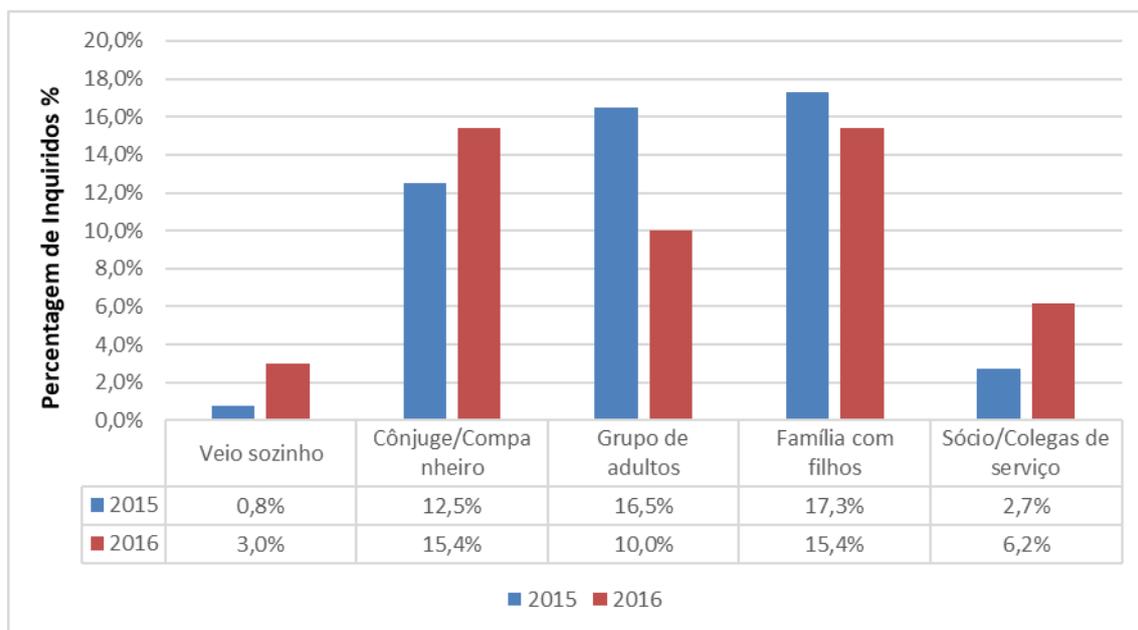
**Figura 139: Respostas dos inquiridos à questão se já tinham visitado Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Quanto a ter ponderado outros destinos alternativos antes de vir a Santa Maria da Feira, 82,5 %, n= 302 (40,7 %, n=149 em 2015 e 41, 8 %, n= 153 em 2016), não considerou outra hipótese, o que de alguma forma justifica a tendência anual da procura de visitantes na Viagem Medieval, prevendo-se em 2018 alcançar os 700 mil visitantes.

Em relação aos acompanhantes dos inquiridos, 32, 8 %, n=121 (17,3 %, n=64 em 2015 e 15,4 %, n=57 em 2016), vieram acompanhados pela família e filhos. Seguiu-se cônjuge / companheiro com 27,9%, n=103 (12,5 %, n=46 em 2015 e 15,4 %, n=57 em 2016).

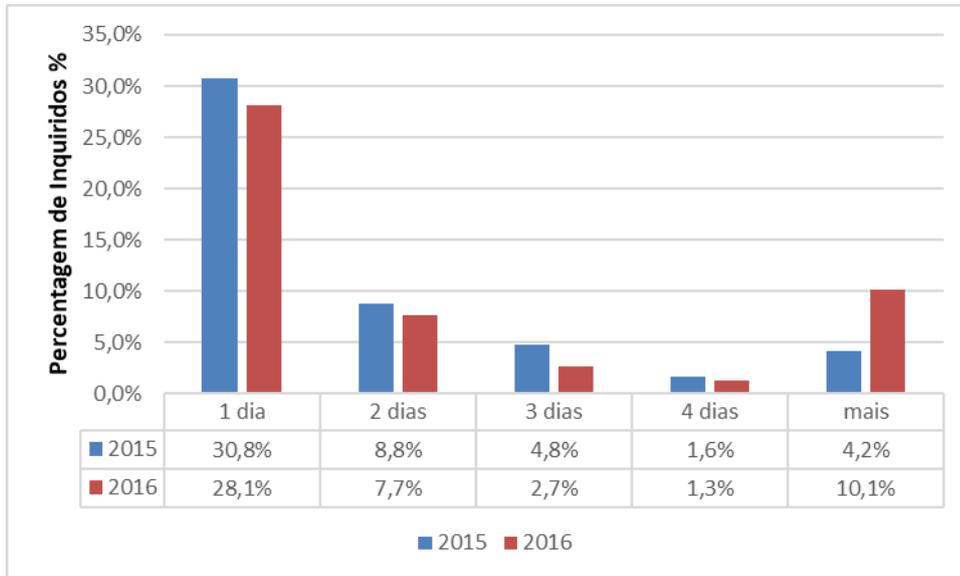
A Viagem Medieval, tem a presença de um grande número de visitantes devido à alta capacidade de atração. Embora exista diversidade no perfil do visitante, predominam as famílias, os casais e os grupos. A criação e a consolidação deste evento começaram no meio associativo contando com a colaboração da Escola Fernando Pessoa, do Agrupamento de Escuteiros e de associações locais ligadas ao património do território e tal como alguns autores sublinham, conta com o apoio de grupos de interesse e administrações locais, especialmente a Câmara Municipal (Van Niekerk & Getz, 2016).



**Figura 140: Acompanhantes dos inquiridos na visita à Viagem Medieval**

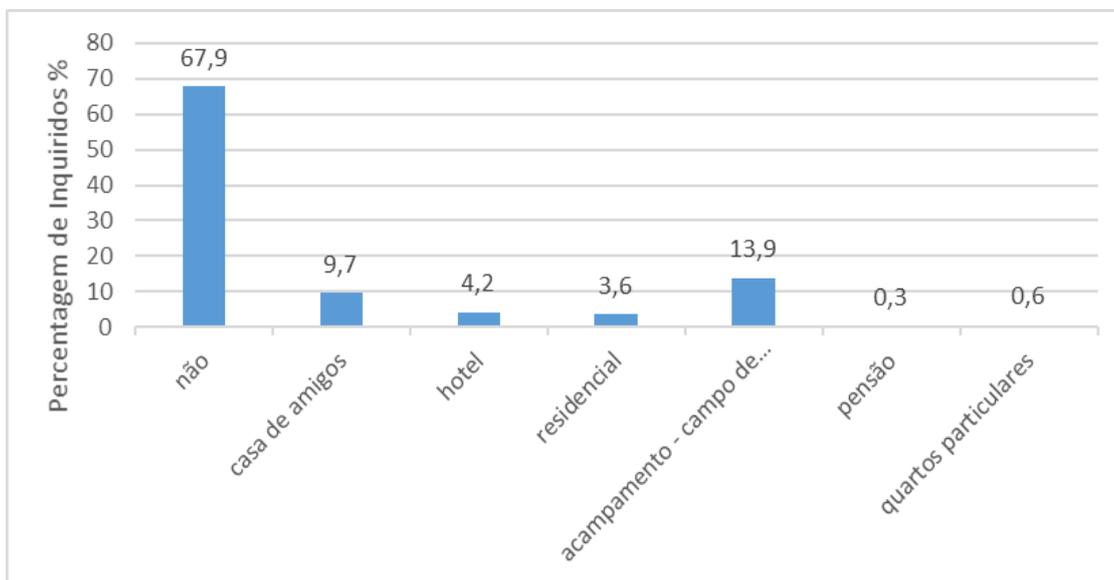
Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Em relação à permanência em Santa Maria da Feira, os inquiridos na sua grande maioria, 58,9%, n=222 (30,8 %, n=116 em 2015 e 28,1 %, n=106 em 2016) fica apenas durante 1 dia. 16,4 %, n=62 (8,8 %, n=33 em 2015 e 7,7 %, n=29 em 2016) fica durante 2 dias.



**Figura 141: Duração da Permanência dos visitantes inquiridos em Santa Maria da Feira**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Dos inquiridos, 67,9 % (n=245) não ficou alojado em Santa Maria da Feira. 13,9 % (n=50) ficou alojado no acampamento – campo de tendilhas e 9,7 % (n=35) ficou em casa de amigos.



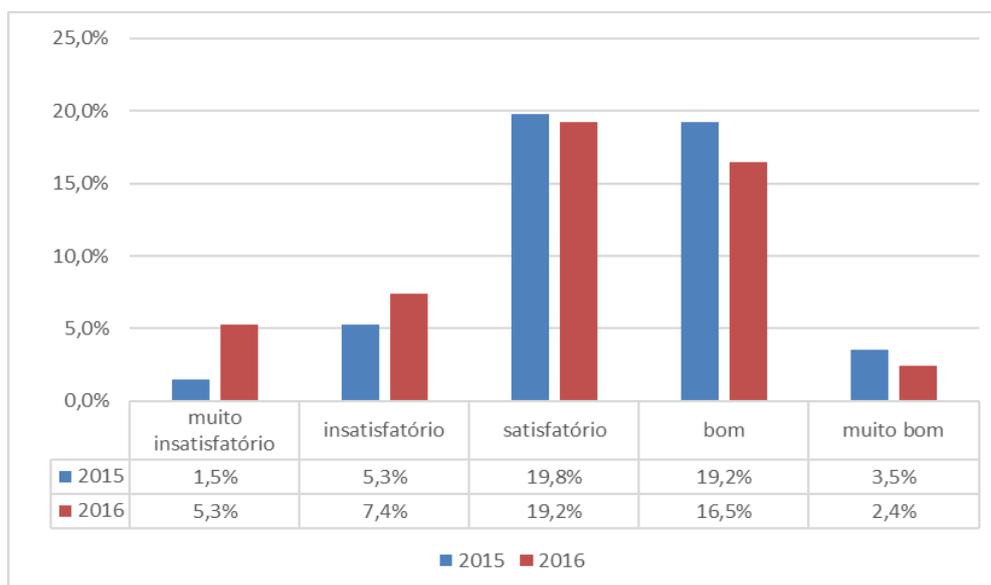
**Figura 142: Alojamento dos visitantes inquiridos em Santa Maria da Feira**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Em termos do grau de satisfação quanto à singularidade do destino 53,5 % (n=181), 28,1 %, n=97 em 2015 e 24,3 %, n=84 em 2016, os inquiridos consideram Bom. Em relação à acessibilidade da região, lidera o grau de satisfação de Bom, com 47,2%, n=168 (24,7 %, n=88 em 2015 e 22,5%, n=80 em 2016).

Quanto à informação disponível, o maior grau de satisfação foi de Bom, 47 %, n= 156 (22,6%, n=75 em 2015 24,4 %, n=24 em 2016).

Em relação ao grau de satisfação com a disponibilidade / qualidade dos transportes locais, o satisfatório, com 42,6 %, n=100 (21,7 %, n=51 em 2015 e 20,9 %, n=49 em 2016), lidera.

Quanto ao preço praticado para entrada no recinto do evento, 38,9 %, n= 132 (19,8 %, n=67 em 2015 e 19,2 %, n=65) em 2016 considera satisfatório.



**Figura 143: Nível de Satisfação dos Visitantes com os preços praticados para entrada no recinto da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

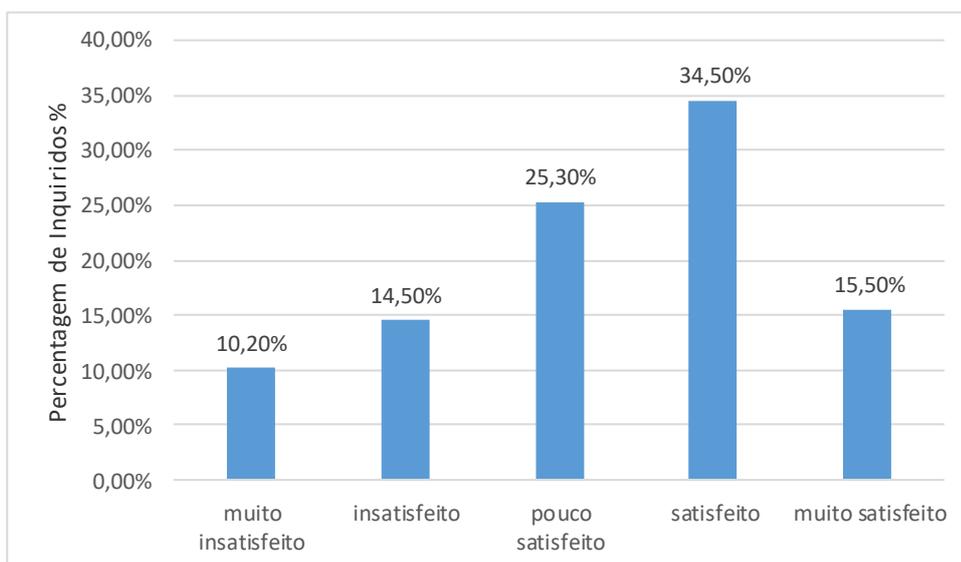
Em relação ao grau de satisfação que obteve na visita em relação à qualidade dos serviços, 54,3 %, n=178 (25,6 %, n=84 em 2015 e 28,7 %, n=94 em 2016), os inquiridos consideram Bom.

O grau de satisfação com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços – restaurantes, revela que 53,2 % (n=168) está satisfeito e em relação às condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços – tabernas, 55,3 % (n=177) dos visitantes está satisfeito. Em termos globais, em relação ao grau de

satisfação com as condições de higiene, da Viagem Medieval, 44,8 % (n=150) está satisfeito.

46,7 % (n=140) dos visitantes está satisfeito com as condições de segurança do evento.

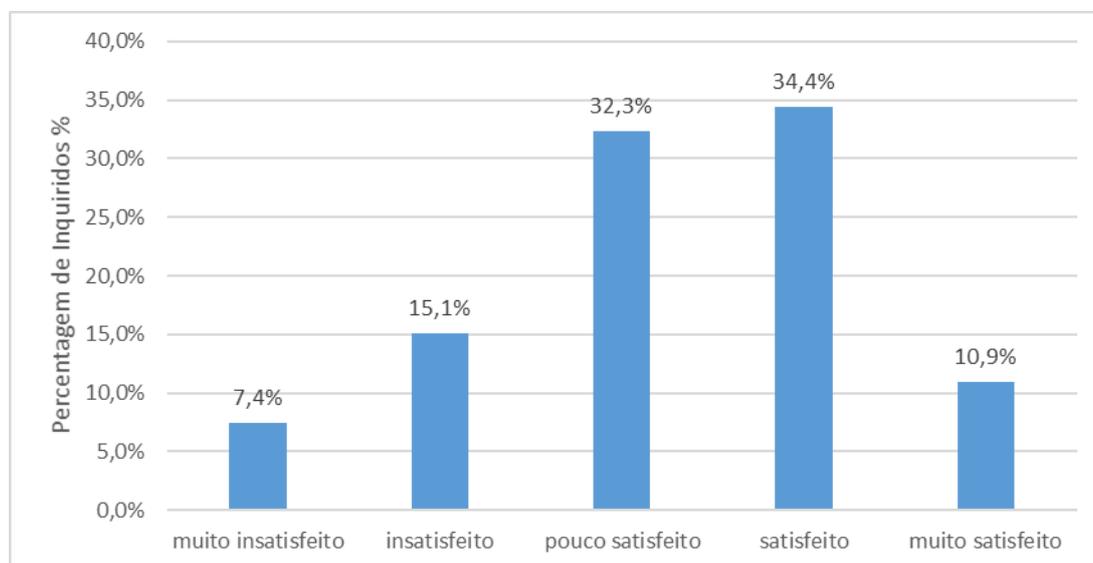
Em relação ao estacionamento do evento, 34,5 % (n=105) está satisfeito e 25,3 (n=105) % está pouco satisfeito.



**Figura 144: Nível de Satisfação dos Visitantes em relação ao estacionamento**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

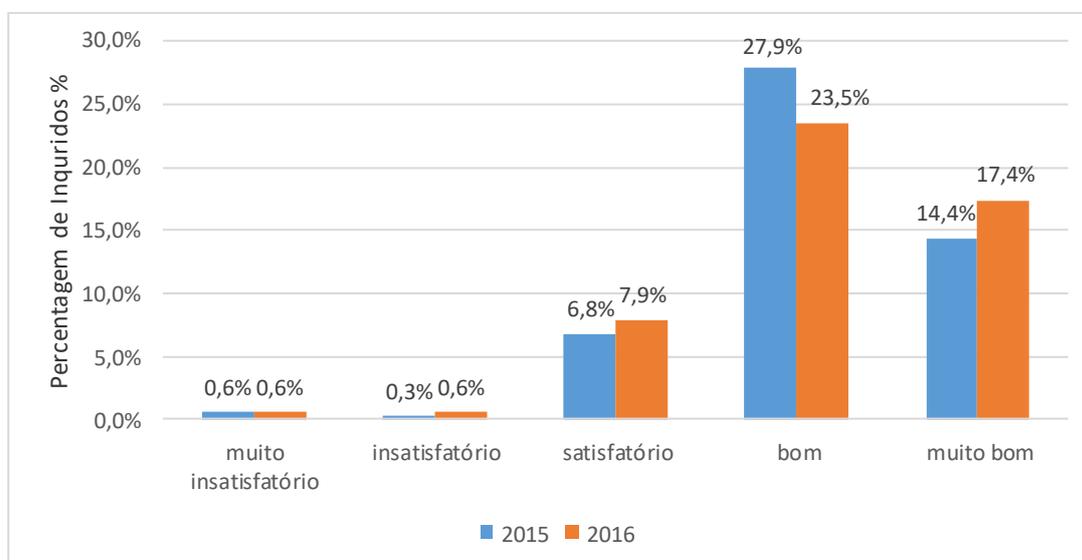
Quanto aos preços 34,4 % (n=107) dos inquiridos está satisfeito, enquanto 32,3 % (n=100) se manifesta pouco satisfeito, 15,1 % (n=47) insatisfeito e 7,4 % (n=23) muito insatisfeito.



**Figura 145: Nível de Satisfação dos Visitantes com os preços praticados na Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Quanto ao atendimento realizado nos vários locais da Viagem Medieval, 44,8 % (n=138) está satisfeito. O grau de satisfação que os inquiridos obtiveram na visita em relação à gastronomia foi de Bom, 51,5 % n=175 (27,9 %, n=95 em 2015 e 23,5 %, n=80 em 2016).



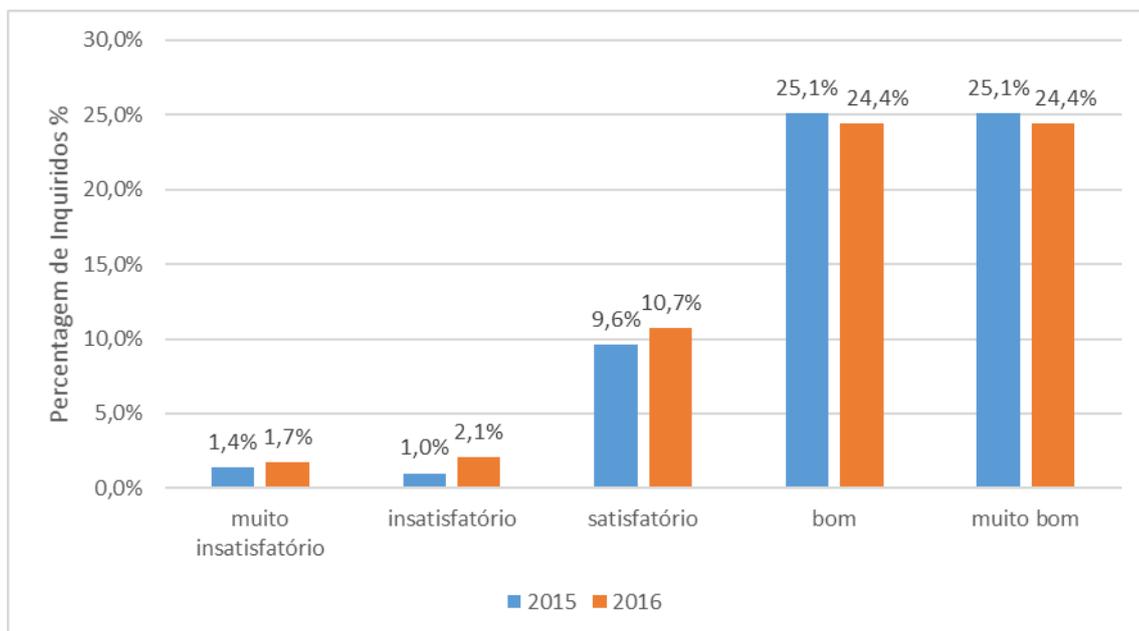
**Figura 146: Nível de Satisfação dos Visitantes em relação à gastronomia da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

O grau de satisfação que os inquiridos obtiveram na visita em relação ao património histórico e arquitetónico, monumentos e museus da cidade de Santa Maria da Feira foi de Bom, 47,8 %, n=152 (22,6 %, n=72 em 2015 e 25,2 %, n=80 em 2016).

Em relação à satisfação que os respondentes obtiveram na visita em relação a oportunidades para fazer compras, o que obteve mais resposta foi o Bom, com 39,1 %, n=108). 21,0 %, n= 58 em 2015 e 18,1 %, n=50 em 2016).

Quanto ao grau de satisfação que obtiveram na visita em relação à hospitalidade dos residentes, os inquiridos consideram Bom, 49,5 %, n= 144 (25,1 %, n=73 em 2015 e 24,4 %, n=71 em 2016).

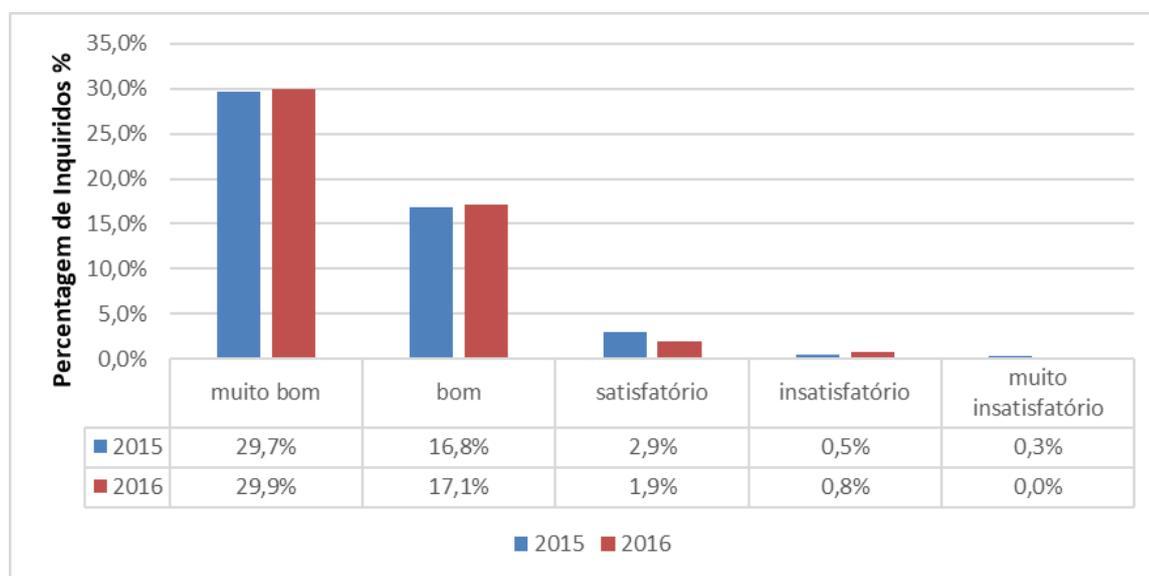


**Figura 147: Nível de Satisfação dos Visitantes com a hospitalidade dos residentes**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Em relação a atividades para toda a família proporcionada por Santa Maria da Feira, aquando da visita ao evento Viagem Medieval, os inquiridos na sua grande maioria, 47,8 %, n= 143 (25,4 % em 2015, n=76 e 22,4 %, n=67 em 2016) consideraram Bom.

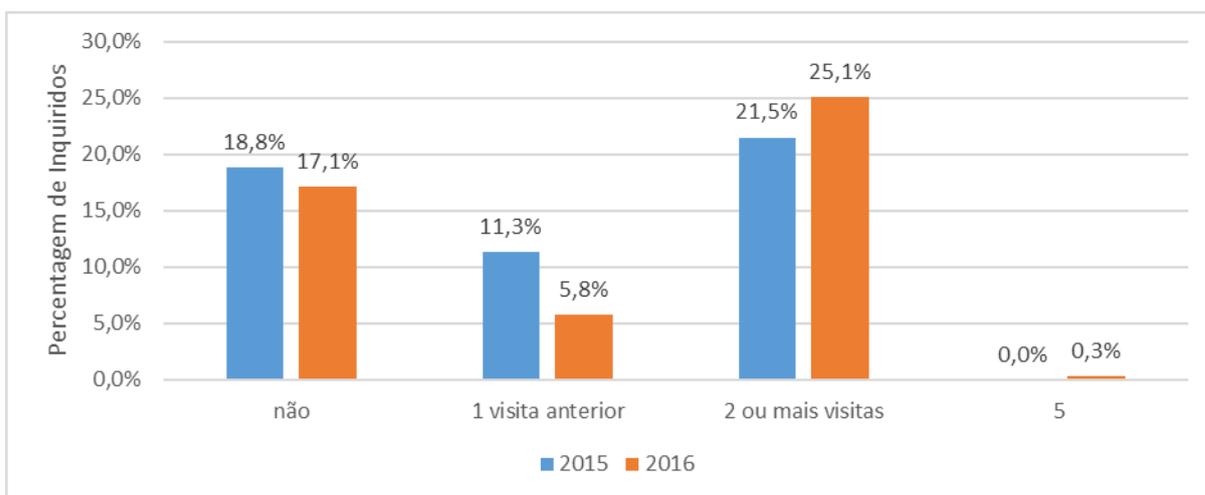
A opinião que prevalece dos inquiridos acerca da Viagem Medieval é de Muito Bom, 59,6 %, n=223 (29,7 %, n=111 em 2015 e 29,9 %, n=112 em 2016).



**Figura 148: Opinião dos visitantes sobre a Viagem Medieval**

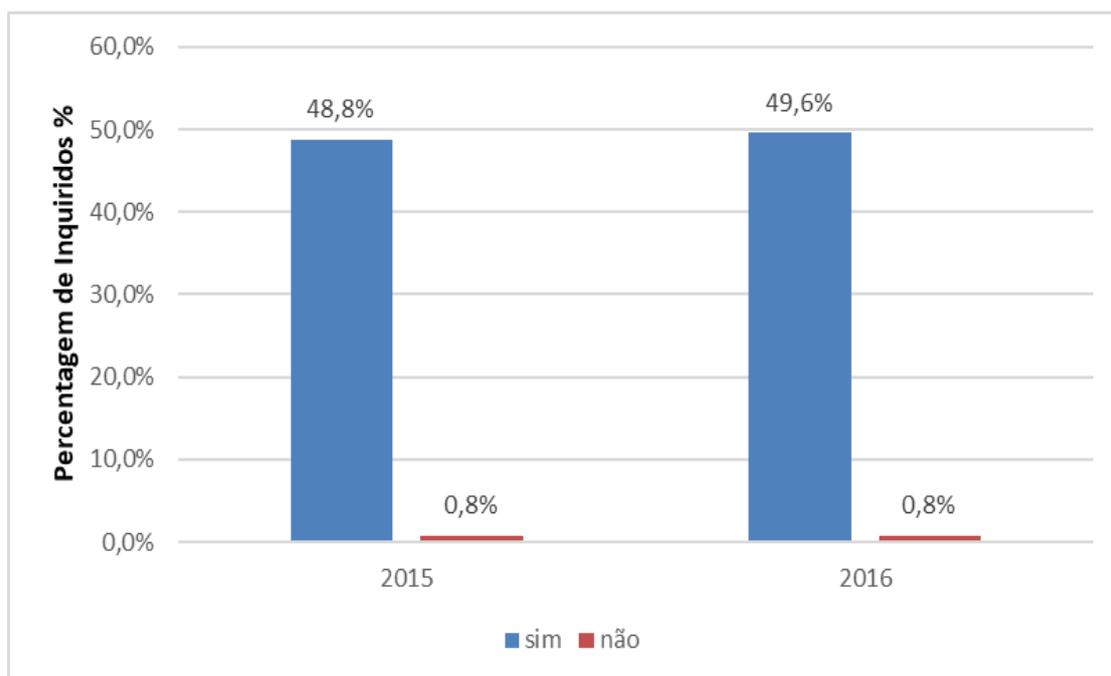
Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Quanto à questão se tinha visitado a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, os inquiridos responderam maioritariamente que já tinham visitado por duas ou mais vezes, 46,7 %, n=169 (21,5 %, n=78 em 2015 e 25,1 %, n=91 em 2016).



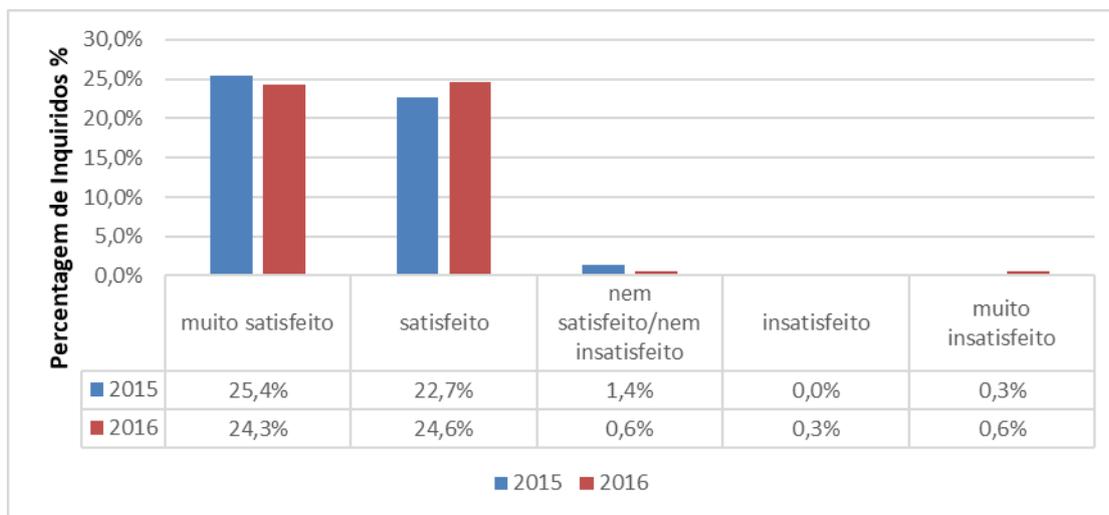
**Figura 149: Percepção sobre se os visitantes já tinham visitado anteriormente a Viagem Medieval**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Na pergunta se pensa voltar a Santa Maria da Feira, 97,5 %, n=354 (48,2 %, n=175 em 2015 e 49,3 %, n=179 em 2016) dos inquiridos responderam que sim e 98,3 %, n=355 (48,8 %, n=176 em 2015 e 49,6 %, n=179 em 2016, recomendariam aos amigos uma visita a Santa Maria da Feira.



**Figura 150: Conhecimento da vontade de os visitantes recomendarem a visita a Santa Maria da Feira aos amigos**  
 Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

49,7 %, n=180 (25,4 %, n=92 em 2015 e 24,4 %, n=88 em 2016) dos inquiridos revelaram em termos de satisfação global na visita a Santa Maria da Feira o grau de Muito Satisfeito.



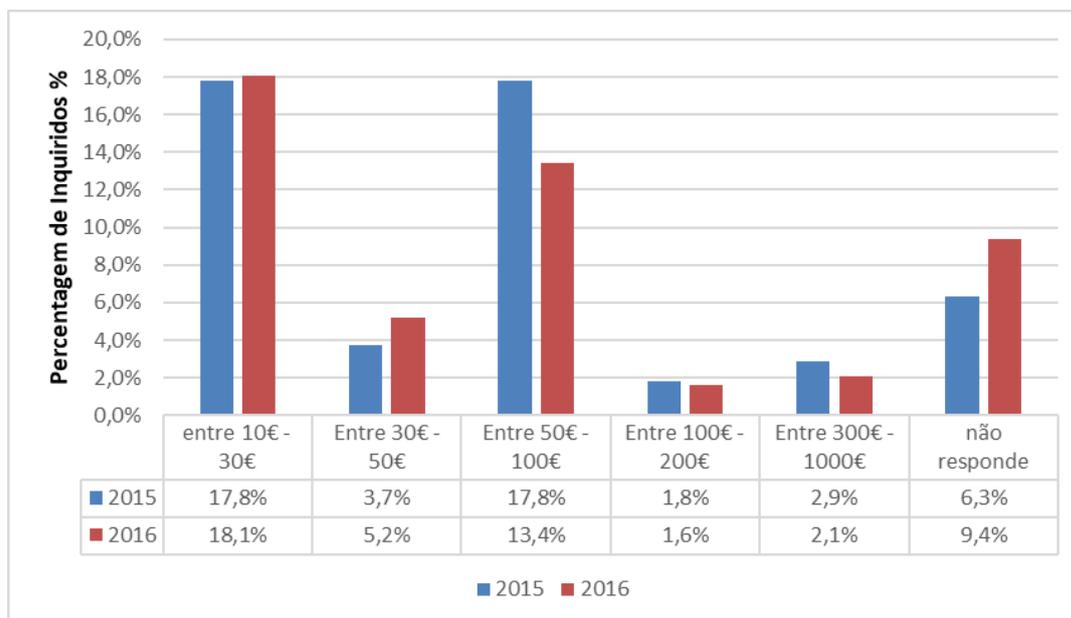
**Figura 151: satisfação global dos visitantes na visita a Santa Maria da Feira**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

Na pergunta sobre o rendimento mensal do agregado familiar, os inquiridos reponderam na sua grande maioria, 33,0 %, n=72 (16,5 %, n=36 em 2015 e 16,5 %, n=36 em 2016), que era entre os 1000 e os 2000 €. Seguiram-se os rendimentos entre os 500 e 1000 €, com 24,8 %, n=54 (10,6 %, n=23 em 2015 e 14,2 %, n=31 em 2016).

Quanto aos gastos efetuados na Viagem Medieval, 35,9 %, n=137 (17,8 %, n=68 em 2015 e 18,1 %, n=69 em 2016), gastou entre os 10 e os 30 €.

31,2 %, n=119 ,17,8 %, n=68 em 2015 e 13,4 %, n=51 gastou entre os 50 e os 100 €.



**Figura 152: Gastos dos Visitantes nas edições de 2015 e 2016 da Viagem Medieval**

Fonte dos dados: Inquérito por questionário aos visitantes nas edições da Viagem Medieval de 2015 e 2016.

## 5.5 Impactos positivos das Recriações Históricas

O proliferar deste tipo de atividades poderá permitir um incremento do empreendedorismo: nascimento de empresas de animação, de alimentação, de teatro, de artesanato, Indústrias criativas e outras, para além de:

### **Impactos Económicos**

Aumento das divisas, na modalidade de turismo internacional

Criação e empregos diretos e indiretos

Fortalecimento das economias regionais

Reconversão produtiva, isto é a incorporação de serviços aos turistas em atividades produtivas já existentes que adquirem a forma de turismo rural, agro-turismo, etc.

Posicionamento como núcleo de oportunidades para receber financiamento nacional e internacional.

Diversificação de mercados para produtos locais como artesanato e gastronomia

## **Impactos Ambientais**

Cria consciência para a proteção do meio ambiente tanto pela ação exercida sobre os turistas como pelas medidas impostas às empresas em termos das práticas ambientais.

Impulsiona os mecanismos legais para a proteção de espaços naturais, definindo áreas protegidas; reservas ecológicas; monumentos naturais, etc.

Estabelece mediante a legislação as normas para proteger a flora e a fauna, possibilitando controlos e sanções contra a caça furtiva ou introdução ilegal de espécies exóticas

Transfere práticas ambientais positivas a outros sectores da economia

Promove investigações sobre os ecossistemas locais

Promove o desenvolvimento de planos de ordenamento

## **Impactos Socioculturais**

Valoriza os costumes da comunidade local

Valoriza as festas populares e tradições locais ou regionais, favorece o reconhecimento das povoações originárias nas suas procuras territoriais e outras.

Impulsiona a produção de artesanato e difusão das técnicas produtivas de realização.

Promove o interesse pela recuperação e conservação de monumentos e sítios históricos

Promove o interesse pela criação e manutenção dos museus antropológicos, históricos e da vida quotidiana: mostras de arte, exposições fotográficas, etc.

Promove investigações vinculadas ao património cultural local: histórias de vida; processos de povoamento; primeiros povoadores, etc.

Atender desde as políticas públicas à socialização da população em práticas de recriação que abarquem as dimensões do património natural, social e cultural próprio preparando a comunidade num duplo sentido: seja para receber o turista e promover um aproveitamento equitativo dos benefícios. Neste sentido será necessário promover a gestão de programas de mini-turismo em algumas das suas modalidades e diversidade das possibilidades: Recriação Histórica; acampamentos; turismo ecológico; turismo rural; excursões culturais; etc. que possibilitem vivenciar o turismo em divergentes sectores da população ansiosa de receber os benefícios desta prática.

Exemplos práticos de empresas e grupos de animação que se constituíram em função da realização da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria.

## 5.6 Impactos positivos da Viagem Medieval

Em seguida, apresentamos alguns dos exemplos de empreendedorismo que os eventos de Recriação Histórica permitiram, no caso concreto a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria.

### Delícias do Castelo



**Figura 153: Delícias do Castelo**

Fonte de Dados: Foto de Roberto Carlos Reis

Uma simples loja de mercearia fundada em 1964, tornou-se num caso de sucesso devido a um segredo bem guardado nas Delícias do Castelo. Localizada em Santa Maria da Feira na mesma casa 54 anos de existência, tem uma confeção tradicional onde se mantém a mesma qualidade de várias gerações, neste caso a Regueifa, doce típico da Páscoa.

Na base deste pão doce está uma receita com mais de 100 anos, transmitida de geração em geração, já vai na quarta. Os ingredientes não têm nada de estranho:

ovos, açúcar, canela, fermento, manteiga, sal e farinha e o segredo está nas porções, na qualidade dos produtos e na forma como se misturam. É isso que determina a textura deste pão doce, de paladar único, que vai bem com qualquer coisa. Esta mercearia, transformou-se numa confeitaria de referência, que aproveitando a dinâmica das recriações históricas, vende para todo o País, produtos tão díspares como a Fogaça da Feira, agora com o certificado D.O.P, Rabanadas, Caladinhos, Bola de Amêndoa e Bons bocados de amêndoa, sendo este o bolo mais vendido na Viagem Medieval e noutros eventos de recriação histórica.

### Museu da Fogaça



**Figura 154: Carlos Moisés – Museu da Fogaça**  
Fonte de dados: Foto de Roberto Carlos Reis

A pastelaria Museu Vivo da Fogaça é um espaço que encerra em si um conceito diferente num concelho que agita como uma das bandeiras o seu doce regional, a fogaça. Objetivamente, trata-se de uma pastelaria, que poderia, muito bem, ser igual a outra qualquer. Mas não é. A decoração de época, com objetos e

trajes antigos, a aludir ao início do século passado e às origens do fabrico do conhecido doce, promove-a a espaço de referência.

Após vários anos a fabricar fogaça ao vivo, por diversas recriações históricas da Península Ibérica, Carlos Moisés, o proprietário, procurou impor-se pela diferença, transmitindo às pessoas da arte de fazer fogaças, num ambiente fora do vulgar, confortável e acolhedor.»

Além das fogaças tradicionais, existem ainda outras com pepitas de chocolate e com frutos secos, todavia e com a nova designação de Fogaça da Feira, estes produtos terão obrigatoriamente outra designação

O Museu Vivo da Fogaça, em Santa Maria da Feira, não é apenas um café. É um lugar de encontro. A decoração fica na memória. Um palco, onde um piano e uma viola convidam à música, uma sala cheia de livros, são apenas alguns dos recantos que transformam o museu num lugar vivo.

### **Maria Estrela Silva Melo Almeida**



**Figura 155: Estrela Melo - Artesã Medieval**  
Fonte de dados: Foto de Roberto Carlos Reis

Dedica-se à produção de Calçado artesanal temático e acessórios especificamente produzido para recriadores que participam em eventos de recriação histórica, desde 2007.

Após vários anos a explorar a loja dos Calçados Teresinha em Santa maria da Feira e S. João da Madeira, Estrela Melo é uma das mais importantes artesãs na confeção de calçado das diferentes épocas históricas, devido ao rigor que aplica nos modelos bem como os materiais com que é produzido de forma artesanal e o calçado. Participa em eventos de Recriação Histórica em toda a Península Ibérica.

### **Rei da Fogaça**

Após ter tido um negócio malsucedido, Manuel Francisco V. Marques (O Rei da Fogaça), dedica-se ao fabrico ao vivo e à venda de fogaça em diversos eventos de recriação histórica, constituindo-se noutro caso de sucesso e de empreendedorismo, potenciando por um lado o produto fogaça e por outro um novo segmento dos eventos: as recriações históricas.



**Figura 156: Rei da Fogaça**

Fonte de Dados: Foto de Roberto Carlos Reis

## **Taberna do Corvo**

Este espaço pertence a Ricardo Jorge de Oliveira Araújo, um jovem que aposta na máxima em que o vinho possui uma longa história que remonta pelo menos a aproximadamente 6 000 a.C., pensando-se que tenha tido origem nos atuais territórios da China. Crê-se que o seu aparecimento na Europa ocorreu há 6500 anos, na antiga Grécia. O vinho tem desempenhado um papel importante em várias religiões desde tempos antigos: O deus grego Dionísio e o deus romano Baco representavam o vinho, e ainda hoje o vinho tem um papel central em cerimónias religiosas cristãs e judaicas como a Eucaristia e o Kidush. Pensa-se que terão sido os gregos a introduzir o vinho, em várias culturas: Egipto, Roma antiga, Sul da Europa, incluindo a Península Ibérica, bem como o seu cultivo e produção. Aqui foram os romanos que massificaram e inovaram nas técnicas de vinificação. O grande impulso do vinho dá-se durante a idade média, com a Igreja Cristã a valorizar o consumo de vinho e a utilizá-lo nas suas eucaristias, hábito que ainda hoje se mantém. Durante toda história o vinho tem deixado uma marca. Para uns considerado o néctar dos Deuses e com propriedades medicinais, ou então proibidos por outros, por exemplo o Islão.

Outro tipo de bebidas era os licores, por norma bebidas mais fortes que o vinho, mas muito mais doces.

A Taberna do Corvo, exemplifica da melhor maneira de como se vendia na época medieval as bebidas, comercializando a sangria selvagem, o corvinho, o vinho licoroso, a ginja e as bebidas sem álcool, que são a limonada, a laranjada e a sangria sem álcool.

Assim durante as recriações históricas na taberna do Corvo, poderemos assistir à demonstração de fabrico do produto como a Sangria Selvagem que tem como Ingredientes: Vinho tinto, Sumo de laranja, Sumo de limão, frutos silvestres e ervas finas; corvinho - Ingredientes: vinho licor, frutos silvestres e ervas finas; Vinho Licoroso - Ingredientes: Vinho licoroso; laranjada: Ingredientes: sumo de laranja natural, mel, ervas finas e água; Limonada - Ingredientes: sumo de limão natural, mel, ervas finas e água e o Pão com Chouriço/Pão com Presunto.

### **Oficina do Velho Ofício**

A Oficina do Velho Ofício nasceu em abril de 2012 em Terra de Santa Maria da Feira numa época onde a história e a cultura se fundem para recriar vidas e lendas do passado que nos dizem quem somos e de onde viemos. Este projeto tem como base a investigação da engenharia e formas de construção dos utensílios do passado tentando sempre primar a pelo rigor e seus métodos como forma de entender melhor o salto tecnológico dos nossos antepassados. Aqui constroem armamento defensivo e ofensivo, ligeiro e pesado, mas também instrumentos de tortura, mobiliário (medieval e romano), alfaias, carroças, barracas de mercadores e cenários, desde o período Celta até aos finais do Seculo XIX.

A Oficina do Velho Ofício viaja de terra em terra, e faz desmonstração ao vivo utilizando o fole a bigorna e a pedra de amolar, criando personagens como o velho Jerumelo que conta estórias, estórias dos Ofícios antigos enquanto trabalha o ferro. Além do velho Jerumelo também o Mestre Assis, mestre na arte da madeira. viaja sempre com o seu torno de varas e fala-nos de belos castelos onde já trabalhou fazendo tronos e camas e outras tantas coisas para muitos nobres. Junta-se ainda o alquimista: Lusidio, o alquimista e devoto da fé dos Homens, busca por todo o reino a essência que falta para o elixir da vida eterna.

### **Fórum Ambiente e Cidadania**

Após alguns anos de atividade, a área da cultura e recreio do Fórum Ambiente e Cidadania foi ganhando novos departamentos. Nasceu com a formação da “A Rua’Da” e, pouco tempo depois, dos “Saltarellus” e do “Teatramos”. O envolvimento da coletividade na animação da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria foi exigindo mais qualificação e maior versatilidade e assim surgiram novas especializações com os grupos “Os Monges” e, mais recentemente, as “Espadas de Santo André”.

A designação “mos’TRHA – Teatro, Recriações Históricas e Animação” nasce da necessidade de se encontrar uma designação única para a secção no seu conjunto que permitisse agregar os agora cinco grupos que são responsáveis pela planificação e execução de todas as atividades na área da cultura e recreio.

### **A Rua'Da – Grupo de Percussões Tradicionais**

Com mais de três de dezenas de executantes, distribuídos pelos bombos, timbalões e caixas, recebeu a sua formação inicial da mão de Rui Júnior e dos “Tocá Rufar” e participa, desde a sua fundação, na animação circulante da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, no encontro internacional “Portugal a Rufar”, é grupo residente do Carnaval de Mosteirô, para além de responder a muitas solicitações de animação um pouco por todo o centro e norte do país e de participar nas recriações históricas para as quais é solicitada a colaboração da associação.

### **Saltarellus – Grupo de Artes Circenses**

O grupo de artes circenses “Saltarellus” teve a sua génese no ano de 2002 com o objetivo de acompanhar o grupo de precursões da associação na animação da Viagem Medieval desse mesmo ano.

Constituído por 16 elementos, teve as suas raízes do desejo de envolvimento na animação da Viagem Medieval. A grande maioria dos seus elementos começaram como autodidatas tendo vindo, mais tarde, a beneficiar das ações de formação promovidas pela Federação das Coletividades de Santa Maria da Feira. Participa regularmente na animação circulante da Viagem Medieval e produziu alguns dos espetáculos diários de encerramento do evento.

### **Teatramos – Teatro Amador de Mosteirô**

Tem um núcleo central de mais de 20 atores, mobilizando habitualmente outros 50 em atividades como a Viagem Medieval ou a Via-Sacra e sendo hoje dirigido por um encenador profissional. Nasceu a partir do gosto que a comunidade sempre demonstrou relativamente ao teatro de palco, tendo uma peça encenada em permanência e participando regularmente na Viagem Medieval. Aqui tem assumido a responsabilidade por espetáculos de animação âncora.

Com o teatro de palco vem participando em encontros e festivais de teatro um pouco por todo o concelho.

### **Os Monges – Grupo de Música Gregoriana**

Organizado a partir do Grupo Coral da Paróquia de Santo André, este grupo tem vindo a especializar-se na interpretação de música gregoriana. É constituído por

16 elementos com idades que oscilam entre os 17 e os 74 anos e participa regularmente em todas as iniciativas com carácter de recriação histórica para as quais é convidada associação, nomeadamente na Viagem Medieval, na qual fizeram parte, em 2008, da animação da Abadia, área temática que decorreu no Convento dos Lóios. Os seus elementos são maioritariamente autodidatas.

### **Espadas de Santo André**

Grupo de recriações medievais na componente militar, fundado em dezembro de 2008 a partir de uma ação de formação promovida pelo Fórum Ambiente e Cidadania e administrada pelo professor João Maia da “Espada Lusitana”. O grupo surge como consequência do envolvimento de alguns elementos da associação em espetáculos de carácter militar da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, nomeadamente os “assaltos ao castelo”.

É constituído por 18 elementos, masculinos e femininos, a partir dos 13 anos.

### **Art'Encena Teatro**

Art'Encena nasceu de um desejo de criação, evolução e permanente aprendizagem de um grupo de atores, que se concretizou em 2002 e desde então Art'Encena tem desenvolvido a sua atividade em diversas vertentes da arte teatral, tais como o teatro de rua, artes circenses, recriação histórica, animação e teatro de palco.

Há mais de uma década, que o Art'Encena marca presença em vários eventos de destaque a nível nacional, como o Mercado Medieval de Santa Maria, Mercado Medieval de Óbidos e Mercado Medieval de Silves, nas suas criações Art'Encena procura dar vida a personagens e ambientes fantásticos, podendo revelar duas faces distintas: uma mais negra e misteriosa, que acolhe espíritos, mouras encantadas, demónios e feiticeiras.

### **Curinga**

No âmbito de experienciar a música e o intérprete, Curinga significa fingir, imaginar, fantasiar, experimentar, mudar de valor, representar qualquer outro,

remexer e trabalhar de novo. É uma mistura energética de variadas expressões musicais Portuguesas e do Mundo, por meio de uma abordagem atrevida e sagaz, capaz de criar no momento o elo entre o passado e o futuro.

Formados em Santa Maria da Feira no final de 2008, os Curinga partiram da ideia de atuar em recriações históricas, inspirando-se em personagens Medievais tais como o Bobo, o Jogral, o Menestrel e o Trovador, e em melodias medievais provenientes da documentação existente.

A criação de temas originais e composições próprias foi sempre uma aspiração do grupo.

Ao longo de 3 anos viajaram pela Ibéria, cimentando a aculturação do grupo, alargando assim os seus conhecimentos e influências, tanto a nível pessoal como profissional.

O grupo marcou presença em mais de 60 eventos, entre recriações históricas, feiras medievais, festas populares, animações de rua, casamentos e concertos.

### **A Milícia de Santa Maria**

A Milícia de Santa Maria começou o seu percurso com a barreira de tiro com arco em 2003 ainda como Clube de Snowboard, quando começaram a trabalhar como arqueiros. Em 2008, quando foram convidados para participar no Assalto ao Castelo como arqueiros, com flechas de fogo nasceu a Milícia, na altura como o nome de Milícia de Geraldo Geraldês.

Entretanto continuaram a sua aprendizagem, tendo como referência O Viv'Varte. Participaram na Feira de Silves e em 2009 e 2010 assumiram, na Viagem Medieval o Torneio do Mestre Arqueiro.

Em 2011, avançaram para um espetáculo mais rigoroso, também ao final da tarde, junto ao Castelo. Em 2012, voltaram a subir um degrau e chegaram ao palco maior. A Investida mantém também esse alinhamento da participação, tendo um participante muito especial que nasceu para isto no Mestre Arqueiro e permitindo uma grande participação das Espadas de Santo André.»

Como estratégia para as recriações históricas nos eventos medievais, sublinham que no fundo tudo acaba por se resumir ao encaixe do que for possível nos espaços disponíveis. Têm algum conhecimento militar, e depois, consideram que, apesar de as pessoas acharem que estão a ver um filme, a o espetáculo de

grande formato que dinamizam na Viagem Medieval é diferente de cinema e Organizam feiras: grupos de música, artesãos, animação de rua, torneios, espetáculos, dança do ventre, decoração de ruas, falcoaria com cães, tiro com arco, passeios com pôneis e a cavalo, jogos medievais carrocel e barco medievais acampamento medieval, dinamizando ainda a animação do castelo de Guimarães e da Feira.

Atualmente, a empresa de Santa Maria da Feira emprega cinco pessoas a tempo inteiro e a cada evento contrata dezenas de colaboradores. Na altura de Verão chegam a ser entre 40 a 60 pessoas que contratam a cada fim-de-semana. A empresa Décadas de Sonho, que é liderada por um antigo professor de educação física que, desde há alguns anos, passou a ser também empresário, encenador e ator. De acordo com a Base, contratos públicos online, o volume de negócios desta empresa é de 705.396,94 €, desde 2013.

### **Grupo de Tambores de Santa Maria**

Um grupo nasceu da procura de grupos que tocassem instrumentos medievais no evento anual mais emblemático de Santa Maria da Feira.

Lançado um desafio pela Federação da Coletividades da Santa Maria da Feira, de formar grupos de bombos para integrar a animação de rua da Viagem Medieval, a Associação do Grupo de Danças e Cantares Regionais da Feira, como de costume, não deixou passar a oportunidade.

Após uns meses de formação, nasceu o Grupo de Tambores de Santa Maria. Constituído por cerca de vinte elementos, na sua formação completa, comporta caixas, tambores, timbalões e bombos de vários tamanhos.

Desde a sua fundação que este grupo tem participado animado muitos eventos de raiz popular, Feiras Medievais, Feiras de Artesanato e muitos outros eventos de carácter mais generalista).

### **Mediaevus Chorus - Coral Polifónico da Cruz**

Em 2003, foi criado em Santa Maria da Feira, um coro com características de coro de câmara que veio a chamar-se, posteriormente, Mediaevus Chorus. Já desde o seu nascimento, começou a dedicar-se à pesquisa e estudo de cânticos medievais e renascentistas, com o intuito de animar ceias medievais que, na época, proliferavam pelo país fora. Tendo dele conhecimento, uma equipa de teatro ao vivo de Oliveira do Bairro, de nome Vivarte, de imediato se interessou na sua colaboração para engrossar o vasto elenco de associações que com ela colaboram. Assim, logo no último fim-de-semana de julho de 2003 fez a sua estreia na Viagem Medieval de Trancoso, aquando da inauguração de um Pavilhão Multiusos realizada pelo então Primeiro-ministro Durão Barroso.

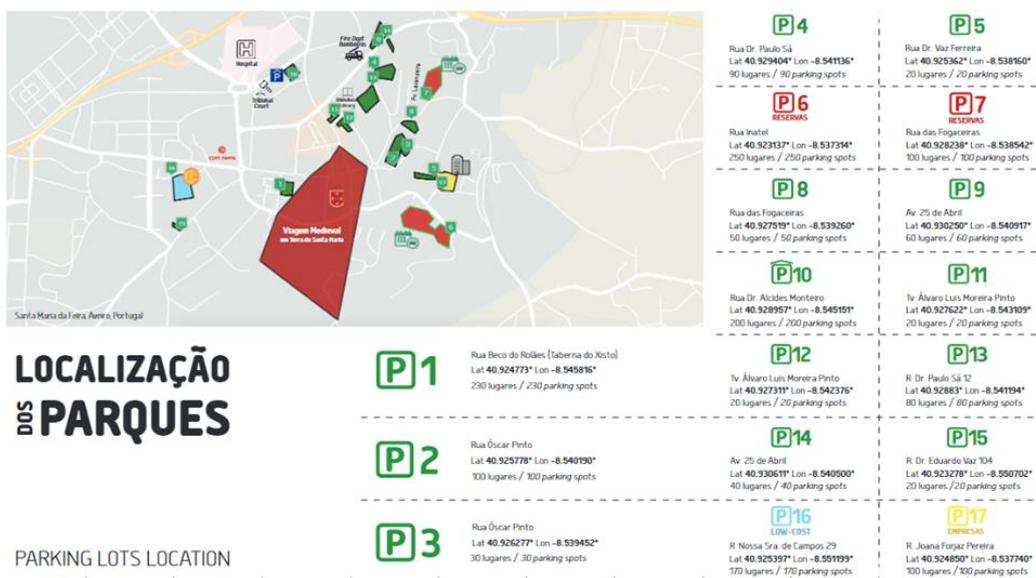
Desde então já contam no seu palmarés cerca diversas participações em ceias e viagens medievais, não só no país como no estrangeiro, a título de exemplo, em Finale Ligure (Itália), e participou em programas televisivos como a Praça da Alegria da RTP1. Tem sido também solicitado para casamentos, concertos de bem-fazer e encontros corais salientando-se, de modo muito especial, a abertura de um concerto do tenor italiano Giovanni d'Amore e o concerto no Instituto Politécnico com o seu coro, na cidade do México, em setembro de 2004. Em 2005, participou no 48º Festival Internacional da Cidade de Opava (República Checa). Em 2009 teve participação especial para animar o congresso integrado no Festival das Aldeias Vinhateiras realizado no Mosteiro de Santa Maria de Salzedas - Tarouca, neste mesmo ano participou também na Feira Medieval de Pontevedra em Espanha.

Ao longo destes anos o Mediaevus Chorus tem tido presença habitual em Eventos Medievais de maior destaque no país, tais como, Viagem Medieval de Santa Maria da Feira, Feira Medieval de Óbidos, Dias Medievais de Castro Marim, Feira Medieval de Penedono, Feira Medieval de Carrazeda de Ansiães, Feira Medieval de Miranda do Douro entre muitas outras.

### **Parques Manus**

A oferta de estacionamento na cidade de Santa Maria da Feira durante os eventos, continua a revelar-se extremamente insuficiente, embora desde 2015, um antigo voluntário da Viagem Medieval e recém-licenciado, apresentou um projeto

inovador, os Parques Manus, que é uma empresa privada, surgiu pela perceção da escassa opção de estacionamento oferecidos aos visitantes da Viagem Medieval, permitindo assim a criação na cidade de Santa Maria da Feira, 18 parques com mais de 1400 lugares de estacionamento com as opções de parques low-cost, parque subterrâneo e parques com reservas.



**Figura 157: Localização dos Parques Manus na Viagem Medieval**  
 Fonte de Dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Na perspetiva de negócio gerada pela Viagem Medieval, os Parques Manus são um excelente exemplo de empreendedorismo, procurando minimizar um dos graves problemas de estacionamento, que ocorrem durante a realização dos eventos em Santa Maria da Feira. A estratégia empresarial passa primeiramente pelo contato com os proprietários de terrenos na cidade, muita das vezes cheios de silvas e abandonados, e a troco da sua limpeza, exploram como parques de estacionamento. Em termos económicos, verificamos vários exemplos das potencialidades que as Recriações Históricas, podem proporcionar.

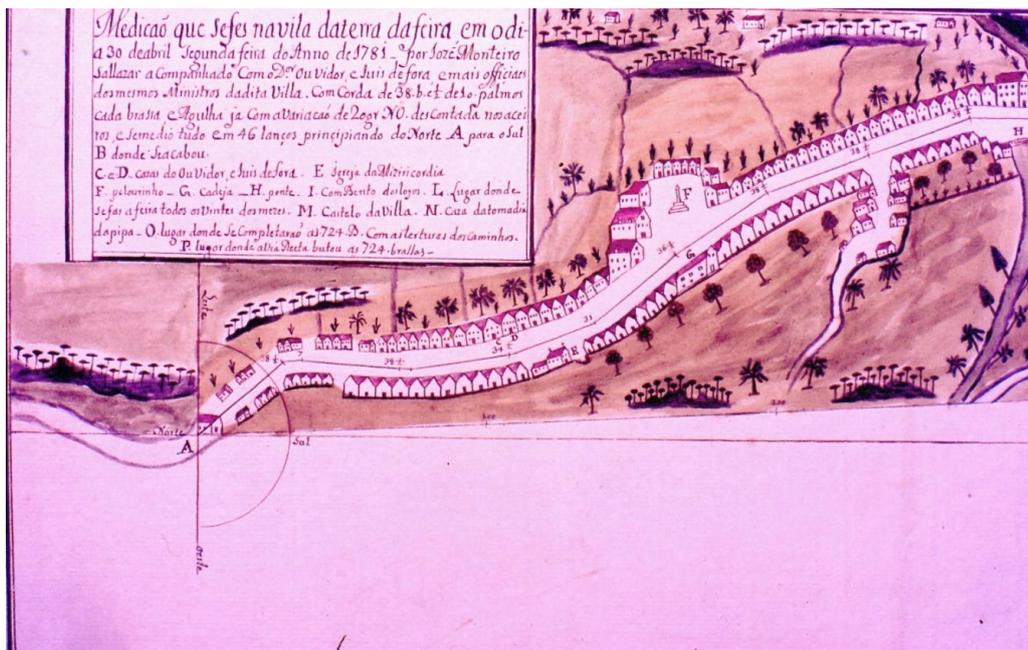
### Impacto positivo – Ambiental originado pela Viagem Medieval

Outro exemplo, em termos ambientais e de recuperação do património, relaciona-se com o núcleo antigo da cidade, e que atualmente constitui o centro histórico da cidade de Santa Maria da Vila da Feira, que durante séculos se

designou por Vila da Feira, tendo sido até às três últimas décadas do século XX a principal expressão urbana da cidade. É um núcleo que possui características de evolução essencialmente terciárias, com origem nas atividades dos séculos passados da povoação e como centro administrativo importante para a região.

Verificou-se que a expansão urbana da cidade se realizou fundamentalmente ao longo de um percurso urbano de crescimento linear, definido pelo alinhamento da antiga Rua Direita com direção Norte-Sul. Ao longo desta rua confrontam-se e relacionam-se os locais e as construções mais importantes da cidade, e que constituem pontos da vida cultural, social, religiosa e económica, como por exemplo a igreja da Misericórdia, a Praça da República, a Igreja Matriz e o antigo convento dos Lóios, a praça do Rossio, local ancestral de realização de feiras dos dias 20 de cada mês, a rua que sob ao castelo e a área densa e verde envolvente e, por fim, no cimo do morro e sempre visível o castelo.

O primeiro documento que se conhece relativo ao da zona central da cidade é um mapa de 1781 de José Monteiro Sallazar, na sequência de uma “medição que se fez na vila da terra da feira em o dia 30 de abril Segunda Feira do Ano de 1781 – por José Alberto Monteiro Sallazar acompanhado com o D. <sup>o</sup> Ouvidor e Juiz de Fora e mais oficiais dos mesmos Ministros da dita Vila”. (Figura 158)



**Figura 158: Mapa de 1781 de José Monteiro Sallazar**  
 Fonte dos dados: Solar dos Condes de Resende<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Mapa de 1781 de José Monteiro Sallazar, Lente Aula Náutica. O Diretor do Solar J. A. Gonçalves Guimarães, informa que as imagens pretendidas foram cedidas para fins não comerciais ao Gabinete

registo da planta da cidade de 1781 mostra que a cidade era essencialmente constituída praticamente pelo alinhamento da rua Direita, na época com edificações ao longo desta e locais singulares como a norte a Igreja da Misericórdia e a sul Quinta das Ribas e Capela de Nossa Senhora de Monserrate, ladeada de ambos os lados por campos de ocupação agrícolas e de floresta.

A análise de fotografias antigas, ilustra que a evolução da ocupação urbana se processou ao longo de séculos através da densificação ao longo desta via principal, sendo portanto uma urbanização linear dominante e quase exclusivamente com funções residenciais e comerciais, sucessivas adições de edifícios ou pequenos conjuntos ao longo da via existente e surgimento de novas frentes urbanas, onde dominam loteamentos de maior dimensão principalmente junto à nova praça do Rossio, com maior densificação da habitação e criação de novas áreas urbanas e praças. Este crescimento da cidade até muito recentemente foi sempre caracterizado por um enquadramento de extensas áreas agrícolas e áreas florestais circundantes, algumas bastante definidas e ocupando vastas áreas contíguas com a presença de casas rurais dispersas.

A evolução da arquitetura no núcleo da cidade processou-se, contudo ao longo de séculos podendo-se distinguir edifícios, praças e vias que se complementam. Destaca-se neste núcleo a arquitetura religiosa, arquitetura de serviços administrativos do estado, arquitetura militar, arquitetura habitacional, praças públicas e zonas verdes que foi possível manter.

O trajeto pela rua Direita até ao castelo é um percurso irregular e em topografia acidentada e com muitos pontos de vista, que permite dar importância ao sítio e personalidade ao local. Em Santa Maria da Feira verifica-se uma relação biunívoca entre o homem e a natureza e a arquitetura e o local, aspetos que estão ligados por um percurso topológico.

Também na arquitetura dos edifícios mais marcantes da cidade se observa a sua individualidade e especificidade, como os edifícios religiosos, do estado, o castelo, as proporções da arquitetura de habitação estão no centro histórico definidos, na sua maioria e singularidade, por uma ordem estabelecida à escala da rua, respeitam o local e encontram-se inter-relacionados.

---

de História e Arqueologia de Vila Nova de Gaia em 1986 pela Real Companhia Velha. Podem, pois, ser utilizadas para fins de ensino e/ou académicos. São da autoria do fotógrafo Manuel Magalhães.

O alinhamento da Rua Direita foi certamente definido num período anterior ao século XIV. A definição da faixa de implantação, até ao século XIX com desenvolvimento desde a igreja da Misericórdia até ao convento dos Lóios, tem origem nos séculos XV e XVI, tendo os edifícios originais sido sujeitos a reformulações e reconstruções sucessivas.

A imagem actual deste arruamento, tanto interior como exterior, é do século XIX e pontualmente do século XVIII, com reconstruções e reabilitações dos séculos XX e XXI. A antiga rua Direita encontra-se agora dividida em duas, a rua Dr. Elísio de Castro até ao Largo Dr. Gaspar Moreira, e a Rua Dr. Roberto Alves até ao largo do Convento dos Lóios.



**Figura 159: Fotografia panorâmica de Santa Maria da Feira, data de 1870**

Fonte dos dados: Arquivo Histórico de Santa Maria da Feira

O crescimento da adesão dos visitantes e da população do concelho e área metropolitana do Porto aos eventos entretanto criados pelo município levou a que se entendesse proceder à reabilitação e requalificação da área urbana do centro histórico e revitalização do património edificado existente nessa área, assim como a zona do castelo, o Convento dos Lóios, os Museus, Igrejas e edifícios ligados às atividades locais. Foram também reabilitados e modernizados os equipamentos de

apoio e toda a área urbana do centro histórico no centro da cidade e zona envolvente do castelo, como as ruas, as avenidas, a zona de parque e zona envolvente do rio Cáster.

Observando que as características da morfologia urbana de uma cidade podem ter origens numa grande diversidade de fatores tais como razões históricas, topográficas, socioculturais, económicas e tecnológicas, a Carta de Toledo (Toledo, 1987), sobre a salvaguarda das cidades históricas, assinala a importância da imagem da cidade referindo-se “... às cidades, grandes ou pequenas, e aos centros ou bairros históricos, com o seu enquadramento natural ou construído que, para além da sua qualidade de documento histórico, exprimem os valores próprios das civilizações urbanas tradicionais.”, recomendando “ ... as medidas necessárias para a sua proteção, a sua conservação e o seu restauro, assim como para o seu desenvolvimento coerente e para a sua adaptação harmoniosa à vida contemporânea.”

Em Santa Maria da Feira a reabilitação e requalificação teve como principais objetivos melhorar e transformar os espaços públicos, dotando-o de capacidades para receber grandes eventos, adaptação de edifícios históricos para funções culturais e de apoio a atividades da cidade e consolidação da imagem da cidade através da reabilitação do edificado no centro histórico. Os objetivos para a reabilitação e requalificação procuraram conseguir formar uma “lógica urbana funcional e de reforço da imagem da cidade pelo contínuo urbano”, formado pelas vias, praças, edifícios e monumentos, tal como foi realizado noutras cidades do norte de Portugal, e tendo como principal elemento aglutinador a paisagem constituída e os elementos naturais do lugar onde a cidade se insere (Câmara Municipal de Santa Maria da Feira 2011).

Tal como já foi referido anteriormente, igualmente ao que ocorre noutros eventos similares que têm lugar em diferentes vilas e cidades, a organização do da Viagem Medieval tem também um claro objetivo económico, enquanto se procura multiplicar o número de visitantes e potenciar o comércio e a hotelaria local mediante a celebração de uma importante atração turística.

Este propósito monetário da festa é reconhecido explicitamente pelos políticos, ainda que se assinale como uma das razões prioritárias para a sua organização a utilidade como instrumento para consciencialização da população sobre as virtudes do património urbano, bem como para fortalecer as raízes de identidade da comunidade nas suas origens históricas.

Mais adiante analisaremos estes aspetos, ainda que já tenha vindo a assinalar embora considere que as dinâmicas de consciencialização acerca da qualidade do património cultural, ou bem, as propostas de fortalecimento de uma identidade comunitária centrada na história compartilhada são mais um conjunto de argumentações retóricas que legitimam o negócio da história. Mesmo assim, não devo negar a incidência positiva que na apreciação popular existe a respeito dos vestígios materiais do passado, têm celebrações deste tipo, dada a transformação estética que potência a tramoia da festa, proporcional ao elevado número de visitantes, que incita ao maior apreço dos seus bens patrimoniais, por causa da valorização ação alheia bem como pelas possibilidades económicas que permite.

A recuperação de espaços até então não aproveitados e ao abandono, o contributo indiscutível do Evento para o desenvolvimento local, em geral, e o desenvolvimento económico, comercial, em particular e ainda a promoção do espírito associativo, promovendo-se a congregação das Associações no âmbito da Federação das Coletividades, são outros impactos positivos ocasionados pela Viagem.

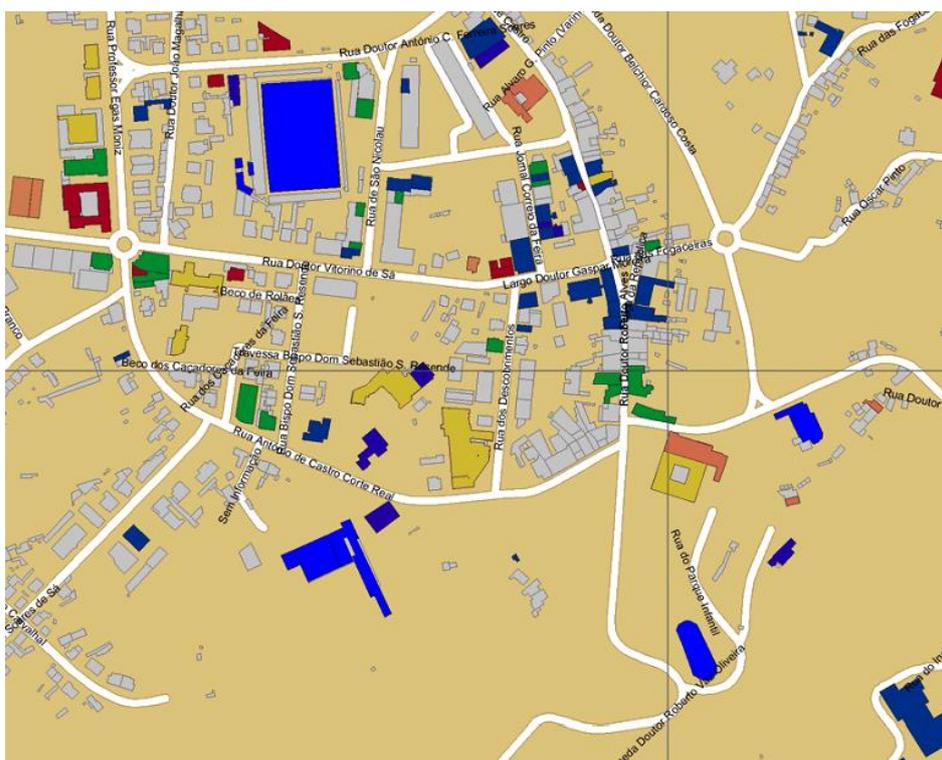
Facilmente se percebe que este tipo de eventos atrai não apenas turistas, mas também parceiros importantes. Apesar de ser um evento realizado pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e de ter a produção executiva a cargo da empresa municipal responsável pela cultura e desporto, tem patrocínios de relevo. Este evento marcante realiza-se maioritariamente no centro Histórico de Santa Maria da Feira e no Vale do Cáster.

A 29 de junho deste ano, deflagrou um incêndio que destruiu um dos prédios mais emblemáticos da cidade, colocando a nu por um lado as deficientes condições em que são intervencionados, e por outro a preocupação em escorar a fachada do mesmo, tendo em conta a segurança dos milhares de visitantes da Viagem Medieval, foi montada uma estrutura de andaimes protetores devidamente

disfarçada por uma tela pintada com os principais monumentos do Concelho, e que apresentamos na figura 160.



**Figura 160: Escoramento do prédio que ardeu no Centro Histórico de Santa Maria da Feira**  
Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis



**Figura 161: Mapa Centro Histórico**  
Fonte de dados: Sistema Municipal de Informação Geográfica da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

## Requalificação do Centro Histórico

Como já referimos noutra parte, as crescentes preocupações no sentido da recuperação, reabilitação e requalificação urbanas alargam os conceitos de património, fomentando o aparecimento duma consciência de “recuperação” em detrimento de “construção nova”. A proposta de trabalho orientada para o reconhecimento de elementos identitários baseados na análise territorial, no estudo da evolução histórica e na avaliação dos sistemas construtivos, para além das questões básicas da segurança, do conforto e da qualidade dos espaços, foi um objetivo determinante neste processo, onde a preservação e a recuperação do património iniciaram um movimento de regeneração urbana.

"A memória e a identidade vivem necessariamente de símbolos visíveis que facilmente podemos reconhecer. Daí a importância há muito conferida ao património, aqui também sob uma larga multiplicidade de formas."

Quando falamos de Santa Maria da Feira, pensamos nas suas fogaças e no seu Castelo. São memórias, são símbolos da identidade e parte do seu património.

Não podemos, no entanto, esquecer que no primeiro caso se trata de uma manifestação de origem religiosa que se cumpre desde 1505. No caso do Castelo, trata-se de um imóvel classificado que foi objeto de proteção e restauro nos projetos da DGEMN.



**Figura 162: Castelo da Feira, durante a Viagem Medieval**  
Fonte de dados: Fotografia Ases Vorazes

Considerado o “ex-líbris” do concelho, o Castelo de Santa Maria da Feira é um dos mais notáveis monumentos militares portugueses. A diversidade dos seus recursos defensivos utilizados entre os séculos XI e XVI faz dele uma peça única da nossa arquitetura militar.

Ao longo da História, desempenhou várias tarefas: povoado castrejo romanizado, baluarte contra as invasões normandas, forte militar na época da Reconquista, sede de região militar e habitação de famílias reais e nobres, sendo ainda, sem dúvidas, o grande centro político que levou à independência de Portugal.

No ano de 2007, foi concluído o Projeto de Conservação e Remodelação do Castelo de Santa Maria da Feira, da responsabilidade da Comissão de Vigilância do Castelo, em parceria com o IPPAR, que consistiu, essencialmente, na realização de obras de conservação e restauro da Capela e da Torre de Menagem, dotando as suas salas de condições ideais para a realização de conferências, reuniões, exposições, espetáculos musicais ou ceias medievais, readquirindo o seu protagonismo e importância histórica, não a nível militar, mas sim cultural.

Há, no entanto, outro património que constitui referências e memórias que têm vindo a perder o reconhecimento.

A sociedade moderna e globalizante é redutora, esbatendo as diferenças e nivelando as culturas. Ao nível do património urbano assistimos à reprodução de modelos similares em contextos geográficos diferentes e à destruição de espaços e imagens das referências das populações.

É necessário desenvolver uma consciência popular patrimonial que para além de envolver questões de natureza ética ou cultural, considere o valor do património como fator de desenvolvimento.

### **Revitalização e Salvaguarda do Centro Histórico**

Cada comunidade, tendo em conta a sua memória coletiva e consciente do seu passado, é responsável pela identificação e pela gestão do seu património, pelo que deverá possuir um conhecimento e uma necessidade de cuidar dos seus valores.

De facto, em Santa Maria da Feira existem recomendações no Plano Diretor Municipal que, ao serem generalistas, não se compatibilizam com as intervenções necessárias, e muito menos têm em conta que o centro histórico é realmente

"património construído" e que a sua qualidade reside na autenticidade e verdade construtiva da sua realização. Nele é já possível observar algumas intervenções ou alterações de projeto, pouco cuidadas, que não respeitam o traçado arquitetónico das ruas, originando o aparecimento de elementos díspares e descaracterizadores, que nada enriquecem o Centro Histórico.

Considerando o enquadramento urbanístico e arquitetónico do Centro Histórico, em que sobressai o equilíbrio do conjunto edificado que compõe toda a sua área urbana, bem como as obras de requalificação urbana, no âmbito do PROCOM, levadas a efeito pela autarquia, torna-se necessária a definição de princípios orientadores e de estratégias de intervenção que qualifiquem de forma integrada as próximas intervenções.



**Figura 163: Praça da República antes da última intervenção**  
Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

Após estas obras de intervenção, com o investimento privado, a Praça da República assistiu a uma nova revitalização decorrente da construção de um Hostel, num edifício do século XVI. Esta obra foi orientada pelo Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico (IGESPAR), permitiu uma nova vida à antiga Praça Velha, preparada assim para receber os forasteiros, durante a realização dos diversos eventos culturais.



**Figura 164: Hostel da Praça**  
Fonte de dados: Fotografia Roberto Carlos Reis

### **Projeto de “Ordenamento, Valorização e Requalificação das Margens do Rio Cáster”**

Este projeto surgiu para implementar uma nova filosofia de fruição do espaço público, que assentasse num novo conceito de rua bem como mudar hábitos, fluxos, movimentos.

O que foi proposto foi a diminuição da rodovia, conquistando bem como os passeios de maior dimensão. O estacionamento manteve-se, mas de forma regulada através de baías perfeitamente definidas. Existe a consciência dos lugares de estacionamento que se vão perder, mas pensa-se que os ganhos serão maiores que as perdas – o automóvel perde, mas o peão ganha.

Rebaixaram-se as guias entre o passeio e a rodovia para o mesmo nível, eliminando as barreiras arquitetónicas, permitindo assim o acesso livre a todos, numa zona que concentra a grande parte dos serviços da cidade. Ainda com o objetivo da fácil mobilidade, caracteriza-se através de diferentes cores e texturas os

espaços - percursos pedonais em microcubo amarelo e percursos rodoviários em cubo de granito azul.

### **Plano de Urbanização do Parque das Guimbras – Vale do Cáster<sup>50</sup>**

“O Rio Cáster encaixa-se entre o Castelo de Santa Maria da Feira, com o seu parque de árvores frondosas, e a Baixa da Cidade, onde se destacam os largos da Câmara Municipal, da Igreja dos Lóios, a antiga Rua Direita com as suas fábricas de fogaças, o Rossio ou lugar da Feira, o Mercado, da autoria do Arq. Fernando Távora, o "Orfeon", as piscinas, antigos moinhos e um tanque de 1888. Trata-se, enfim, da zona de lazer potencialmente mais notável do centro da Cidade, para a valorização ambiental do espaço urbano.



**Figura 165: Espetáculo da Viagem Medieval no Parque das Guimbras – Vale do Cáster**  
Fonte de dados: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Analisadas algumas alternativas, a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira optou pela construção de um espaço muito qualificado para usufruto da população no Vale do Cáster.

A área de intervenção caracteriza-se por zonas planas e baixas e por uma área de colina (a sul-sudeste). Ao nível da exposição solar, é uma área virada

---

<sup>50</sup> Entrevista a Manuel da Costa Lobo, na qual o Responsável pelo Projeto foi explanando as suas ideias.

essencialmente a norte, verificando-se elevados níveis de humidade e temperaturas baixas.

O Rio Cáster atravessa toda a área de intervenção, no sentido norte-sul. É um rio que, na zona da cidade, está canalizado e que, a partir do Rossio, corre ao ar livre. As suas margens encontram-se, em parte, construídas ou em mau estado, não apresentando vegetação ripícola de valor. É possível verificar que o rio se apresenta poluído ao longo de praticamente todo o seu percurso.

Para o enquadramento desta intervenção partiu-se de um Plano existente para o local, em que se definiu esta área como a 1ª fase. De acordo com o esquema do referido Plano, e atentos à Importância do Vale do Cáster no tecido urbano da Cidade de Santa Maria da Feira, pretendeu-se requalificar a área envolvente ao Rossio, entendendo esta iniciativa como catalisadora de outras que completarão o referido Plano.



**Figura 166: Intervenção na Rua dos Descobrimentos - Centro Histórico**  
Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

Neste Plano foram propostos uma série de caminhos, em que os principais se iniciam no Rossio, pelo que, definida a 1ª fase e requalificado esse espaço, se entendem reunidas as condições que possibilitarão posteriores desenvolvimentos à luz do Plano.

Foi efetuada toda a repavimentação de todo o espaço, deslocando a sua função actual - parque de estacionamento - e transformando-o num espaço de uso maioritariamente pedonal.

Entendeu-se este espaço como uma praça uniforme, em contacto com as margens do rio Cáster.

O pavimento é em lajeado de Pedra, em contraste com os caminhos informais acabados em betuminoso pigmentado, rematados com guias de granito.

Do ponto de vista ambiental e paisagístico, propôs-se que o Rio Cáster fosse reabilitado e as suas margens tratadas. Espera-se que a população venha a usufruir de um espaço atrativo para o seu lazer e exercícios informais, com vantagens física, educativa e cultural/artística, num contacto positivo frequente com a natureza.

Fica preparado para utilizações temporárias e feiras, como é tradicional. No edificado em frente ao Rossio, foi efetuada a sua recuperação e a alteração do seu uso, passando a restauração, o mesmo acontecendo ao edifício onde, atualmente, o Rio Cáster se encerra canalizado, localizando-se aí um espaço cultural, designado Casa do Moinho.

Na área do Rossio (16 700m<sup>2</sup>) há a possibilidade de usos múltiplos, como a Viagem Medieval e outros acontecimentos.

Justamente considerado o maior evento medieval a nível nacional, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria atrai, todos os anos, mais de 600 mil visitantes, que vêm à procura de um tempo recuado de magia, recriado através de espaços e de momentos de um quotidiano medieval, repletos de encantos de uma época de outras mentalidades e culturas e de eternas conquistas.

O Rio Cáster foi sujeito a tratamento, efetuando-se a abertura e limpeza de canal do rio, que será atravessado com várias pontes de madeira, procurando-se dar unidade ao conjunto.

Pretende-se que seja possível encontrar um local de repouso, contemplação e informação, através da colocação de bancos, bebedouros, cestos de papéis e mapa de indicação da localização e orientação.



**Figura 167: Rio Cáster**

Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

### **Carácter complementar e articulação da intervenção com outros empreendimentos de iniciativa pública ou privada**

Entendendo a área de intervenção como central em relação aos equipamentos, área comercial e ao Plano que a enquadra, pretende-se que esta sirva como local privilegiado para a concentração da população utente dos referidos espaços. A proximidade aos equipamentos escolares permite transformar este espaço num local de referência e encontro, suporte ideal para a reunião e recreio dos utentes. A proximidade aos equipamentos desportivos (piscina) permite antever uma zona de desporto ao ar livre, complementar da existente, para além de servir de suporte a uma série de atividades de carácter efémero, como sejam infraestruturas para desportos radicais, ringues, entre outros

Do ponto de vista cultural, a riqueza da atividade desenvolvida na cidade, com esta intervenção, passa a contar com uma infraestrutura física apta a acolher os mais diversos eventos, oferecendo a possibilidade de aí instalar diferentes tipos de

dispositivos. A par com a eventual reconversão do Mercado Municipal, constitui-se aqui um forte polo cultural.

A posição do Rossio, entre o largo da Câmara Municipal e o vale do Cáster, permite entendê-lo como espaço charneira pronto a receber o público proveniente do comércio envolvente, ao mesmo tempo que desenha uma dualidade a explorar com o referido lugar. A Rua Direita passa, assim, a estar entre dois espaços de paragem, potenciando a sua utilização e promovendo a complementaridade entre os dois”.

Embora estas obras de requalificação venham de encontro ao pensamento exposto no trabalho “Os públicos da cultura de Santa Maria da Feira - Resultados preliminares de uma pesquisa<sup>51</sup> da autoria de João Teixeira Lopes e Bárbara Aibéo, onde sublinham que a “estruturação dos públicos da cultura de Santa Maria da Feira é um processo que assenta num encadeamento de continências. Não se constrói um público num vazio comunicacional ou por mera intencionalidade política. Não existem, ademais, receitas ou cartilhas sociológicas. Os públicos existem em torno de uma tríade fundamental que reúne a criação, a difusão e a receção culturais contextualizadas. O que significa, desde logo, uma atenção particular aos meios e modos de produção cultural, à materialidade da obra e dos conteúdos que fazem uma determinada programação cultural, mas também às suas características intrínsecas: códigos, linguagens, formas de expressão de sentido que mais não são do que uma gramática de fabricação cultural. Mas que remete, igualmente, para fatores locativos e para a (não) existência de meios (e condições) de inovação. E, não menos importante, que vê o seu campo de possíveis alargar-se ou fechar-se de acordo com a estrutura social local e as recomposições a que está sujeita. Já para não falar dos próprios cenários de interação que integram as configurações da receção cultural”.

Porém nem sempre foi fácil a sua implementação devido a um conjunto de fatores, fatores que não foram muito bem aceites por exemplo pelos comerciantes, que se queixaram durante muito tempo que os Clientes deixavam o carro em locais alegadamente proibidos e acabavam por ser multados, pelo estacionamento irregular, por deficiente sinalização. Ainda agora, a maior parte dos comerciantes da

---

<sup>51</sup> Comunicação apresentada ao V Congresso Português de Sociologia no Atelier Artes e Culturas.

Zona Requalificada admite que vive com bastantes dificuldades, porque ainda não recuperaram os clientes que, entretanto, debandaram para outras paragens.

Todavia a maioria dos visitantes, reconhece, que este conjunto de obras, fez com que a zona do Rossio, o Vale do Cáster em conjunto com o Centro Histórico, se tornasse num espaço de atividade cultural permanente, captando visitantes.

Santa Maria da Feira é efetivamente uma cidade histórica, demarcando-se dos outros Municípios das Terra de Santa Maria.

### **5.7 Impactos negativos da Viagem Medieval**

Embora a Viagem Medieval tenha excelentes impactos positivos, tal como demonstram o nosso caso de estudo, periodicamente aparece massa crítica, quer nas redes sociais quer em artigos de opinião e algumas notícias sobre a Viagem Medieval, que nos mostram que nem sempre as coisas correm bem na organização destes grandes eventos, nomeadamente a utilização dos voluntários, que de uma forma camuflada substitui a prestação de serviços em áreas tão dispareas como as montagens e trabalho pesado que a organização de um evento desta dimensão implica e que um jovem Fabian Figueiredo designou na imprensa local de exploração medieval sublinhando que a empresa Municipal Feira Viva e seus agentes, que paga cerca de 1,5€ (entretanto o valor foi atualizado para 2 €) à hora aos “voluntários”, cujos desempenham funções vitais para o funcionamento do evento. Os ditos voluntários, são na sua maioria jovens estudantes, que aproveitam os trocos para as férias ou para dar uma ajuda mínima nos enormes custos do Ensino Superior (pagar contas, comprar material, entre outros...). Fazendo as contas, um “voluntário” que labute 10 horas por dia, ganha em 10 dias de VM 150€, um valor simplesmente ridículo” (Anexo VI).

Por outro lado, Pedro Almeida sublinha que:

“Desde há algum tempo a esta parte, algumas estruturas locais levaram a cabo um processo de sacralização do evento “Viagem Medieval”, verrinando acusações de apostasia a qualquer voz que levante uma objeção crítica de algum tipo, e que a pretexto “autossustentabilidade” da iniciativa, nesta edição, e pela primeira vez, decidiu-se introduzir uma contrapartida para o acesso de visitantes ao

centro da cidade da Feira. O valor representa uma despesa substancial no orçamento de uma família com dois filhos ou mais, ou que decida, como acontece amiúde”. Acrescenta ainda que “é um total contrassenso fazer o visitante pagar para aceder a um recinto cuja principal vocação é estimular o consumo, considerando ainda que começa a ser descaradamente desadequado incluir a “Viagem Medieval” no âmbito da ação cultural do município”.

Por outro lado, e aquando da introdução do pagamento para entrada no recinto, em 2011, os moradores do centro da cidade de Santa Maria da Feira manifestaram revolta por terem de pagar entrada no recinto da Viagem Medieval só para poderem aceder a serviços como os Correios, a Câmara ou o mercado. No entanto esta questão está ultrapassada, uma vez que a organização distribui gratuitamente pulseiras de acesso e lugares de estacionamento aos moradores e comerciantes que comprovadamente residam dentro do perímetro da Viagem Medieval (Anexo VIII).

Como temos verificado este evento atrai milhares de pessoas, todavia os índices de criminalidade não aumentam de forma maciça, embora existam relatos de vandalismo, roubos e cenas de pancadaria, a que não estará alheio o elevado consumo de álcool.

Aliás Jorge de Andrade, Administrador do Jornal Correio da Feira, escrevia a propósito em 2 de setembro de 2013: “Durante este período, decorreu a Viagem Medieval. Uma vez mais trouxe à nossa cidade milhares de visitantes. Há que cumprimentar a organização, mas deixar dois alertas vermelhos. Os atos de todo o tipo de violência deixaram este ano uma marca muito negativa que não pode nem deve continuar a ser ignorada e escondida da análise final do evento. Urge uma profunda reflexão por parte da organização, das forças de segurança e de todos os envolvidos.

O abuso do álcool, em especial na faixa mais jovem dos visitantes, é outro fator negativo. Tem vindo a acentuar-se de ano para ano e é visível a quem visita a Viagem Medieval. Decerto associado ao aumento abusivo da venda de bebidas alcoólicas, mesmo quando disfarçadas com supostos nomes medievais.

Os feirenses mais críticos deste evento lúdico/cultural apelidam a Viagem Medieval de “Feira do Porco ou da Febra”. A prosseguir este caminho em breve será apelidada de Viagem à Bebedeira, ao coma alcoólico e à Incivilidade.

Como morador do centro histórico tenho de deixar um agradecimento à PSP pelo seu desempenho na manutenção da ordem pública, reconhecendo que não é tarefa fácil, em especial nas horas mais tardias da noite, quando os excessos estão à flor da pele<sup>52</sup> (Anexo V).

Por sua vez, o Jornal Correio da Manhã, relatava que numa das primeiras noites de 2012 a Viagem Medieval de Santa Maria da Feira ficou marcada por violentos confrontos entre grupos de jovens, que duraram quase uma hora e terminaram com um dos envolvidos esfaqueados.

Outro aspeto de permanente conflito é a atribuição das tabernas às associações, uma vez que havendo apenas 23 lugares, não há resposta a todas as associações que se candidatam. Muitas das vezes, são esgrimidos argumentos entre a organização da Viagem Medieval e as associações que ficam de fora. Pensamos que este problema poderia ser resolvido com a rotatividade das entidades participantes (Anexo IX).

## **5.8 A adulteração da História**

Outro aspeto negativo que identificamos passa pela realização de qualquer atividade, sob a temática da Idade Média, por exemplo uma tentativa de Carnaval Medieval, que a Juventude de Sanguedo, associação do Concelho de Santa Maria da Feira com o apoio do Instituto Português do Desporto e Juventude, entre outras entidades, organiza há 12 anos um Cortejo Medieval Carnavalesco em Terras de Sanguedo, numa lógica de folia carnavalesca, onde pessoas trajadas de reis, rainhas, damas, cavaleiros, magos, bobos, bruxas..., os visitantes são convidados a participarem de uma suposta com recriação histórica e muitos "comes e bebes".

---

<sup>52</sup> Correio da Feira – 2 de setembro de 2013



**Figura 168: Carnaval de Sanguedo**

Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

Uma outra Associação, o Rancho Folclórico de S. Tiago de Lobão local organizou um desfile de moda medieval, pretendendo mostrar como seriam os as roupas utilizadas na Idade Média, todavia num espetáculo montado na era moderna, sem ser levado em linha de conta um serie de fatores, nomeadamente uma explicação histórica sobre a origem dos tecidos, dos desenhos das roupas, do próprio calçado.

Esta situação faz com que muitos dos assistentes ficassem com a ideia que poderiam adquirir as roupas, armas, adereços medievais em qualquer loja de artigos para Carnaval ou pela internet.



**Figura 169: Desfile de Moda Medieval**

Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

Uma das tendências sob a temática medieval são os sunset, que também se realizam em Santa Maria da Feira, com o castelo a servir de cenário de uma festa ao pôr do sol.

O castelo da Feira normalmente abre as portas das cinco da tarde, até à meia-noite, tendo música a cargo de DJ, espetáculos com cuspidores de fogo e malabaristas ao estilo medieval, espetáculos de luz e vídeo, bebidas da praxe, e sandes de porco e de picanha. Com uma exigência: todos vestidos de branco, pelo menos a parte de cima, como manda a tradição. (Figura 170).



**Figura 170: Sunset Medieval**  
 Fonte de dados: Fotografia de Azes Vorazes



**Figura 171: Trail Medieval**  
 Fonte de dados: Fotografia de Azes Vorazes

Santa Maria da Feira tem vindo a ser palco de mais eventos sob a temática da Idade Média, um Trail Medieval que percorre várias das freguesias do Concelho. Organizado pela Associação NTrilhos, com o apoio da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, integra as seguintes distâncias: UTM 52 km (Ultra Trail Medieval), TML 28 km (Trail Medieval Longo), TMC 15 km (Trail Medieval Curto) e caminhada de 15 km, uma vez que o trail é uma corrida realizada em percursos de natureza com diferentes níveis de dificuldade que poderão variar consoante os terrenos.

Mais de mil participantes, tiveram a oportunidade de percorrer as ruas, florestas, montes e monumentos do concelho de Santa Maria da Feira, num evento que se distingue pela sua temática: A Idade Média. Toda a envolvência, a decoração, figurantes, pórticos de partida e de chegada têm inspiração medieval.

Durante a prova, os participantes cruzaram-se com cavaleiros medievais ou cuspidores de fogo, ou foram convidados a sair dos trilhos pelas gentes da má vida. E recomendava que ninguém se deixasse impressionar pelo trilho dos prisioneiros ou pelo vale das bruxas.

No final, à espera dos atletas, um merecido reforço alimentar também ele medieval.

Com a realização deste tipo de eventos, justifica-se que a Idade Média é uma fonte inspiradora de diversas atividades, neste caso concreto o desporto.

Mas um dos eventos que identificamos na nossa investigação como sendo a adulteração da História foi a realização do primeiro Festival Erótico Medieval em Vila Nova de Gaia, onde personagens interpretando Reis e rainhas em passeios triunfantes, lado a lado com os cavaleiros, os artesãos, os taberneiros e os trovadores, numa viagem temporal para séculos longínquos, misturavam-se com espetáculos de striptease – no palco ou em cima de um cavalo -, contos eróticos e lutas na lama entre “virgens medievais”, sex-shops e contos eróticos .



**Figura 172: Festival Erótico Medieval**  
Fonte de dados: Cartaz do evento

Neste evento havia barraquinhas em madeira, tabernas a servir refeições medievais, cavalos e mais de três centenas de figurantes. A Idade Média “pousou” em Vila Nova de Gaia, num evento inédito, numa fusão improvável pensada por Luís de Almeida, organizador da 1ª edição da Feira Erótica Medieval e proprietário do restaurante erótico Lingerie, após uma visita à feira medieval de Famalicão. Este festival tinha nas atrizes Sonia Baby e Lesly Kiss as grandes atrações. No recinto –

sozinhos ou acompanhados (os casais pagavam 20 euros, um bilhete isolado custava 15) .Com um público restrito a maiores de 18 anos, o certame está dividido em quatro áreas distintas: a área de espetáculos com três palcos onde se pode assistir a shows de striptease, lésbicos e de transformismo; o picadeiro, onde decorrem torneios a cavalo, luta na lama e luta de gladiadores; a área mercantil que é animada pelo corrupio dos mercadores e pelo murmurinho dos artesãos a trabalhar ao vivo; e a área gastronómica onde não falta o porco no espeto, o pão rústico, a sangria, os doces, as compotas e o mel. Com esta arrojada iniciativa, os organizadores exploraram a temática do erotismo na Idade Média, mas que por falta de adesão no segundo ano, o evento deixou de se realizar.

A maioria das pessoas não tem noção da história, daí a importância do rigor científico das recriações, situação que não aconteceu com o Festival Erótico Medieval dos Carvalhos [Vila Nova de Gaia]. Se as recriações tiverem esse rigor podem ter uma função educativa, até para as escolas que têm oportunidade de levar os alunos a visitar (Cravidão 2016<sup>53</sup>).

Porém, é importante pensar no mercado mais geral porque Imaginemos uma pequena vila do país: tem o cenário ideal para recriação, mas provavelmente não tem capacidade financeira para mandar fazer artefactos, não tem capacidade humana para assegurar tudo e assim é mais operacional e mais rápido encomendar feira. Não estamos na Idade Média, estamos a fazer um evento para o século XXI e isso traz outras formas de organizar (Cravidão, 2016).

Agora, não se podem fazer o que Fernanda Cravidão designa de "recriações descartáveis", porque, por exemplo, a Coimbra medieval não era igual a Guimarães medieval ou às regiões transfronteiriças: os produtos, as roupas, o artesanato, a alimentação, as atividades eram diferentes de lugar para lugar. E o que vemos é que por detrás de tudo parece estar uma organização quase fordista de duas ou três empresas que geram esses eventos", refere "e acabamos por encontrar o mesmo mendigo em Braga e em Coimbra". (Cravidão, 2016).

---

<sup>53</sup> Recriações Históricas – O País na Máquina do Tempo - FUGASI Público 23 julho 2016



**Figura 173: Pedinte na Viagem Medieval**  
Fonte de dados: Fotografia de Roberto Carlos Reis

### **5.8.1 Do Folclore medieval à Recriação com Rigor Histórico**

As primeiras associações de animação histórica (ainda se falava pouco de "reconstituição" ou "recriação"), emergiram precisamente em festas cuja temática era uma feira, ou um episódio história local. Tratavam então (e tratam sempre) de oferecer ao grande público os espetáculos, cuja autenticidade histórica era muito

menos determinante do que o seu carácter divertido ou espetacular. Eram claramente privilegiados, a dança, a música, as animações teatralizadas - malabaristas, bobos, cuspidores de fogo - e, claro, a esgrima e o combate.

Até aos inícios dos anos 90, as reconstituições / recriações históricas medievais quer em Portugal, em Espanha, na França quer na Bélgica foram muito dependentes do espírito folclórico destas manifestações, como acrobatas combatentes com imitações aproximadas das armaduras, damas com vestidos curtos, os mendigos trajados com sacos de sarapilheira e os rostos sujos de carvão rostos, representaram e ainda representam na mente do público os elementos essenciais da vida animações históricas.

Hoje em dia os patamares são diferentes, e tomando consciência de que uma Recriação de qualidade requer material (equipamento) produzido por profissionais, por exemplo os recriadores franceses começaram a frequentar os mercados históricos ingleses para se equiparem, indo (assim à Cressing-Temple, em Oxford e em seguida a Warwick, os recriadores portugueses e espanhóis adquirem as armaduras e as espadas em Toledo.

Noutros casos, há tentativas de "desmistificação": "Nós nunca fazemos feiras medievais, porque estamos mais virados para a pedagogia e explicações técnicas: por que usavam armas diferentes em determinados contextos, como se faziam as armas", (Mário Ribeiro).

Durante o século XX, as recriações tornaram-se cada vez mais industrializadas e profissionalizadas. Recriações de guerras civis e de outras batalhas importantes atraem dezenas de milhares de visitantes e participantes todos os anos. Trata-se de um convívio popular, uma excursão familiar ou uma atividade recreativa, onde as pessoas se juntam para viver no presente um evento do passado. Os recriadores, acampados durante todo o evento, mais do que recriar, revivem. Estudam cuidadosamente os trajes, estilos de vida e línguas da época em questão. Hoje em dia, o conceito de recriação é familiar à maioria de nós, figurando em diversos locais e atividades culturais. Desde entusiastas de Tolkien acampados à porta do cinema vestindo trajes caseiros do Senhor dos Anéis, até analistas de cena de crime que usam recriações para avivar a memória de vítimas e testemunhas. (Rushton,2005).

Os antropólogos também começaram a demonstrar interesse no formato de recriação. E nesse sentido o Presidente da Associação de Recriações Históricas APRH, sublinha que “o nosso métier é mais técnico, por isso o ambiente natural da APRH é mais museológico. Quem vai a uma feira medieval espera ver algo que não é coerente com a realidade”, defende, “e não se pode defraudar as expectativas do público. É um produto que vende. Nós afastamo-nos e convidamos membros do público a envergar uma armadura de 20 quilos, juntando-lhe uma espada de 1,5 quilos e ver que não é possível combater com a velocidade a que os filmes nos habituaram”.

O desenvolvimento do lazer e a curiosidade insaciável destes profissionais permitirá o surgimento de um novo público de historiadores amadores, que avidamente procuram fontes, modelos, documentos, permitindo reviver em toda a sua extensão, a cultura material da segunda metade do século XV.

Por últimos apaixonados pelos combates medievais pesquisam de forma entusiástica nas Enciclopédias e Dicionários, à procura de objetos mobiliários como os de Eugène Viollet-le-Duc e aprendem o italiano ou o alemão para decifrar as obras, confidenciais, dedicadas às armaduras de Santa Maria delle Grazie em Mântua ou a coleção de arnês do castelo de Churburg.

Surgiram diversas revistas que abriram amplamente as suas colunas à História ao Vivo, como a *Moyen Âge* ou *Histoire Médiévale* (agora *Histoire et Images Médiévales*) em França ou *La Edad Media* em Espanha, e emergiu, como na Inglaterra, uma rede de artesãos franceses, de mercados de equipamentos históricos, de muitos períodos e de eventos nos inícios de 2000.

Enquanto os entusiastas da Recriação Histórica realizavam este bonito esforço de investigação de autenticidade, infelizmente muitas das festas medievais, quadro habitual das intervenções públicas dos recriadores, permaneceram desesperadamente muito semelhantes a elas mesmas, porque os organizadores destas manifestações não têm tido capacidade para superar os clichés habituais e os estereótipos facilmente identificados com a Idade Média.

De facto, desde há dois ou três anos, que a segunda metade do século de XV perdeu proeminência no meio da Recriação medieval: experiências interessantes (experiências) são realizadas atualmente tendo como época o século de XIII, ou os

inícios do século, mas é preciso ter cuidado, porque estes períodos ainda pouco tratados pelos fabricantes de material e equipamento arqueológico (equipamento), sendo objetivamente afetados por este novo consumismo histórico (Renaudeau, 2009).

Isto seria interessante e saudável quer para a Recriação quer para História, que os historiadores agarrassem a disponibilidade destes entusiastas, cujos estudos são importantes e contribuiriam de forma decisiva, mas quem eles ignoram, melhor, consideram-nos como “doços iluminados”. Estes milhares entusiastas que continuam a representar em público de acordo com a realização de eventos de recriação representam certamente, depois da televisão, o segundo difusor de massas, da cultura histórica medieval.

Os centros de pesquisa arqueológicos, os locais patrimoniais, os museus, as universidades poderiam apoiar estas associações e entusiastas de Recriação para partilhar com o público outros tipos de conhecimentos.

Das investigações mais interessantes que realizam atualmente no domínio da Recriação Histórica, relacionam-se mais com a Antiguidade Galo-Romana, graças a uma colaboração estreita que se pode estabelecer entre os arqueólogos e os recriadores. E os resultados que emanam dessa colaboração estreita, contribuem para eliminar os clichés (lugares comuns) que “os nossos antepassados – os Gauleses” que, todavia, alimentam a opinião pública. Um novo homem Gaulês está a nascer (Renaudeau, 2009).

No entanto, há um risco, grave, nesta explosão de recriações, o da banalização. É, de certa maneira comum a fenómenos, diria epifenómenos, que muitas vezes têm sucesso em determinado território. Por questões ligadas a este ou meramente circunstanciais." "Como teve êxito", prossegue, "outros lugares, e aqui está parte da justificação para o boom, tentam copiar de alguma maneira o modelo, adaptar ao seu território (Cravidão, 2016).

Mário Ribeiro concorda com a banalização e acrescenta-lhe a "perda de qualidade. Se imaginarmos que há, digamos, cinco grupos de recriação histórica em Portugal de grande qualidade, eles não podem estar em todo o lado", exemplifica, sublinhando, porém, que "esta não é uma questão só desta atividade. A qualidade sofre com a massificação".

E o "respeito pela identidade local" aliada a alguma "autenticidade" podem ajudar a combater "a banalização que arrisca tornar efêmeras algumas dessas manifestações", (Cravidão, 2016).

Aqui entra a questão do rigor histórico, ou ausência dele. "Acho que o rigor histórico é importante na atração dos públicos, as pessoas sentem-no. Agora se as pessoas vão pelo rigor histórico ou lúdico... Não sei se há muita gente que se interesse ou tenha conhecimento histórico para avaliar com exatidão. Sei que há acadêmicos que trabalham para o rigor histórico de algumas feiras e se calhar essas mantêm-se, percebe-se que não são iguais a todas as outras."(Cravidão, 2016)

## **CAPÍTULO 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No capítulo I, aferimos o tema a ser investigado, neste caso as Recriações Históricas, a sua importância, valor, interesse das mesmas e seus fundamentos.

No II Capítulo abordamos o setor turístico nacional e internacional, os eventos, o turismo cultural e as recriações históricas como produto turístico, a sua epistemologia e o seu peso na economia mundial, bem como a evolução do turismo em Portugal.

No capítulo III, abordamos a literatura publicada sobre o tema, bem como o enquadramento do território objeto de estudo, a em contexto local e regional: Santa Maria da Feira que se caracteriza como sendo uma localidade que expandiu a sua economia baseada no sector terciário e com raízes histórico-culturais, com atratividades turísticas relacionadas com eventos ou atividades culturais, sendo a Viagem Medieval, um dos principais atrativos turísticos, tal como é explanado no capítulo IV.

A metodologia seguida descrita no capítulo V, permitiu a obtenção de dados essenciais para este estudo, concluindo-se que segundo a perceção dos residentes, participantes e visitantes respondente, o evento gera mais impactos positivos do que negativos. As três amostras focalizam mais os benefícios culturais e económicos. Em termos de impactos negativos, os respondentes salientam o aumento dos preços e do congestionamento do tráfego urbano. Ainda, os impactos aferidos e na perspetiva de cada amostra, demonstra que a Viagem Medieval contribui em diversas vertentes para o desenvolvimento de Santa Maria da Feira.

Tendo por base a caracterização do evento apresentada no capítulo III e os resultados apresentados no capítulo V, conclui-se que a mudança ao nível da conceção da importância económica da cultura para a cidade de Santa Maria da Feira resultou, em grande parte, do envolvimento comunitário, permitindo uma orientação das políticas culturais, visando o enobrecimento cultural. Desta forma e num processo de revitalização cultural e de centralidade

de grupos anteriormente considerados "passivos" face à cultura ou atividades culturais/lazer, é contruída uma nova identidade para o Município de Santa Maria da Feira.

As mudanças socio espaciais mediadas pela cultura recuperam a imagem promocional da cidade enquanto paisagem cultural, uma que vez que diversos autores (Cooper et al, 1996; Gallarza et al, 2001; Kotler et al, 1994; Rodríguez, 1998; Valdés, 1997) definem a imagem de destino turístico como sendo a estrutura mental baseada nas impressões, conceitos, conhecimentos, imaginação e pensamentos emocionais desenvolvidos através de um processo de perceção por uma ou mais pessoas sobre um determinado destino turístico.

Neste último capítulo (VI) apresentamos as considerações finais, segundo os objetivos traçados, o ponto de partida para determinar as implicações da investigação realizada, sendo ainda referidas as limitações do estudo e são feitas recomendações que se julgam de interesse para futuras pesquisas nestas matérias, bem com os contributos que esta dissertação poderá trazer e recomendações.

Seguidamente, apresentam-se as principais conclusões decorrentes do presente estudo, tendo por base os dados obtidos desde a pesquisa ao tratamento e discussão de dados.

Em termos do processo de abordagem a esta temática das Recriações Históricas, sublinhamos que através da observação das várias recriações históricas medievais em Portugal, em caso particular a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria pretendeu-se compreender o seu impacto: se são criados empregos sazonais ou permanentes, se gera riqueza, se envolvem mobilidade demográfica, e se têm um impacto económico decisivo para o desenvolvimento de uma determinada comunidade, nomeadamente a de Santa Maria da Feira.

Paralelamente perceber como os eventos contribuem para valorizar os destinos turísticos; analisar a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria da Feira; estudar as consequências económicas das atividades de recriação; Estabelecer critérios para uma intervenção estratégica que permita a valorização do evento Viagem Medieval enquanto atração principal do território

de Santa Maria da Feira e ao definir o Perfil dos residentes em Santa Maria da Feira, dos participantes e dos visitantes da Viagem Medieval; analisar a Satisfação dos participantes, residentes e hospitalidade dos residentes; relacionar a Viagem Medieval com atratividade Turística do território; perceber os impactos positivos e negativos da Viagem Medieval.

Todavia e tendo por base que um dos principais objetivos desta dissertação foi também a análise do perfil dos residentes, dos participantes e dos Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, como estudo de caso, escolhemos Santa Maria da Feira, que é reconhecida por residentes, participantes e visitantes como sendo o mais importante evento de Recriação Histórica em Portugal. Esta pesquisa pretendeu avaliar diversas características, nomeadamente o seu impacto económico, o grau de satisfação dos residentes, dos participantes (associações, animação, tabernas; voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional) dos visitantes bem como as sugestões de melhoria de desempenho, comparando os resultados nos anos de 2015 e 2016.

Destacamos o potencial das recriações históricas, tendo em vista a requalificação e a criação de um parque temático, sob a temática do património e da história de Santa Maria da Feira e dos concelhos limítrofes, uma vez que o Turismo é uma das atividades que ajudam a obter resultados relevantes em termos de preservação da memória e identidade, apresentando aos turistas e/ou visitantes a essência e os significados do património local. Por sua vez, a dinâmica obtida a partir da Viagem Medieval, permitiu à cidade regenerar o seu Centro Histórico, o Vale do Rio Cáster e a Quinta do Castelo.

O turismo pode trazer tanto benefícios como problemas para uma determinada região ou município. A identificação dos impactos permite o direcionamento dos esforços a fim de que os impactos negativos sejam minimizados e os positivos potencializados. Estes impactos podem se verificar nos níveis económico, social, ambiental e cultural, os quais serão caracterizados a seguir:

De acordo com Ruschmann, os impactos do turismo: “referem-se à gama de modificações ou sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades recetoras” (Ruschmann, 2000, p. 34). Esses são provocados por variáveis que possuem “natureza, intensidade, direções e magnitude diversas; porém os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorrem no meio ambiente natural.

Pela análise dos dados apresentadas, conclui-se que na perspectiva dos respondentes: residentes, participantes e visitantes das edições de 2015 e 2016 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, o evento gera mais impactos positivos do que negativos. Em termos de benefícios, os respondentes apontam sobretudo para os impactos culturais e ambientais, conferindo todos os aspetos apresentados no questionário.

Em termos económicos e sociais, apontam alguns benefícios, nomeadamente o aumento do volume de vendas no comércio local e artesanato, oportunidades de negócio e a consciencialização e educação ambiental da comunidade. Em termos de impactos negativos, apenas se evidenciam o aumento da sazonalidade, o aumento do congestionamento do tráfego urbano, a poluição e a exploração do visitante, através dos aumentos e preços. Conclui-se ainda que os impactos da Viagem Medieval, irão aumentar ao longo dos próximos 10 anos.

**Tabela 43: Grau de Importância da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria para Residentes, Participantes e Visitantes**

Residentes	Participantes	Visitantes
<b>48, 8 %, considera que a Viagem Medieval vai ter muito mais importância nos próximos 10 anos</b>	61,3 % dos inquiridos considera que a Viagem Medieval vai desempenhar um papel mais importante no concelho de Santa Maria da Feira, nos próximos 10 anos	66,5 % considera a Viagem Medieval como evento mais importante de Santa Maria da Feira

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

Relativamente à percepção da população respondente, os impactos culturais são os mais referidos como benefícios resultantes da realização da Viagem Medieval, seguidos dos impactos económicos. Em termos sociais e ambientais, os respondentes apenas salientam a criação de postos de trabalho e a sensibilização e consciencialização ambiental da comunidade.

No que concerne aos impactos negativos, os respondentes apontam apenas algumas questões económicas, sociais e ambientais referentes ao aumento dos preços, do congestionamento, do tráfego urbano e da poluição.

**Tabela 44: Comparação dos Impactos Positivos**

<b>Impactos Positivos</b>	<b>Residentes, Participantes, Visitantes</b>
<b>Económicos</b>	Criação de emprego; Aumento do volume de vendas; Aumento dos níveis culturais e profissionais; Modificação positiva da estrutura económica e social; Incrementa a produção bens serviços; Aumenta o consumo de produtos locais; Cria postos de trabalho; Aumento do volume de vendas no comércio; Beneficia o artesanato e produtos locais; O Evento atrai mais investimentos; Promove o comércio local; Aumenta os rendimentos; Gera emprego; Aumento da cobrança de impostos.
<b>Sociais</b>	Experiências com os visitantes; Utilização da mão-de-obra local; Aumento níveis culturais profissionais; Aumenta meios recreativos e de lazer; Criação de Infraestruturas; Orgulho étnico.
<b>Culturais</b>	Preservação e a reabilitação de monumentos, edifícios e locais históricos; Valorização da herança cultural; Interesse pelos eventos culturais; Envolvimento comunidade; Valorização do artesanato e da gastronomia.
<b>Ambientais</b>	Revalorização do meio natural; preservação do património. Histórico; Maior envolvimento da administração no ambiente; Utilização racional dos espaços; Promoção aspectos naturais não valorizados; Aumenta a sensibilização e consciencialização ambientais.

Fonte dos Dados: elaboração própria de acordo com Ruschmann (1999 e 2000), Santana (1999) e Cruz (2004)

**Tabela 45: Comparação dos Impactos Negativos**

<b>Impactos Negativos</b>	<b>Residentes, Participantes, Visitantes</b>
<b>Económicos</b>	Sazonalidade turística; Dependência excessiva turismo; Mão-de-obra desqualificada; Aumento dos preços
<b>Sociais</b>	Economia local sensível às consequências do turismo. Aumento congestionamento de tráfego Exploração do turista/visitante
<b>Culturais</b>	Diferenças sociais entre moradores, participantes e visitantes
<b>Ambientais</b>	Aumento/congestionamento do tráfego. Aumento poluição

Fonte dos Dados: elaboração própria de acordo com Ruschmann (1999 e 2000), Santana (1999) e Cruz (2004)

Valene Smith (1989) sublinha também que a entrada do turismo geralmente beneficia economicamente uma comunidade, mas o desenvolvimento associado frequentemente serve como um ímã que atrai trabalho de fora da área. Smith (1989, p. 109) faz uma seleção de fatores custo – benefício do turismo, conforme destacado a seguir.

**Tabela 46: Impactos Positivos e Negativos no Turismo**

<b>Aspetos Positivos</b>	<b>Aspetos Negativos</b>
Económicos Entrada de dinheiro Efeito multiplicador Indústrias de serviços com trabalho intensivo Melhor infraestruturas: estradas, água, esgotos, aeroportos, recreação. Gastos dos residentes com o uso de atrações criadas pelo desenvolvimento	Económicos Sazonalidade Perda económica Imigração de estrangeiros como mão-de-obra Custo de segurança para balancear o crime Perda de rendimentos devido a crises económicas externas/terrorismo
Sociocultural Ampliação da perspectiva social Preservação de laços familiares Mobilidade incrementada Apreciação do património e da identidade étnica Estímulo do folclore; criação de museus	Sociocultural Perda da identidade cultural na comunidade global Transformação dos turistas em “coisas” Deterioração de sítios históricos devido ao uso exagerado Medo de terrorismo e do crime Simplificação da cultura
Ambientais	Ambientais

Conscientização da necessidade de conservação Estabelecimento de marcas ecológicas Conscientização dos limites dos recursos globais Estabelecimento dos limites de uso de terras	Custos de preservação Transformação de parques nacionais e Zoológicos Perda das áreas selvagens Poluição Uso exagerado do habitat devido a febre do ecoturismo
---	--

Fonte dados: (Smith, 1989, p.100)

Para Valene Smith (1989) o turismo em excesso, ou tipo errado de turismo, pode despojar uma comunidade e marginalizar os residentes, uma vez que o principal estímulo para o desenvolvimento do turismo é de ordem económica.

Assim e no âmbito do nosso estudo de caso, em 2015 e 2016, foram realizados inquéritos por questionário a visitantes, participantes e residentes durante a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, com a relação de tamanho da população com a amostra (tabela a 95%) e o erro aceite no desvio padrão a 0,1): Visitantes: 384 - Participantes - 278, Residentes - 383.

**Tabela 47: Caracterização da População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes**

Residentes	Participantes	Visitantes
19, 1 % são do escalão etário dos 25-34 anos	32,4 % são do escalão etário dos 18-24 anos	26,1 % são do escalão etário dos 25-34 anos
68,4 % são do género masculino	50 % por género	62% são do género feminino
49,7 % é casado	66,2 % é solteiro	59,1 % é solteiro
63,9 5 é natural da AMP	71,2 % é natural da AMP	52 % é natural da AMP
34,2 % reside na União de Freguesias de Santa Maria da Feira, Travanca, Sanfins e Espargo	81 % reside na AMP	52 % reside na AMP
42,4% dos respondentes tem entre 500 a 1000 € de rendimento mensal	38,8% % recebe entre 500 a 1000 €	33,0 %, tinha como rendimento mensal entre os 1000 e os 2000

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

**Tabela 48: Avaliação da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes**

<b>Razões</b>	<b>Residentes</b>	<b>Participantes</b>	<b>Visitantes</b>
<b>Imagem</b>	58 % está satisfeita com a imagem da Organização	53,0 % está satisfeito com a imagem da organização do evento	
<b>Desempenho</b>	58,4 % está satisfeita com o desempenho da organização	56 % está satisfeito com o desempenho da organização da	
<b>Condições da VM</b>	50,8 % está satisfeita com as condições da VM		
<b>Horário</b>	48,8 % dos residentes estão satisfeitos com o horário	47,3 % está satisfeito com o horário da Viagem Medieval	
<b>Duração</b>	53,3 % está satisfeita com a duração do evento		
<b>Condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços dos restaurantes do evento</b>	46,7% está satisfeita com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços dos restaurantes do evento		53,2 % está satisfeito com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços – restaurantes
<b>condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços das tabernas do evento</b>	40,9% está satisfeita com as condições		55,3 % dos visitantes está satisfeito com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços – tabernas
<b>Condições de Higiene da VM</b>			44,8 % está satisfeito com as condições de higiene, da Viagem Medieval.
<b>Avaliação Global da Viagem Medieval</b>	62,3 % avalia a VM em Muito Bom	65,2 %, avalia a Viagem Medieval em muito Bom	59,6 % avalia a Viagem Medieval em Muito Bom

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

## Os Impactos Económicos Positivos

Da análise dos dados obtidos dos inquéritos por questionário aplicados a residentes, participantes e visitantes, salientam-se os impactos relacionados com o aumento do volume de vendas (comércio e artesanato), sendo, portanto, o impacto económico mais importante na opinião dos respondentes.

Com efeito, a concentração de visitantes durante o evento traduz-se no consumo e conseqüente aumento das vendas: alimentação (sandes de porco), bebidas (sangria) e algum artesanato, visitas ao património e os espetáculos de bilheteira.

### Impactos Económicos Positivos

Tabela 49: Impactos Económicos Positivos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes

Razões	Residentes	Participantes
<b>Criação de emprego</b>		56,8 % dos participantes concorda que a Viagem Medieval permite a criação de emprego
<b>Oportunidade de negócio</b>	37,1 %	63,0 % dos participantes concorda que a Viagem Medieval proporciona, oportunidades de negócio
<b>Aumento de rendimentos</b>		39,1 % dos participantes concorda que há aumento aumentos de rendimentos,
<b>Aumento consumo de artesanato</b>	37,9 %	
<b>Benefícios Comércio local</b>	42,2 %	51,6 % dos inquiridos considera que o comércio local beneficia com a Viagem Medieval
<b>Atração de Novos Investimentos</b>		53,8 % dos inquiridos está indeciso quanto ao papel da Viagem Medieval na criação de empresas turísticas
<b>Potencia o Turismo</b>		41,0 % dos participantes concorda que a Viagem Medieval potencia o turismo em Santa Maria da Feira

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

## **Impactos económicos negativos**

O aumento da sazonalidade turística é o impacto económico mais referido pelos respondentes.

De facto, durante o período deste evento existe uma grande e excecional deslocação de pessoas a Santa Maria da Feira, que pode ser comparável à Festa das Fogaceiras, de cariz histórico-cultural, que se realiza sempre num dia, a 20 de janeiro, Semana Santa e que atrai milhares de visitantes. Ponderando as características de ambos os eventos, poder-se-á induzir que a Viagem Medieval atrai mais visitantes pelo facto de se realizar durante o tradicional período de férias de verão da população em geral e durante mais dias, embora mais de 90 % utilize o carro para se deslocar.

Entretanto, e de acordo com o Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo de Santa Maria da Feira, provavelmente prevendo, de entre outras, a questão relacionada com a sazonalidade, têm sido desenvolvidos outros eventos, alguns deles que integraram este ano a Capital Europeia da Cultura do Eixo Atlântico (Perlim; Semana Santa, Invasões Francesas de Arrifana, Imaginarius).

## **Impactos Sociais Positivos**

Os residentes, participantes e visitantes identificaram a consciencialização e educação como impacto social positivo. As características do próprio evento implicam a divulgação e a consciencialização para a educação da comunidade não só para os aspetos patrimoniais e histórico-culturais bem como para a hospitalidade e colhimento. Durante todo o processo, desde organização, encenação preparação, ensaios, à produção de cada evento e produto final, toda a comunidade (residentes, participantes e visitantes) é envolvida.

De referir ainda que o fácil acesso à informação através dos programas de sensibilização e de apoio aos participantes e as iniciativas decorrentes do "projeto envolver", o Estabelecimento Medieval - oficial", por si só, refletem um

impacto social positivo pela mobilização social bem como a decoração com pendões numa grande maioria das habitações da cidade.

### **Impactos sociais negativos**

O aumento do congestionamento e tráfego urbano, o aumento de preços e a exploração do turista/visitante são os impactos sociais negativos identificados pelas entidades respondentes.

Apesar de gradualmente se terem criado parques de estacionamento nas imediações do local da festividade constata-se ainda, em proporção ao número de visitantes, limitações nas acessibilidades. Por outro lado, é sabido que as deslocações em massa provocam, naturalmente, o congestionamento de tráfego de pessoas e veículos, particularmente numa cidade de média dimensão.

Relativamente à exploração do visitante, é prática comum o aumento dos preços nos festivais e eventos, em qualquer parte. Isto pode provocar indignação, sobretudo por parte dos residentes, face aos preços praticados fora do período de realização do evento.

**Tabela 50: Impactos Sociais Negativos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes**

<b>Razões</b>	<b>Residentes</b>	<b>Participantes</b>	<b>Visitantes</b>
<b>Aumento da criminalidade</b>	31,6 % discorda	60,7% discorda que o evento potencie o aumento da criminalidade	
<b>Exploração do visitante</b>	32,7 % dos inquiridos está pouco satisfeito com os preços praticados no evento		Quanto preços praticados, 34,4 % considera satisfatório, enquanto 32,3 % se manifesta pouco satisfeito

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

## Impactos Culturais Positivos

Todas as afirmações apresentadas no questionário sobre os impactos culturais positivos obtiveram a concordância, por parte dos inquiridos. Sob o ponto de vista cultural identificam o potencial do evento nos tempos atuais, bem como nos próximos 10 anos.

Com efeito as ações de revitalização do património edificado (Castelo, Casa do Moinho, Casa de Fijô e mais recentemente Igreja Matriz) e de sensibilização para as raízes histórico-culturais têm vindo a aumentar desde a primeira edição da Viagem Medieval, nomeadamente a recuperação do centro histórico, do Vale Cáster, e mais recentemente o reforço da segurança efetiva com escoramento de um prédio destruído num incêndio, em pleno perímetro da Viagem Medieval, bem como a Quinta do Castelo.

**Tabela 51: Impactos Culturais Positivos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes**

Razões	Residentes	Participantes
<b>Valorização do Artesanato</b>	37,9 % dos inquiridos concorda e 24,3 % dos inquiridos concorda plenamente que o evento Viagem Medieval é benéfico para o artesanato local.	54,1 % dos participantes concorda que a Viagem Medieval dá um forte impulso ao artesanato local

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

## Impactos culturais negativos

Apenas uma pequena parte dos respondentes, não conhece a Viagem Medieval e não valoriza a importância deste evento e de outros de cariz cultural, não existindo impactos culturais negativos.

## Impactos Ambientais Positivos

As afirmações apresentadas no questionário sobre os impactos ambientais positivos foram todas identificadas, pelos respondentes, como impactos positivos. De referir apenas que o impacto com maior percentagem

de respostas positivas é a utilização racional dos 33 hectares que a viagem Medieval ocupa bem como as condições de higiene das tabernas, dos restaurantes e da Viagem Medieval em si (requalificação do Centro Histórico, do Vale do Cáster e da Quinta do Castelo), pelo que 54,9 % dos residentes inquiridos está satisfeita com a utilização racional dos espaços ocupados pelo evento.

### **Impactos Ambientais Negativos**

Os respondentes evidenciam impactos ambientais negativos, nomeadamente o aumento da produção de lixo.

**Tabela 52: Impactos Ambientais Negativos da Viagem Medieval pela População Inquirida: Residentes, Participantes e Visitantes**

<b>Razões</b>	<b>Residentes</b>	<b>Participantes</b>
<b>Ocupação desordenada do espaço</b>	Quanto ao estacionamento do evento, o grau de insatisfação é de 52,2%	49,6 %% dos participantes concorda que existe aumento de trânsito durante a Viagem Medieval
<b>Poluição</b>	41,2 %	39,3 % dos inquiridos concorda que há aumento de lixo na cidade
<b>Aumento do tráfego</b>	45,4 %	

Fonte dados: Inquéritos aplicados a Residentes, Participantes e Visitantes da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em 2015 e 2016

Este tipo de eventos de Recriação Histórica, constituem-se num extraordinário contributo para desenvolvimento dos destinos turísticos, porque permitem por um lado o envolvimento dos residentes de Santa Maria da Feira, em diferentes áreas (empresas de restauração, de animação e associações locais) e o aumento de visitantes e complementam a oferta existente.

Todos estes benefícios citados são um exemplo claro daquilo que decorre em Santa Maria da Feira com a Viagem Medieval, um evento que é uma forte alavanca económica, social e cultural para o Concelho e para os territórios limítrofes, vindo de encontro aos resultados dos inquéritos por questionário aos visitantes em que 45,9%, apresenta como principal motivo da visita a Santa Maria da Feira a própria Viagem Medieval , apenas 18, 4 %

nunca tinha visitado Santa Maria da Feira e 82,5 %, não considerou outra hipótese como destino alternativo da visita a Santa Maria da Feira. 58,9%, fica apenas durante 1 dia em Santa Maria da Feira e 67,9 % não ficou alojado em Santa Maria da Feira, apesar de 53,5 % considerar Bom, quanto à singularidade do destino, o que por um lado justifica o facto de 46,7 % já ter já visitado por duas ou mais vezes, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, 97,5 %, pensa voltar a Santa Maria da Feira e 98,3 %, recomendaria aos amigos uma visita a Santa Maria da Feira.

Em termos globais, 49,7 %, dos inquiridos revelaram em termos de satisfação global na visita a Santa Maria da Feira o grau de Muito Satisfeito.

### **6.1 Limitações**

No entanto, importa referir algumas limitações encontradas ao longo do processo de realização deste estudo, a saber:

A praticamente inexistência de estudos sobre as Recriações Históricas;

A organização da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria é da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, à Empresa Municipal Feira Viva à Federação das Coletividades e Recreio do Concelho de Santa Maria da Feira, representando apenas 53 associações de cariz cultural de um total de 100, faz com que exista uma extrema dificuldade em aceder a informações documentadas quer na Federação das Coletividades de Cultura e Recreio, quer da Empresa Municipal Feira Viva, na questão relacionada com o plano, orçamento e relatório de contas do evento Viagem Medieval em Terra de Santa Maria. De acordo com os elementos fornecidos, a Viagem Medieval tem um custo de 1 milhão e 300 mil euros, sendo que é autossustentável. Todavia nunca foram publicados números exatos que demonstrem estes resultados económicos.

Durante a revisão da literatura existiram algumas dificuldades, nomeadamente no que concerne ao conceito de Re-enactement, Living History e Recriações Históricas pois tratam-se de conceitos bastante abrangentes e, não existindo consenso acerca das suas definições.

As limitações da amostra face à generalização dos dados, devido às limitações da própria metodologia.

## **6.2 Propostas de Investigação**

Considerando os resultados obtidos e as limitações apontadas, sugerem-se as seguintes linhas de orientação para pesquisas futuras:

Estudo do impacto das Recriações Históricas noutras áreas do turismo, uma vez que poderão constituir um conjunto de instrumentos que possam permitir aos membros destas organizações, estruturarem os eventos que satisfaçam, permitindo uma fidelização aos eventos de Recriação Histórica.

Aplicação deste tipo de investigação a outros eventos de Recriação Histórica do Concelho e da Terra de Santa Maria já existentes, de forma a aferir se também se verificam as conclusões retiradas desta dissertação.

Análise do plano de ação cultural e do turismo de Santa Maria da Feira:

Estudo profundo sobre outras formas de participação no evento, nomeadamente da comunidade escolar e da população sénior.

Pesquisa sobre as mudanças económicas, demográficas, sociais, culturais e ambientais decorrentes do turismo no Concelho, com abordagem às respetivas implicações, projeções e interdisciplinaridade.

Elaboração de propostas de planeamento e gestão do turismo para a localidade.

Potenciar outros recursos turísticos existentes em Santa Maria da Feira.

Envolvimento das Universidades na organização destes eventos, para combater a ausência de rigor histórico, no que diz respeito à gastronomia, à música e à alimentação.

Além do exposto aqui, nenhuma investigação se encontra concluída em termos definitivos. É necessário dar continuidade a esta linha de pesquisa e

atualizar constantemente os conhecimentos neste campo, afim de se obter linhas orientadoras para o desenvolvimento sustentável do turismo em Santa Maria da Feira.

### **6.3. Contributos e Recomendações**

Os resultados obtidos poderão dar sugestões aos elementos que integram organizações de Recriação Histórica, para que possam desenvolver um evento que corresponda às necessidades dos residentes, dos participantes e dos visitantes. Conhecendo a sua opinião, motivações e uma avaliação global da Viagem Medieval, é possível detetar erros grosseiros e eliminá-los, refletindo-se posteriormente na qualidade e na melhoria da oferta e dos serviços

Se os residentes, os participantes e os visitantes ficarem satisfeitos, irá haverá uma maior possibilidade de fidelização e de satisfação global dos inquiridos.

Deixamos por último algumas sugestões para o futuro da Viagem Medieval e de outras recriações: elaboração de protocolos com as universidades para investigação científica promovendo o Rigor histórico; o Envolvimento de todos os concelhos da Terra de Santa Maria (artesãos, grupos de animação e associações); Avaliar a possibilidade de replicar o Parque temático Le Puy du Fou, ou numa outra perspetiva o projeto Guédelon - Um castelo em Construção; A Dinamização de uma Escola de Artes vocacionada para cursos de teatro medieval, escola de música medieval, festival de música medieval, gastronomia medieval); Dinamização de algumas das Indústrias criativas (Artes Performativas; Artes Visuais e Antiguidades; Artesanato e Joalharia; Cinema, Vídeo e Audiovisual; Design; Design de Moda; Edição; Música; Publicidade; Software e Serviços de Informática; Software Educacional e de Entretenimento; Televisão e Rádio), nas Secundárias, Institutos Superiores e outras entidades; Animação ao longo do ano nos espaços do património construído (artes performativas), promoção de roteiros teatralizados e dinamização do turismo religioso; Apostar na atratividade do público espanhol de outras regiões, aproveitando as viagens low coast (Madrid, Barcelona, Gran

Canaria, Madrid, Palma de Maiorca, Málaga, Valencia, Alicante, Bilbao, Tenerife e Valência entre outros ), para o nosso território; Animação ao longo do ano nos espaços do património construído (artes performativas), promoção de roteiros teatralizados e dinamização do turismo religioso e Valorização do trabalho social dos beneficiários do Rendimento Social de Inserção.

Ao pretendermos promover as recriações históricas como um produto turístico cultural atrativo, há a necessidade de se elaborar um mapa pormenorizado com as datas e os locais dos eventos, com uma catalogação que permita ao visitante interessado neste tipo de eventos, saber quando e onde poderá assistir e participar. Também se constata uma falta de coordenação entre as entidades promotoras, já que cada localidade luta por manter a sua própria história, fazendo em cada ano que passa o que pode, em função dos orçamentos, do maior ou menor entusiasmo dos organizadores e dos residentes, e que poderia passar pela criação de uma espécie de Federação Portuguesa das Organizações de Recriações Históricas.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABLAS, L.A.Q. Efeitos do Turismo no Desenvolvimento Regional. In: Turismo e Análise, vol.2 nº 1, P.58; ECA/USP,1992.

AGNEW, V. (2007). History's affective turn: Historical reenactment and its work in the present. *Rethinking History*, 11(3), 299-312.

AGUIAR, R.; DIAS, R. Fundamentos do Turismo: conceitos, normas e definições., 2002.

AGUILÓ, E. y Alegre J. (2004). La madurez de los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Baleares, *Papeles de Economía Española*, 102, 250-270.

AITKEN, J. The role of events in the promotion of cities. Conference paper, *Events and Place Making*, UTS, Sydney, July 15 & 16, 2002.

AKINBOADE, O. A.; BRAIMOH, L. A. International Tourism and Economic Development in South Africa: A Granger Causality Test. *International Journal of Tourism Research*, v. 12, p. 149–163, 2010.

ALLEN, J.; BOWDIN, G.; HARRIS, R.; MCDONNELL, I.; O'TOOLE, W. – Events management. Great Britain, Elsevier Butterworth Heinemann, 2002. p.11.

ALMEIDA, L.S. & Freire, T. (2008). *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação*. Braga. Psiquilíbrios (5ª Edição).

AMARAL JUNIOR, J. B. C. O Turismo na periferia do capitalismo: A revelação de um cartão postal. 650 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2008. Disponível em: <[http://www.sapientia.pucsp.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=6761](http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6761)>.

Acesso em: 10/03/2013.

ASENSIO, J. (2013). Las recreaciones históricas y sus fundamentos:(Qué es, Quiénes somos, Cómo crearlas). *ASRI: Arte Y Sociedad. Revista de Investigación*,3(7)

ASHTON, Mary Sandra G. - Parques Temáticos. Porto Alegre: 1999

ASHTON, Mary Sandra G. Parques temáticos: espaços e imaginários. In: GASTAL, Suzana; GASTOGIOVANNI, Antonio Carlos (org.). *Turismo na pós-modernidade (des) inquietações*. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

AZZONI, C.R. Desenvolvimento do Turismo ou Desenvolvimento Turístico: reflexões com base em duas regiões atrasadas em São Paulo. In: Turismo e Análise, vol. 3 nº 1, ECA/USP, 1993.

BAHL, Miguel (Organizador). Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio. São Paulo: Roca, 2003.

BALLART HERNÁNDEZ, Josef et al. (2001) - Gestión del patrimonio cultural. Barcelona, Ariel.

BASTO A. de Magalhães. Livro Antigo de Cartas e Provisões dos Senhores Reis D. Afonso V, D. João II e D. Manuel do Arquivo Municipal do Porto, Documentos e Memórias para a História do Porto, 1940.

BASTO, A. De Magalhães- Crónica dos Cinco Reis de Portugal, edição de A. de Magalhães Basto, vol. I, Porto, 1945, cap. 10, p. 154.

BASTO, A. de Magalhães. O Porto sob a segunda Invasão Francesa.1926

BELLOUMI, M. The Relationship between Tourism Receipts, Real Effective Exchange Rate and Economic Growth in Tunisia. International Journal Of Tourism Research, v. 12, p. 550–560, 2010.

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. São Paulo: SENAC, 2000.

BERENS, Daniel J, WWII Reenactment in west-central Wisconsin: context of history and memory from the last world war Eau Claire, Wisconsin MAY 2008.  
em 10 de julho de 2009

BETTEGA, Maria Lucia – Eventos e Cerimonial – Simplificando as ações, Editora Educ, 2001

BLATNER, Adam (with Daniel J. Wiener) (Eds). (March, 2007). Interactive and Improvisational Drama: Varieties of Applied Theatre and Performances.

BOWDIN, G., I. McDonnell, J. Allen, W. O'Toole (eds) 2001. Events Management. Oxford. Butterworth-Heinemann.

Breve História do Turismo e da Hotelaria. Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio. 2005

BRINGHENTI, A. A. Turismo internacional no Brasil: 1995-2002 – O papel do Estado na história, conquistas, retrocessos. 228 f. Dissertação (Mestrado em História). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2007. Disponível em:

<<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/3748/1/000399686-Texto%2bCompleto-0.pdf>>. Acesso em: 11/12/2013.

BULIK, C. C. D. Natal como destino para turismo de eventos: um enfoque em captação e planejamento.

BULL, Adrian. La economía del sector turístico. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

BURSZTYN, I. Políticas públicas de turismo visando a inclusão social. 110 f.

Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em:

<[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/espaco\\_academico/dissertacoes\\_teses/downloads\\_dissertacoes\\_teses/20110629-Ivan\\_Bursztyn-43.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/espaco_academico/dissertacoes_teses/downloads_dissertacoes_teses/20110629-Ivan_Bursztyn-43.pdf)>. Acesso em: 10/12/2013

BUTLER, R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of evolution. *Canadian Geographer*. n.24, 1980, p.5-12.

BUTLER, R.W. Tourism and the environment: a geographical perspective. *Tourism Geographies* 2(3), 2000, pp. 337-358.

CABRITA, Alexandre. Relatório acerca do 1º Encontro sobre Recriação Histórica, Cultura, Turismo e Cidadania. Vendas Novas. 28 de novembro de 2008

CAILLOIS, R. The Sacred as Transgression: Theory of the Festival. In R. Caillois. (97-127) 2001

CANTON, A. M. Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Roca, 2002.

CANTON, A. M. Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Roca, 2002.

CARLOS, Roberto; DIAS, Francisco de Almeida, 1957-, fotogr. Viagem Medieval em Terra de Santa Maria. 2002

CARLOS, Roberto e DIAS, Francisco de Almeida.; Viagem medieval em Terra de Santa Maria. 2002

CASTRO, Jesús Pena Castro. El negocio de la historia en la Feria Medieval de Noia. *Sociológica*, pp: 81-100. 2004

CESCA, C. G. G. Organização de Eventos. São Paulo: Summus, 1997

CEZAR, Therbio Felipe M. Antecedentes históricos do turismo e da hotelaria; uma revisão. Disponível em:

<<http://www.infotecne.com.br/infotecne.cgi?flagweb=tur10>>. Acesso em: 3 Jun. 2013

CHANG, C.-L.; MCALEER, M. Aggregation, heterogeneous, autoregression and volatility of daily international tourist arrivals and exchange rates. *The Japanese Economic Review*, v. 63, n. 3, p. 397-418, Set 2012.

CHHABRA, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.

CINTRA, Luís Filipe Lindley. *Crónica Geral de Espanha de 1344*, Lisboa, 1961, pp. 311-316.

COELHO Irene Coelho. *Viagem Medieval em Santa Maria da Feira: uma iniciativa de desenvolvimento local? (Relatório de especialização em Animação Sócio-Cultural)* Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, 2003 (não publicado).

COELHO, Raquel da Assunção Bernardo Alves. *História viva: a recriação histórica como veículo de divulgação do património histórico e artístico nacional, 1986-2009: conceitos e práticas*. 2009

COOK, A. (2005). The use and abuse of historical reenactment: thoughts on recent trends in public history. *Criticism*, 46(3), 487-496.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; GILBERT, D., WANHILL, S. *Turismo - Principios y práctica*. México: Diana, 1996

COOPER, Chris et al. *Turismo, princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman, 2001

COOPER, Chris; Fletcher, John; Fyall, Alan; Gilbert, David; y Wanhil Stephen. *EL TURISMO. TEORÍA Y PRÁCTICA*. Traducción: Pina Medina, Víctor Manuel Edita: Editorial Síntesis S.A

COOPER, Chris; HALL, Colin Michael; GODOI, Luiz Gonzaga Trigo de. *Turismo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORTADELLA, J. "Los grupos de recreación histórica (historical re-enactment)" *La Guerra en la Antigüedad desde el presente*. Zaragoza, 2011. p. 91.

COSTA, Avelino de Jesus. *Líber Fidei Sanctae Bracarensis Ecclesiae*, ed. Avelino de Jesus da Costa, tomo I, Braga, 1965. *Documentos Medievais*

Portugueses. Documentos Régios (A.D. 1095-1185), por Rui de Azevedo, tomos I-II Academia Portuguesa da História, Lisboa, 1958, Ibidem, Documentos Particulares, por Rui de Azevedo e Avelino de Jesus da Costa, vol. III (A.D. 1101-1115) e vol. IV, tomo I (A.D. 1116-1123), Lisboa, 1940-1081.

COSTA, C. & Moital, M. (2004). The Development of a Systematic Approach to Government Involvement in International Tourist Events. RT&D, 2 (1), 68-78.

COSTA. A. De Jesus, ed. Lit. - Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura: edição século XXI. Lisboa: Verbo, 1998. 21.

COUTINHO, Helen Rita Menezes. Organização de eventos.2010

CRAVIDÃO, Fernanda. Turismo e Desenvolvimento - O distrito de Coimbra, 1980-1987, separata de Arunce, Lousã.1989

Crónica de Cinco Reis de Portugal, ed. A. de Magalhães Basto, vol. I, Porto, 1945, cap. 5, p. 54.

CRUCHANT Lucien. La qualité Que sais-je ? Presses Universitaires de France - PUF. 2000

CRUZ, R. Introdução à geografia do turismo, Roca, São Paulo. 2001

CUNHA, L. Economia e política do Turismo, Lidel. 2013, Portugal.

CUNHA, L. Introdução ao Turismo, Verbo, Portugal. 2001

CUNHA, L. Perspectivas e tendências do turismo, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, Portugal. 2003

CUNHA, L. Economia e Política do Turismo, Lisboa, Editorial Verbo, Portugal.2006

CUNHA, L. Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios. 2010

DAWSON, Ian (1996), Standars of Living in the Middle Ages. Teaching History, 82, Editores, pp. 25-31. Editorial Verbo.

DERRETT, R. Making Sense of how festivals demonstrate a community's sense of place, Conference paper, Events and place making, UTS, Sydney, July 15 & 16, 2002.

DORNELAS, Afonso. Arvores Genealógicas do III Conde da Feira e dos Principais Parentes, Lisboa, 1928, e Nobreza de Portugal, vol. II, Lisboa, 1960, p. 585.

DWYER et al. A Framework for Assessing "Tangible" and "Intangible" Impacts of Events and Conventions Event Management Vol. 6, 2002.

DWYER, L., Forsyth, P., & Spurr, R. Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of Travel Research*, 2005.

ERDMAN, Carl Erdmann, De como D. Afonso Henriques assumiu o Título de Rei, Coimbra, 1941. Rui de Azevedo, "Ainda sobre a data em que D. Afonso Henriques assumiu o título de Rei", em *Revista Portuguesa da História*, tomo I, Coimbra, 1941.

ETZKOWITZ, Henry (2002) *The Triple Helix of University-Industry-Government Implications for Policy and Evaluation*, disponível em URL [http://www.sister.nu/pdf/wp\\_11.pdf](http://www.sister.nu/pdf/wp_11.pdf) a 04-08-2005;

ETZKOWITZ, Henry e Loet Leydesdorff (eds) (1997) *Universities and the Global Knowledge Economy - A Triple Helix of University-Industry-Government Relations*, Continuum, Londres;

EVANS, G. (2003). Hard-branding the cultural city - from Prado to Prada. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), 417—440

FALASSI, A. (1987) *Festival: Definition and Morphology. Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, pp.1-10.

FAZZINI, C.; PALLADINO, R. Turismo de eventos. *Revista Turismo em Números*. São Paulo, n.15, p. 8-16, out. 2003.

FC&VB - Federação de Conventions & Visitors Bureaux do Estado de São Paulo. Disponível em: < [http://www.fcvb-sp.org.br/pagina\\_interna.php?cod=179](http://www.fcvb-sp.org.br/pagina_interna.php?cod=179) acesso em: 18/02/2009;

FERREIRA, A. M. & Martins, A. I. (Coord.). (2007). *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*. Faro: Universidade do Algarve.

FERREIRA, A. L. *Marketing para pequenas empresas inovadoras*. Rio de Janeiro: Editora Expert Books - FGV, 1997.

FRATUCCI, A. C. A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: As políticas das redes regionais de turismo. 309 f. Tese (Doutorado em A História do Turismo: epítome das mudanças Turismo & Sociedade (ISSN: 1983-5442). Curitiba, v. 9, n. 2, p. 1-20, maio-agosto de 2016. 20 Geografia). Departamento de Geografia. Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2008. Disponível em: <[http://www.btdt.ndc.uff.br/tde\\_arquivos/26/TDE-2009-05-28T131249Z-2005/Publico/Agnaldo%20Frattucci-Tese.pdf](http://www.btdt.ndc.uff.br/tde_arquivos/26/TDE-2009-05-28T131249Z-2005/Publico/Agnaldo%20Frattucci-Tese.pdf)>. Acesso em: 12/10/2012.

FREIRE, Anselmo Braamcamp. Livro Terceiro dos Brasões da Sala de Sintra, 2.a edição, Coimbra, 1930.

FROST, W., & Laing, J. (2013). Commemorative events: Ritual, performance and reenactment. CAUTHE 2013: Tourism and Global Change: On the Edge of Something Big, 231.

GALLARZA, M.; GIL, I.; CALDERÓN, H. Destination imagen: towards a conceptual framework. Annals of Tourism Research, volume 29 – 2001.

GAPPS, S. (2009). Mobile monuments: A view of historical reenactment and authenticity from inside the costume cupboard of history. Rethinking History, 13(3), 395-409.

GARRET, Almeida, 1829, Da Educação, Londres

GASTAL, Susana. "Lugar de memória: por uma nova aproximação teórica ao património local". In: Gastal. S. (org.). Turismo investigação e crítica. São Paulo: Contexto, p. 69-81. 2002

GASTOGIOVANNI, Antonio Carlos (org.). Turismo na pós-modernidade (des) inquietações. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

Genep, A. V. The Rites of Passage. London. 1960

GETZ, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management, 29(3), 403—428.

GETZ, D. Event Management and event tourism: cognizant communication corporation. EUA, 1997.

GETZ, D. Event Management and event tourism: cognizant communication corporation. EUA, 1997

GETZ, D. Event Tourism: Definition, evolution and research, Tourism Management 29, 403 - 428, EUA, 2008.

GETZ, D. Event Tourism: Definition, evolution and research, Tourism Management.2008.

GETZ, D. Festivals. Special events and tourism. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

GETZ, D. Special events: defining the product. Tourism Management, 1989.

GIL, Jaqueline. Oportunidades y Amenazas de "La Cara Brasileña" para la Promoción Turística Internacional de Brasil en la "Sociedad de Ensueño".

Disertação de Mestrado apresentada na Escuela Oficial de Turismo de la Universidad de Alicante - España, 2004.

GILES, Howard, "Recreating the Past for Live Events, TV, and Film: A Brief History of Reenactment. . Acesso em 10 de julho de 2009

GOELDNER, Charles R., RITCHIE, J. R. Brent., McINTOSH, Robert W. Atrativos, Entretenimento, Recreação e Outros. In: Turismo. Princípios, Práticas e Filosofias. Trad. Roberto Cataldo Costa. 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. P.150-171.

GOKTEPE, Devrim (2003) The Triple Helix as a model to analyze Israeli Magnet Program and

GOLDBLATT, J. (1997). Special events: best practices in modern event management. Van Nostrand Reinhold.

GOLDNER, Chales R.; RICHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W. (Org.). Turismo: princípios, práticas e filosofias. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 478 p.

GROOT, J. De. (2009). Consuming history: Historians and heritage in contemporary popular culture. Routledge

GUNN, C.A. Tourism Planning, 3rd edn. London: Taylor and Francis, 1994.

HADDEN, Robert Lee. Reliving the Civil War: a reenactor's handbook. Mechanicsburg, PA: Stackpole Books, 1999

HALL, Colin M. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos, Contexto, São Paulo. 2001

HALL, Colin M. Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Characteristics of the Audience for 'Events'. 1991

HALL, C.M. Introduction to Tourism. South Melbourne: Longman, 1998.

HALL, Michael, RUSHER, Krist. Politics Public Policy and destination in Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective. editado por Ian Yeoman, Martin Robertson, Jane Ali-Knight, Siobhan Drummond, Una McMahon-Beattie 2004

HART, L. (2007). Authentic recreation: living history and leisure. Museum and Society, 5(2), 103-124.

HERCULANO, Alexandre Herculano, História de Portugal, tomo I, Lisboa, 1846, p. 472 e nota XII.

HERCULANO, Alexandre. Para uma Associação de Defesa de Património, o Panorama 1839

HUNT, S. J. (2004). Acting the part: 'living history' as a serious leisure pursuit. *Journal of Leisure Studies*, 23(4).1982

HUYSSSEN, Andréas. Seduzidos pela memória. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

INSKEEP, Edward. Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

JAFARI, J. Research and scholarship: the basis of tourism education, *Journal of Tourism Studies*, 3 (1): 6-16. 2003

JAGO, L.; SHAW, R. N. - Special events: A conceptual and differential framework. *Festival Management and Event Tourism*. 1998. 28 p.

JENSEN, C.F., Hansen, J. & Metz, L. Turistvirksomhed. København. 1993

JENSEN, R. The Dream Society. How the Comino Shift from Information to Imagination Hill Transform your Business. MacGrow Hill: New York, 1999.

KNOWLES, T. CURTIS, S. The market viability of European mass tourist destinations: A post-stagnation life cycle analysis. *international Journal of Tourism* 1 (2), 87-96. 1999

KOTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. Mercadotecnia de localidades. Cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estados y países. México: Diana, 1994.

KOTLER, Philip. Marketing público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. Tradução: Eliane Kanner. São Paulo: Makron Books, 1994.

KOTTAK, Conrad Phillip. Antropología cultural. Espejo para la humanidad. Madrid.1997 McGraw-Hill.

KREJCIE, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 607-610

KRIPPENDORF, J. The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel. Oxford : Heinemann Professional Publishing, 1987.

LE GOFF, Jacques, 1924- · A Idade Média para principiantes / Jacques Le Goff com Jean-Louis Schlegel ; trad. e rev. António José Massano. - 1ª ed.

LEBRE, A. Maria e CASTAÑER, Margarita, Apresentação da revista Sociedade e Território.nº28 - 1998.

LEIPER, N. The framework of tourism. Toward a definition of tourism, tourist and the tourism industry. *Annals of Tourism Research* 6, 1979, pp. 390-407.

LEMOS, Leandro. Turismo: que negócio é esse? Uma análise econômica do turismo. São Paulo: Papyrus, 2000.

LIU, Y.-D. (2014). Cultural events and cultural tourism development: lessons from the european capitals of culture. *It european planning studies*, 22(3), 498-514.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2012.

LOPES, Fernando Félix, "Datas e Circunstâncias do Casamento da Rainha Santa Isabel", em *Colectânea de Estudos de História e Literatura, Academia da História*, vol. III, Lisboa, 1997.

LOPES, Fernão. Crónica de D. João I, edição de António Sérgio, vol. I, Porto, 1.ª parte, cap. LXVIII p. 133 e cap. CLX-

MARQUES, A.H Oliveira Marques. A Sociedade Medieval Portuguesa, 5.ª ed., Lisboa, Livraria Sá da Costa Editora, 1987.

MARQUES, Jorge Humberto Soares, Santos, Norberto Pinto dos. Turismo de negócios: Convention & Visitors Bureau na região centro.2011

MARQUES, Jorge. Turismo de Negócios. Convention & Visitors Bureau na Região Centro de Portugal.2014

MARTÍNEZ QUINTANA, Violante. Ocio y turismo en la sociedad actual: los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. Madrid: McGraw-Hill-Interamericana de España, 2006

MARTÍNEZ QUINTANA, Violante. Desarrollo y Nuevos Retos en el Ocioturismo del siglo XX. UNED

MATHIESON, Alister e WALL, Geoffrey. Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales. México: Trillas, 1990.

MATIAS, M. Organização de eventos. 3. ed. Barueri/SP: Malone, 2004.

MATTOSO, José. A Terra de Santa Maria na Idade Média: limites geográficos e identidade peculiar.1993

MATTOSO, José, Luís KRUS e Amélia Aguiar ANDRADE. O Castelo e a Feira. A Terra de Santa Maria nos séculos XI a XIII, Lisboa, Ed. Estampa.1989

MAZARO, R. M. e VARZIN, G. Modelos de competitividad para destinos turísticos em el marco de la sostenibilidad. In: Anais do XXIX Encontro Anual da ANPAD, 2005. Ministério do Turismo. Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil. Brasília, 2006.

MCINTOSH, R. W, GOELDNER, C.R. e RITCHIE. Turismo: princípios, práticas e filosofias. Trad. Roberto Cataldo Costa. 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002

MCKERCHER, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. International Journal of Tourism Research, 4(1), 29-38.

MCKERCHER, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. International Journal of Tourism Research, 4(1), 29-38.

MEIRELES, Gilda Fleury. Tudo sobre eventos. São Paulo: Editora STS, 1999.

MELO NETO, F. P. Marketing de eventos. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.

MELO, Sara. PROJETOS ARTÍSTICOS (D)E INTERVENÇÃO COMUNITÁRIA TEXTURAS, UMA EXPERIÊNCIA DO FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO DE RUA DE SANTA MARIA DA FEIRA. 2014  
<https://docplayer.com.br/68439551-Sara-cristina-dias-de-melo-projetos-artisticos-d-e-intervencao-comunitaria.html>

MORENO Humberto Baquero. Os Itinerários de El-Rei D. João I, Lisboa, 1988, pp. 19-20.

MORGAN Nigel, PRITCHARD Annette. Tourism promotion and power: Creating images, creating identities.1998

MOULINIER, Pierre. Presses Universitaires de France – PUF.2010

MOURA, Carlos. Turismo: evolução, conceitos e classificações. 2014

OLIVEIRA Padre Miguel de. A Campanha de Entre Douro e Minho na segunda Invasão Francesa, em Arquivo do Distrito de Aveiro, vol. XI, 1945.

OLIVEIRA Padre Miguel. "Inquirições de D. Afonso III na Terra de Santa Maria", em Lvsitania Sacra, tomo VII, Lisboa, 1964-1966

OLIVEIRA, Maria do Rosário Barros. O impacto dos eventos Turísticos, o Caso da Viagem Medieval.2009

OLIVEIRA, Roberto Vaz de Oliveira. Freguesia de S. Nicolau da Vila da Feira.1974

OMT. Turismo internacional: uma perspectiva global. 2. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (1998), Introdução al turismo, 1ª Ed. 1998, OMT, Madrid, Spain.

ORTIGÃO, Ramalho, Turista de Portugal, Instituto Rainha D. Leonor, Lisboa, 1987

ORTIGÃO, Ramalho, Turista de Portugal, Instituto Rainha D. Leonor, Lisboa, 1987

PALOMO, Manuel Figuerola. Teoría Económica del Turismo. Madrid: Alianza

PANOSSO NETTO, Alexandre. O que é turismo? São Paulo: Brasiliense, 2010.

PEARCE, P. L. Recent Research in Tourists Behaviour. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 1(1), 7-17.1996

PEERS, Laura. Playing Ourselves; Interpreting Native Histories at Historic Reconstructions. Lanham, MD: AltaMira Press, 2007; Skow, John et al. «Bang, bang! you're history, buddy». Time (August 11, 1986)

PEREIRA, A.; PATRÍCIO, T SPSS: guia prático de utilização: análise de dados para Ciências Sociais e Psicologia. 8.ª ed. Lisboa: Sílabo, 2013

PINA, Luís Maria da Câmara. A Batalha de São Mamede (24 de junho de 1128). Subsídios para a sua história Militar, Academia Portuguesa da História, Lisboa, 1979.

PINA, Paulo, 1988, Portugal, O Turismo no século XX, Lucidus, 1988

PINA, Paulo, 1991, "O Turismo, O Advento, 1820 — 1910, Turismo, Edição da Direcção Geral de Turismo, jan. fev. março 1991, nºs. 24 a 26, Ano III, Série 1

PINTO A. Ferreira Pinto. "Colegiada ou Colégio do Espírito Santo na Vila da Feira", em Arquivo do Distrito de Aveiro, volume IV, Aveiro, 1938.

PIRES, M. J. Raízes do Turismo no Brasil. 2. ed. Barueri: Manole, 2002.

PLANELLS COSTA, Margarita; CRESPI VALLBONA, Montserrat. Productos Y Destinos Turísticos Nacionales E Internacionales. Madrid, Editorial Sintesis 2006

POON, A. Tourism, technology and competitive strategies. Wallingford: CAB International, 1993

QUESADA, F. Armas de Grecia y Roma. Forjaron la historia de la Antigüedad clásica. Madrid, 2008. pp. 368-369

- QUIVY, R., & Campenhoudt, L. V. Manual de investigação em ciências sociais.2008
- RABAHY, W. A.; SANTOS, E. D. O.; VASSALLO, D. Determinantes de Gasto em Viagens Turísticas Domésticas no Brasil. Revista Turismo Visão e Ação, v. 11, p. 304 – 324, Set./Dez 2009.
- RAJ, R., Walters, P. & Rashid, T. (2009). Events Management: An Integrated and Practical Approach. Londres: Sage
- RAMOS, M.L, GONZÁLEZ, J.E. y BAENA, J. Arqueología experimental en la Península Ibérica. Investigación, didáctica y patrimonio. Santander, 2007.
- RAPOSO, Paulo. "Performando cultura: recreaciones históricas y interpretaciones patrimoniales ", Trabalho apresentado em Congresso da Federação de Associações de Antropologia e Etnografia de Espanha (FAAEE), In PATRIMONIOS CULTURALES: EDUCACIÓN E INTERPRETACIÓN. Cruzando límites y produciendo alternativas. Donostia- S. Sebastian. 2008
- RAU Virgínia Rau, Feiras Medievais Portuguesas, Lisboa, 1982.
- RAU Virgínia. Estudos sobre a história do Sal em Portugal, Lisboa, 1984.
- RAU, Virgínia. Feiras Medievais Portuguesas: Subsídios para o seu estudo.1982
- RECRIAÇÕES HISTÓRICAS – O País na Máquina do Tempo. Fugas - Público 23 julho 2016
- RENAUDEAU, Olivier. « La reconstitution du Moyen Âge en Europe » - Le Moyen Âge en jeu.2009
- RICHARDS, G. Turismo creativo: ¿una nueva dirección estratégica? In Ortega, E. (ed). Investigación y estrategias turísticas. Madrid: Thomson, (107-122). 2003
- RICHARDS, G. & PALMER, R. (2010). Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- RODRIGUES, R. Turismo urbano y cultural en internet. En: turismo urbano y patrimonio cultural - Una perspectiva europea. Sevilla: Diputación de Sevilla. 1998.
- RODRÍGUEZ ANTÓN, José M., (coord.). Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque interdisciplinar, Madrid, Delta Publicaciones, 2009.

ROMERO, Mabel Villagra. Actualidad del Asociacionismo Recreacionista en Europa: el caso italiano. 2º Encuentro de Grupos de Recreación Histórica Medieval de Aragón, Alcañiz (Teruel). 2006

ROSELLÓ Cerezuela, David. Diseño de proyectos culturales. Barcelona, Ariel, 2004.

RUSCHMANN, D. Turismo no Brasil: análises e tendências, Manole, São Paulo. 1997

RUSCHMANN, D. Marketing turístico: um enfoque promocional. Campinas: Papirus.1999.

RUSHMANN, D. Turismo e planejamento sustentável – a proteção do meio ambiente, 5ª Edição, Papirus Editora. 1999

RUSHTON Steven, “Tweedledum and Tweedeledee Resolved to Have a Battle”, in, Experience, Memory, Re-enactment, editado por A. Bangma, S. Rushton, and F. Wüst, (Frankfurt: Revolver, 2005), 5.

SALAZAR, N. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. Journal of Sustainable Tourism, 20(1), 9-22.

SALEH, F., & Ryan, C. (1993). Jazz and knitwear: Factors that attract tourists to festivals. Tourism Management, 14(4), 289-297.

SANTANA, A. (1997), Antropología y Turismo, Barcelona, Editorial Ariel.

SANTOS, Ana Cláudia da Silva. Segmentação de mercado da Viagem Medieval com Silva Santos base nas emoções – Dissertação mestrado. 2011

SANTOS, Isadora Ramos dos. O Turismo Cultural Dinamizador dos Núcleos Históricos. Lisboa no século XXI – Bairro de Alfama". Dissertação de Doutorado. 2018

SARAMAGO, José. Viagem a Portugal, 1992.

SAUR-AMARAL Irina. Estudo de avaliação de evento Perfil do visitante da Viagem Medieval. IPAM.2016

SEBRAE-SP-ERF. Relatório de oficina de planejamento estratégico. São Paulo, 03/2007.

SERRÃO Joaquim Veríssimo Serrão, História de Portugal, vol. I (1080-1385).

SERRÃO Joaquim Veríssimo. História de Portugal, vol. III (1495-1580), Lisboa, 1978, pp. 212-215.

SEUL, K. L.; SOOCHEONG, J. Foreign exchange exposure of US tourism-related firms. *Tourism Management*, v. 32, p. 934-948, 2011.

SILVA, F.P.S. Eventos e turismo: turismo de eventos. In: *Turismo: Tendências e Debates II* -1999.

SIMÕES, Maria Leonor Ferreira. *Os Eventos e a Atractividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa*. 2012

SINCLAIR, M.T; STABLER, Mike. *The economics of tourism*. Routledge, 1997.

SMITH, S.L.J. Tourism as an industry. *Debates and concepts*. In D. Ioannides; K.G. Debbage (eds), *The Economic Geography of the Tourist Industry. A Supply Side Analysis*, pp. 31-52. London: Routledge, 1998.

SMITH, A. *Events and Urban Regenerations. The Strategic Use of Events to Revitalise Cities*. Abingdon: Routledge. 2012

SMITH, V. *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion, 1989.

SOLÉ, Maria Glória Parra Santos, "A técnica de história ao vivo - a realização de uma feira medieval no Lindoso" (*Didácticas e Metodologias de Ensino*) Instituto de Estudos da Criança - Universidade do Minho. Comunicação apresentada no IV Encontro Nacional de Didácticas e Metodologias da Educação - "Percurso e Desafios", Évora, 26-28 set. 2001.

SOUSA, Arlindo de. *O Concelho da Feira. História, Etnografia, Arte, Paisagem*, Espinho, sem data.

STANTON, Cathy. «Reenactors in the parks: a study of external revolutionary war reenactment activity at nationalparks» (PDF) National Park Service. (1999-11-01);

STOKES, R. (2008). *Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain*. *Tourism Management*, 29(2), 252-262.

SWART, MARK BRIAN. *ONCE MORE INTO THE BREACH: A PERSONAL ACCOUNT: RELIVING THE HISTORY OF THE CIVIL WAR*. Outskirts Press, Inc, 2010;

TAALAS, Saara L. - *Consumption of a medieval event: Employing theatre in the construction of local and spatial organization* - *Management & Organizational History* 2006.

TAVARES, Pedro Vilas Boas - Lóios. In 'Dicionário de história religiosa de Portugal'. Dir. Carlos Moreira de Azevedo. Lisboa: Círculo de Leitores, 2001

TEDIM, José Manuel, Arte Efémera em Portugal, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2000, p. 218.

THELEN, David. «Learning from the past: individual Experience and re-enactment». Indiana magazine of history (Jun 2003), vol. 99 Issue 2, p. 155

Torga, Miguel. V Diário, 11 de setembro de 1949

TURISMO DE PORTUGAL, I.P. PENT (Plano Estratégico Nacional para o Turismo).2007

TRESPALACIOS, J., Vázquez, R., & Bello, L. (2005). Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Thomson, Madrid

TRESSERRAS, J., & Matamala, J. (2005). El turismo cultural en España como fuente de empleo para los profesionales del patrimonio. Revista Ph.: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 13(54), 73-83.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo e Qualidade: tendências Contemporâneas. 6 ed. Campinas: Papyrus, 1993.

TUNBRIDGE, J., & Ashworth, G. (1996). Dissonant heritage: The management of the past as a resource in conflict. John Wiley & Sons.

UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA, Centro de Estudos de História Religiosa, ed. lit. - Estabilidade, grandeza e crise: da restauração ao final do reinado de D. João V. In Portugaliae monumenta misericordiarum. Lisboa: União das Misericórdias Portuguesa, 2007. vol. 6. Coordenação Científica José Pedro Paiva.

VALDES, R. E acceso psicológico y la noción de posicionamiento en el dominio del turismo: hacia un modelo estratégico de posicionamiento relacional de los servicios turísticos En: Estudios y Perspectivas del turismo. Buenos Aires: Centro de Investigaciones turísticas, 1997

VALENTE, Saúl Eduardo Rebelo - Terras da Feira. Noticias e memórias da freguesia da Arrifana de Santa Maria. Coimbra, 1937.

Vanderstel, David G. «And I Thought Historians Only Taught”: Doing History Beyond the Classroom». OAH Magazine of history (Jan2002), vol. 16 Issue 2, p. 7.

- VERA, López, Marchena y Anton. Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos.2013
- VIEIRA, João Martins. Eventos e Turismo – Planeamento e Organização. Da Teoria à Prática
- VIVANT, E. (2011). Who brands whom?: The role of local authorities in the branching of art museums. *Town Planning Review*, 82(1), 99-115.
- VOGELER, C. HERNÁNDEZ, E. Estructura y organización del mercado turístico, 1ª y 2ª ediciones, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A., Madrid.1995
- WATT, David C. Gestão de eventos em lazer e turismo; São Paulo: Bookman, 2004.
- World Tourism Organization (WTO). E-Business for Tourism. Practical Guidelines for Destinations and Businesses. Madrid: WTO, 2001.
- World Tourism Organization (WTO). Tourism 2020 Vision.
- World Tourism Organization (WTO). Tourism 2020 Vision. Madrid: World Tourism Organization, 1997.
- WTTC - WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. The 2008 travel & tourism economic research. Disponível em: <[www.wttc.org](http://www.wttc.org)>. Acesso em: 24 set. 2008.
- YIN, Robert K. Estudo de caso: Planejamento e métodos - 3ª Edição - Porto Alegre: Bookman, 2005.
- ZANELLA, L. C. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- ZORNOZA C. Camisón, LLUSAR, J.C. Bou, MONTESINOS, V. Roca, C. Enlace de la investigación en turismo y en gestión de la calidad: balance de una década *Papers de Turisme*, 20), pp. 19-38. 1997



# ANEXOS



## ANEXO I – QUESTIONÁRIOS APLICADOS À POPULAÇÃO RESIDENTE

### Questionário de satisfação para população residente

Data: **Instruções de resposta ao questionário:**

Este questionário versa um conjunto de temáticas relativas ao modo como o colaborador percebe o evento de modo a aferir o grau de satisfação com a organização e de motivação sobre as atividades que desenvolve.

É de toda a conveniência que responda com o máximo de rigor e honestidade, pois só assim é possível à sua organização apostar numa melhoria contínua dos serviços que presta.

Não **há respostas certas ou erradas** relativamente a qualquer dos itens, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza **confidencial**. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito a uma análise individualizada, o que significa que o seu **anonimato** é respeitado.

**1.1 Idade :**\_\_\_\_\_

**1.2.Sexo:**\_\_\_\_\_

**1.3. Estado Civil**

Solteiro

Casado/União de facto

Divorciado/Separado

Viúvo

1.4 Habilitações Literárias\_\_\_\_\_

**1.5. Naturalidade:** Concelho

1.6.NUT III Naturalidade

1.7 Nut III Residência

1.8 Lugar e Freguesia de residência\_\_\_\_\_

## 2.1 Qual é a sua ocupação/situação profissional atual?

Reformado

Inválido

Desempregado

Doméstica

Estudante

Empregado

Outra situação. Qual? \_\_\_\_\_

## 2.2. Qual é/era a sua profissão? \_\_\_\_\_

### 3.3. Qual o rendimento mensal do seu agregado familiar?

Menos de 500€  Entre 2000€ - 3500€

Entre 500 e 1000€  Entre 3500€ - 5000€

Entre 1000€ - 2000€  Mais de 5000 €

Não sabe  Não responde

## 4.1. Conhece os eventos de Santa Maria da Feira. Quais

Imaginaris.....

Fogaceiras.....

Invasões Francesas.....

Viagem Medieval

Semana Santa

**4.2. Avaliação sobre os eventos: Imaginarius Fogaceiras Invasões Francesas Viagem Medieval Semana Santa**

Muito bom.....	<input type="checkbox"/>				
Bom.....	<input type="checkbox"/>				
Satisfatório.....	<input type="checkbox"/>				
Insatisfatório.....	<input type="checkbox"/>				
Muito insatisfeito.....	<input type="checkbox"/>				

**4.3. Assinale a importância que os eventos vão desempenhar, no Concelho de Santa Maria da Feira, nos próximos 10 anos?**

**Avaliação sobre os eventos: Imaginarius Fogaceiras Invasões Francesas Viagem Medieval Semana Santa**

Muito mais.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>				
Mais.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>				
A mesma.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>				
Menos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>				
Muito menos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>				

**4.4 Se tivesse de eliminar um dos eventos, qual seria?**

---

**4.5 Se tivesse de introduzir um novo evento, qual seria?**

**5.1. Qual a sua opinião relativamente a cada uma das seguintes afirmações? Assinale apenas uma das hipóteses de resposta para cada atributo.**

	Conc ordo	Disco rdo	Indeci so	Conc ordo	Conco rdo plena mente
A Viagem Medieval permite criar emprego para os residentes do meu concelho					
A Viagem Medieval tem contribuído para o aumento da poluição do ambiente.					
Há mais oportunidades de negócio no meu concelho devido ao desenvolvimento da Viagem Medieval					
Há problemas de trânsito e de estacionamento e excesso de ruído devido à Viagem Medieval					
A Viagem Medieval tem provocado a deterioração de locais de interesse histórico, arquitetónico e cultural.					
A qualidade das infraestruturas e dos serviços públicos tem melhorado devido ao crescimento da Viagem Medieval (Ensino, Saúde etc.)					
A Viagem Medieval perturba o comportamento dos residentes, principalmente dos mais jovens, levando à perda da identidade cultural da população.					
A Viagem Medieval tem contribuído para a qualificação dos recursos humanos e introdução de novas tecnologias na Região.					
A Viagem Medieval tem agravado os problemas sociais de droga,					

alcoolismo e prostituição na Região					
A Viagem Medieval ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local.					
A Viagem Medieval provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades.					
O comércio melhorou no meu concelho por causa da Viagem Medieval.					
No Verão, os residentes não têm acesso conveniente às principais atrações da Viagem Medieval por causa dos visitantes.					
Tem havido uma preocupação em melhorar a qualidade do ambiente e o ordenamento do território no meu concelho por causa da Viagem Medieval					
A Viagem Medieval tem agravado as desigualdades sociais, porque os benefícios económicos do evento são limitados a poucas pessoas.					
Eu sinto que participo no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento da Viagem Medieval.					
A Viagem Medieval aumenta a insegurança e a criminalidade					
O planeamento da Viagem Medieval a longo prazo pelas autoridades regionais e locais pode contribuir para maximizar os benefícios e para minimizar os impactes negativos do turismo.					
Planeio a minha vida em Função da Viagem Medieval (férias, trabalho etc.)					
A Viagem Medieval dá-me lucro					
A Viagem Medieval tem um elevado rigor histórico					

## 5.2 Qual é o principal inconveniente da Viagem Medieval para a Região?

---

---

## 5.3 Tem alguma sugestão a fazer para estimular o desenvolvimento da Viagem Medieval?

---

---

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

### 6.1 Satisfação global dos residentes com a organização

Satisfação com...	Grau de Satisfação					Registe aqui as suas sugestões de melhoria
	1	2	3	4	5	
Imagem da organização						
Desempenho global da organização						
Papel da organização na sociedade						
Relacionamento da organização com os residentes						
Forma como a organização gere os conflitos de interesses						
Nível de envolvimento dos residentes na organização e na respetiva missão.						
Envolvimento dos residentes nos processos de tomada de decisão						
Envolvimento dos residentes em atividades de melhoria						
Mecanismos de consulta e diálogo entre residentes e responsáveis						

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

## 6.2. Satisfação com as condições da Viagem Medieval

Satisfação com...	Grau de Satisfação					Registe aqui as suas sugestões de melhoria
	1	2	3	4	5	
Imagem						
Modo como a organização lida os conflitos, queixas ou problemas dos residentes						
Horário da Viagem Medieval						
Espaço do evento						
Duração e calendarização						
Possibilidade de conciliar os interesses da Viagem Medieval com os residentes						
Divulgação e sinalética						

C= Concordo; D= Discordo

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

6.3 Satisfação com o estilo de liderança								
Satisfação com...	Concordo	Discordo	Grau de Satisfação					Registe aqui as suas sugestões de melhoria
			1	2	3	4	5	
<b>A Organização</b>								
Demonstra empenho no processo de mudança								
Aceita críticas construtivas								
Aceita sugestões de melhoria								
Delega competências e responsabilidades								
Estimula a iniciativa dos residentes								
Encoraja a confiança mútua e o respeito								
Assegura o desenvolvimento de uma cultura de mudança								
Promove ações de formação								
Reconhece os esforços dos residentes								
Adequa o tratamento dado às pessoas, às necessidades e às situações em causa								

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

### 7.1 Satisfação com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços

Satisfação com...	Grau de Satisfação					Registe aqui as suas sugestões de melhoria
	1	2	3	4	5	
Restaurantes						
Tabernas						
Animação Circulante						
Animação Âncora						
Trajes disponíveis						
Áreas Temáticas						
Condições de higiene						
Condições de segurança						
Preços						
Estacionamento						

**Muito obrigado pela sua colaboração.**

**ANEXO II – QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS PARTICIPANTES:  
ASSOCIAÇÕES: ANIMAÇÃO, TABERNAS; VOLUNTÁRIOS; ARTESÃOS;  
REGATÕES; MERCADORES; ANIMAÇÃO PROFISSIONAL**

**Questionário de satisfação: associações: animação, tabernas;  
voluntários; artesãos; regatões; mercadores; animação profissional**

Data: **Instruções de resposta ao questionário:**

Este questionário versa um conjunto de temáticas relativas ao modo como o colaborador percebe o evento de modo a aferir o grau de satisfação com a organização e de motivação sobre as atividades que desenvolve.

É de toda a conveniência que responda com o máximo de rigor e honestidade, pois só assim é possível à sua organização apostar numa melhoria contínua dos serviços que presta.

Não há **respostas certas ou erradas** relativamente a qualquer dos itens, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza **confidencial**. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito a uma análise individualizada, o que significa que o seu **anonimato** é respeitado.

**1.1 Idade :**\_\_\_\_\_

**1.2.Sexo:**\_\_\_\_\_

**1.3. Estado Civil**

Solteiro

Casado/União de facto

Divorciado/Separado

Viúvo

**1.4 Habilitações Literárias**\_\_\_\_\_

**1.5. Naturalidade:**

**1.6 Nut III Naturalidade**

**1.7 NUT III Residência**

**1.8 Freguesia de Residência**

## 2.1 Qual é a sua ocupação/situação profissional atual?

- Reformado
- Inválido
- Qual era a sua profissão
- Doméstica
- Estudante
- Empregado
- Gestor/gerente
- Desempregado
- Outra situação. Qual? \_\_\_\_\_

## 2.2. qual é/era a sua profissão?

### 3.1. Qual o rendimento mensal do seu agregado familiar?

- Menos de 500€  Entre 2000€ - 3500€
- 
- Entre 500 e 1000€  Entre 3500€ - 5000€
- Entre 1000€ - 2000€  Mais de 5000 €
- Não sabe  Não responde

#### 4.1 Em que condição participa na Viagem Medieval em que Condição?

Associação / Animação Âncora

Associação / Animação circulante

Tabernas

Organização

Animação

Voluntários

Artesãos

Mercadores

Regatões

#### 5.1. Conhece os eventos de Santa Maria da Feira. Quais

Imaginarius.....

Fogaceiras.....

Invasões Francesas.....

Viagem Medieval.....

Semana Santa.....

**5.2.Avaliação sobre os eventos: Imaginarius Fogaceiras Invasões Francesas Viagem Medieval Semana Santa**

Muito bom.....	<input type="checkbox"/>				
Bom.....	<input type="checkbox"/>				
Satisfatório.....	<input type="checkbox"/>				
Insatisfatório.....	<input type="checkbox"/>				
Muito insatisfeito.....	<input type="checkbox"/>				

**5.3 Diga qual é a importância que os eventos vão desempenhar, no Concelho de Santa Maria da Feira, nos próximos 10 anos?**

**Avaliação sobre os eventos: Imaginarius Fogaceiras Invasões Francesas Viagem Medieval Semana Santa**

Muito mais.....	<input type="checkbox"/>				
Mais.....	<input type="checkbox"/>				
A mesma.....	<input type="checkbox"/>				
Menos.....	<input type="checkbox"/>				
Muito menos.....	<input type="checkbox"/>				

**5.4. De todas qual considera a mais importante?**

**5.5 Se tivesse de eliminar um dos eventos, qual seria?**

**5.6 Se tivesse de introduzir outro evento, qual seria?**

**6.1 Qual a sua opinião relativamente a cada uma das seguintes afirmações? Assinale apenas uma das hipóteses de resposta para cada atributo.**

	Conc ordo	Disco rdo	Indeci so	Conc ordo	Conco rdo plena mente
A Viagem Medieval permite criar emprego para os residentes do concelho					
A Viagem Medieval tem contribuído para o aumento da poluição do ambiente.					
Há mais oportunidades de negócio no concelho devido ao desenvolvimento da Viagem Medieval					
A Viagem Medieval tem sido responsável por alterações na paisagem e na biodiversidade					
Há problemas de trânsito e de estacionamento e excesso de ruído devido à A Viagem Medieval					
O aumento do rendimento gerado pela Viagem Medieval tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população concelho.					
A Viagem Medieval tem provocado a deterioração de locais de interesse histórico, arquitetónico e cultural.					
A qualidade das infraestruturas e dos serviços públicos tem melhorado devido ao aumento do turismo (ensino, saúde,					
A construção de novas infraestruturas (apartamentos, hotéis etc.) está a afetar a qualidade estética do ambiente, por não haver um adequado planeamento e ordenamento do território					

Eu tenho mais dinheiro para gastar devido à Viagem Medieval					
A Viagem Medieval perturba o comportamento dos residentes, principalmente dos mais jovens, levando à perda da identidade cultural da população.					
A Viagem Medieval tem contribuído para a qualificação dos recursos humanos e introdução de novas tecnologias na Região.					
Há mais lixo na cidade por causa da Viagem Medieval					
Eu tenho acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer por causa do desenvolvimento da Viagem Medieval.					
A Viagem Medieval tem agravado os problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição na Região					
A Viagem Medieval ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local.					
A Viagem Medieval provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades.					
O comércio melhorou na cidade por causa da Viagem Medieval.					
No Verão, os residentes não têm acesso conveniente às principais atrações da Viagem Medieval por causa dos visitantes.					
Tem havido uma preocupação em melhorar a qualidade do ambiente e o ordenamento do território no meu concelho por causa da Viagem Medieval					
A Viagem Medieval tem agravado as desigualdades sociais, porque os benefícios económicos do turismo são limitados a poucas pessoas					

Eu sinto que participo no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento da Viagem Medieval.					
A Viagem Medieval aumenta a insegurança e a criminalidade					
O planeamento da Viagem Medieval a longo prazo pelas autoridades regionais e locais pode contribuir para maximizar os benefícios e para minimizar os impactes negativos do turismo.					
A maior parte dos bens e serviços utilizados na Viagem Medieval são importados.					
A maior parte das empresas turísticas do meu concelho pertence e é gerida por habitantes do Concelho					
A Viagem Medieval permite aumentar as minhas receitas					
A minha vida é organizada em função da Viagem Medieval					
A Viagem Medieval tem um elevado rigor histórico					

**6.2 Diga-me, por favor, na sua opinião, qual é o principal inconveniente da Viagem Medieval para a Região?**

---



---

**6.3 Diga-me, por favor, tem alguma sugestão a fazer para estimular o desenvolvimento da Viagem Medieval?**

---



---

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

<b>7.1 Satisfação global com a organização</b>						
<b>Satisfação com...</b>	<b>Grau de Satisfação</b>					<b>Registe aqui as suas sugestões de melhoria</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Imagem da organização						
Desempenho global da organização						
Papel da organização na sociedade						
Relacionamento da organização com os participantes (associações, voluntários, tabernas, mercadores, artesãos, regatões)						
Forma como a organização gere os conflitos de interesses						
Nível de envolvimento dos residentes na organização e na respetiva missão.						
Envolvimento nos processos de tomada de decisão						
Envolvimento em atividades de melhoria						
Mecanismos de consulta e diálogo com os responsáveis						
<b>7.2 Satisfação com as condições da Viagem Medieval</b>						
<b>Satisfação com...</b>	<b>Grau de Satisfação</b>					<b>Registe aqui as suas sugestões de melhoria</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Ambiente						
Modo como a organização lida os conflitos, queixas ou problemas dos residentes						
Horário da Viagem Medieval						
Possibilidade de conciliar os interesses da Viagem Medieval						

com os próprios interesses						
Igualdade de oportunidades para o desenvolvimento de novas competências pessoais						
Igualdade de tratamento pela organização						

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

### 7.3. Satisfação com o desenvolvimento da Viagem Medieval

Satisfação com...	Grau de Satisfação					O que falta para que o seu grau de satisfação seja 5?
	1	2	3	4	5	
Política de gestão da Viagem Medieval						
Oportunidades criadas pela organização para desenvolver novas competências						
Ações de formação que realizou até ao presente						
Mecanismos de consulta e diálogo existentes na organização						
Nível de conhecimento que tem dos objetivos da organização						

C= Concordo; D= Discordo

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

7.4 Satisfação com o estilo de liderança								
Satisfação com...	Concordo	Discordo	Grau de Satisfação					Registe aqui as suas sugestões de melhoria
			1	2	3	4	5	
<b>A Organização</b>								
Lidera através do exemplo								
Demonstra empenho no processo de mudança								
Aceita críticas construtivas								
Aceita sugestões de melhoria								
Delega competências e responsabilidades								
Estimula a iniciativa das pessoas								
Encoraja a confiança mútua e o respeito								
Assegura o desenvolvimento de uma cultura de mudança								
Promove ações de formação								
Reconhece e premeia os esforços individuais e das equipas								
Adequa o tratamento dado às pessoas, às necessidades e às situações em causa								

**Muito obrigado pela sua colaboração.**

## ANEXO III - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS VISITANTES

### Questionário de satisfação para os visitantes

Data: **Instruções de resposta ao questionário:**

Este questionário versa um conjunto de temáticas relativas ao modo como o colaborador percebe o evento de modo a aferir o grau de satisfação com a organização e de motivação sobre as atividades que desenvolve.

É de toda a conveniência que responda com o máximo de rigor e honestidade, pois só assim é possível à sua organização apostar numa melhoria contínua dos serviços que presta.

Não **há respostas certas ou erradas** relativamente a qualquer dos itens, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza **confidencial**. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito a uma análise individualizada, o que significa que o seu **anonimato** é respeitado.

**1.1 Idade :** \_\_\_\_\_

**1.2.Sexo:** \_\_\_\_\_

**1.3. Estado Civil**

Solteiro

Casado/União de facto

Divorciado/Separado

Viúvo

**1.4Habilitações Literárias** \_\_\_\_\_

Outro  Qual? \_\_\_\_\_

**1.5. Naturalidade:** Concelho

**1.6.NUT III Naturalidade**

**1.7 Nut III Residência**

**1.8 Lugar e Freguesia de residência** \_\_\_\_\_

## 2.1 Qual é a sua ocupação/situação profissional atual?

- Reformado
- Inválido
- Qual era a sua profissão
- Doméstica
- Estudante
- Empregado
- Gestor/gerente
- Desempregado
- Outra situação. Qual? \_\_\_\_\_

## 2.2 Se sim, qual é/era a sua profissão?

### 3.1. Qual o rendimento mensal do seu agregado familiar?

- |  |  |
|--|--|
| Menos de 500€ <input type="checkbox"/>       | Entre 2000€ - 3500€ <input type="checkbox"/> |
| Entre 500 e 1000€ <input type="checkbox"/>   | Entre 3500€ - 5000€ <input type="checkbox"/> |
| Entre 1000€ - 2000€ <input type="checkbox"/> | Mais de 5000 € <input type="checkbox"/>      |
| Não sabe <input type="checkbox"/>            | Não responde <input type="checkbox"/>        |

#### 4.1 - Qual foi o motivo principal da sua visita a Santa Maria da Feira?

Férias/Lazer

Visita a amigos ou familiares

Negócios/Motivos profissionais (conferências, congressos, feiras, exposições)

Eventos desportivos

Viagem Medieval

Outro

#### 4.2. Modo de deslocação

Carro.....

Comboio.....

Bicicleta.....

Motociclo.....

Autocarro .....

NR.....

#### 4.3 Já tinha visitado anteriormente Santa Maria da Feira?

Não .....

1 visita anterior.....

2 ou mais visitas anteriores

#### 4.4 - Considerou destinos alternativos antes de vir a Santa Maria da Feira?

Não.....

Sim.

#### 4.5– Quem o acompanhou nesta viagem?

- a) Veio sozinho .....
- b) Cônjuge/companheiro.....
- c) Grupo de adultos .....
- d) Família com filhos.....
- e) Sócio(s)/colega(s) de serviço.....

#### 4.6 – Quantos dias fica em Santa Maria da Feira?

- 1 dia.....
- 2 dias.....
- 3 dias.....
- 4 dias.....
- Mais.....
- NR.....

#### 4.7. Se fica em Santa Maria da Feira, onde fica alojado?

- Casa de Amigos.....
- Hotel.....
- Residencial.....
- Acampamento – Campo de Tendilhas....

NR

#### 5.1. Indique 3 razões para a escolha de Santa Maria da Feira como destino turístico?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**6.1 Qual foi o grau de satisfação que obteve na visita em relação aos seguintes atributos?**

	Muito insatisfatório	Insatisfatório	Satisfatório	Bom	Muito Bom
Singularidade do destino (condições naturais e identidade cultural)					
Acessibilidade à Região					
Packages disponíveis					
Informação disponível					
Disponibilidade/qualidade do alojamento					
Disponibilidade/qualidade dos transportes locais					
Convívio com amigos ou familiares					
Nível de preços na entrada da Viagem Medieval					
Qualidade dos serviços					
Oportunidades para a prática de desportos, atividades de lazer e culturais					
Paisagem					
Gastronomia					
Atividades de animação, entretenimento, vida noturna					
Património histórico e arquitetónico, monumentos, museus					
Natureza, fauna e flora					
Manifestações e eventos culturais					
Praias e zonas balneares					
Manifestações e eventos religiosos					

Oportunidades para fazer compras					
Hospitalidade dos residentes					
Segurança					
Atividades para toda a família					
Preços praticados na Viagem Medieval					

**6.2 Diga-me, por favor, qual a sua opinião a Viagem Medieval?**

Muito bom.....

Bom.....

Satisfatório.....

Insatisfatório.....

Muito insatisfeito.....

**6.3. Do que visitou não Viagem Medieval Indique 3 áreas / atividades que mais gostou**

**6.4. O que gostou menos na Viagem Medieval?**

---



---



---

1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

### 7.1. Satisfação com as condições de higiene, segurança, equipamentos e serviços

Satisfação com...	Grau de Satisfação					Registe aqui as suas sugestões de melhoria
	1	2	3	4	5	
Restaurantes						
Tabernas						
Animação						
Trajes disponíveis						
Áreas temáticas disponíveis						
Condições de higiene						
Condições de segurança						
Estacionamento						
preços						
Atendimento						

#### 8.1. Já visitou anteriormente Santa Maria da Feira?

1 visita anterior.....

2 ou mais visitas.....

Não.....

NR.....

#### 8.2 - Pensa voltar a visitar Santa Maria da Feira?

a) Sim .....

b) Não.....

**9.1 - Recomendaria aos seus amigos uma visita a Santa Maria da Feira?**

a) Sim .....

b) Não.....

**10.1 - Qual foi o grau de satisfação global com a sua visita a Santa Maria da Feira?**

Muito Satisfeito.....

Satisfeito.....

Nem satisfeito / Nem insatisfeito.....

Insatisfeito .....

Muito insatisfeito.....

**11.1 – Na sua opinião, qual é o principal inconveniente do turismo para a Região?**

---

**12.1– Tem alguma sugestão a fazer para estimular o turismo no concelho?**

---

**12.2 Quanto Gastou?**

---

**Muito obrigado pela sua colaboração.**

Pigeiros // Há três anos que Comissão Executiva chumba candidatura da IPSS

## “Padre Osório” revoltada com processo de atribuição de tabernas na Viagem Medieval

O presidente da Direcção da Associação Particular de Solidariedade Social Padre Osório, de Pigeiros, diz-se revoltado com o processo de selecção das associações concelhias para os lugares de tabernas na Viagem Medieval. Horácio Pinto salienta que há três anos que apresenta “candidatura reconhecida como exemplar” e há três que recebe o não da Comissão Executiva da Viagem Medieval. O responsável diz lamentar a forma como a entidade selecciona as associações que podem explorar uma taberna na Viagem Medieval, especialmente, quando está em causa, uma instituição como a que gere, que lida com “grandes dificuldades económicas e cujo trabalho é importante para a população”. David Neves, da Federação das Colectividades de Santa Maria da Feira e responsável pelo processo de selecção das candidaturas, garante que os critérios usados para a atribuição dos lugares são “isentos e rigorosos”. Mas apenas há 23 lugares disponíveis e a concurso tivemos

28 associações”.

Rigor e transparência são adjectivos que Horácio Pinto não relaciona com o processo de selecção das associações para as tabernas disponíveis na Viagem Medieval. O responsável pela “Padre Osório” estranha, mesmo, que ninguém tenha ainda tido coragem de mostrar a sua indignação. “Há três anos que concorremos em parceria com o CCD Pigeirense e nunca fomos contemplados” - diz, confessando, contudo, que manteve a esperança de que, nesta edição, pudesse ser seleccionado e, dessa forma, angariar dinheiro para fazer face aos sérios problemas financeiros que a associação atravessa. “Estamos em risco de fechar as portas. Neste momento, não tenho dinheiro para pagar os subsídios de férias dos funcionários” - diz o responsável. O não redondo da Comissão Executiva da Viagem Medieval caiu como uma bomba na IPSS. “Sabemos que não podemos impugnar a decisão da comissão porque está assente nos critérios estipulados no regulamento, um

deles o currículo, que vale 50 por cento da pontuação, e que não dá qualquer hipótese de argumentar, já que não temos currículo na Viagem Medieval”.

Horácio Pinto acusa a Comissão Executiva de não ser sensível aos problemas das associações, nomeadamente as IPSS que, aliás, no caso da “Padre Osório”, recebeu sempre os elogios pela “boa candidatura apresentada”. “Não sei o que precisam mais. Bem, de mim não precisam de mais nada, porque, enquanto for presidente, jamais a Padre Osório voltará a candidatar-se à Viagem Medieval”.

David Neves, responsável pela secção das associações, lembra que apenas 23 associações do Concelho podem ser seleccionadas, já que é esse o número de tabernas disponíveis. Assegura que os critérios usados são isentos e rigorosos e que as questões financeiras não são consideradas. “Somos sensíveis a isso, mas esse um factor que não pode ser determinante”.

## **Anexo V**

### **Editorial da Administração do Jornal Correio da Feira**

“Durante este período, decorreu a Viagem Medieval. Uma vez mais trouxe à nossa cidade milhares de visitantes. Há que cumprimentar a organização, mas deixar dois alertas vermelhos.

Os atos de todo o tipo de violência deixaram este ano uma marca muito negativa que não pode nem deve continuar a ser ignorada e escondida da análise final do evento. Urge uma profunda reflexão por parte da organização, das forças de segurança e de todos os envolvidos.

O abuso do álcool, em especial na faixa mais jovem dos visitantes, é outro fator negativo. Tem vindo a acentuar-se de ano para ano e é visível a quem visita a Viagem Medieval. Decerto associado ao aumento abusivo da venda de bebidas alcoólicas, mesmo quando disfarçadas com supostos nomes medievais.

Os feirenses mais críticos deste evento lúdico/cultural apelidam a Viagem Medieval de “Feira do Porco ou da Febra”. A prosseguir este caminho em breve será apelidada de Viagem à Bebedeira, ao coma Alcoólico e à Incivilidade.

Como morador do centro histórico tenho de deixar um agradecimento à PSP pelo seu desempenho na manutenção da ordem pública, reconhecendo que não é tarefa fácil, em especial nas horas mais tardias da noite, quando os excessos estão à flor da pele”<sup>54</sup>.

**Jorge de Andrade**  
**(Administração)**

---

<sup>54</sup> Correio da Feira – 2 de setembro de 2013

## Anexo VI

### Exploração medieval<sup>55</sup>

“Encerrou mais uma edição da promovida Viagem Medieval, no concelho de Santa Maria da Feira. Com toda a pompa e circunstância, recebeu-se milhares de pessoas vindas de quase todos os cantos do país e pelos vistos bateu-se o recorde de visitas.

Porém, a fim de se satisfazer as necessidades mais variadas do evento e de se conseguir espremer o máximo de mais-valia (receitas financeiras), todo o comércio direto e indiretamente envolvido sentiu necessidade de pedir/exigir bastante e árduas horas extra aos seus trabalhadores e de reforçar temporariamente a sua mão-de-obra. São pormenores que se abafam com toda a conjuntura festiva e consumista que o evento promove, obviamente que houve horas extra bem remuneradas e trabalhadores temporários que obtiveram um bom auferimento, mas infelizmente, não é negra!

A má prática começa pela maior instituição organizadora da Viagem Medieval, a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira através da Feira Viva e seus agentes, que paga cerca de 1,5€ à hora aos “voluntários”, cujos desempenham funções vitais para o funcionamento do evento. Os ditos voluntários, são na sua maioria jovens estudantes, que aproveitam os trocos para as férias ou para dar uma ajuda mínima nos enormes custos do Ensino Superior (pagar contas, comprar material, entre outros...). Fazendo as contas, um “voluntário” que labute 10 horas por dia, ganha em 10 dias de VM 150€, um valor simplesmente ridículo.

Não é em vão que os “colaboradores” da VM têm o estatuto de voluntário, fuge-se a uma data de obrigações, direitos, liberdades e garantias e obtém-se um bom serviço por um custo baixíssimo.

A organização, ano após ano, refugia-se deste lamentável cenário laboral, com o argumento, de que só é (falso) voluntário quem quer, o que não é verdade, por duas razões: primeiro porque todos os que “têm direito” a bolsa de estudo camarária, são obrigados a fazer voluntariado nos eventos

---

<sup>55</sup> Fabian Figueiredo

culturais/desportivos promovidos pela autarquia e segundo, porque ninguém trabalha por conta de outrem por seu belo prazer, existe sempre uma necessidade por detrás.

Mas se no sector público predominam este tipo de práticas, é facilmente imaginável, o que se sucede em muitos ramos do sector privado, soube através de vários testemunhos - que mantenho anónimos - que na área da restauração, confeitaria, panificação, se pagou 1,5€, 0,75€ (...) à hora a trabalhadores temporários, pessoas, que abdicaram das suas férias ou conjugaram e/ou faltaram ao seu posto de trabalho fixo, e que chegaram ao fim e auferiram 150€ por 10 horas diárias (ou mais) ou 40€ (ou menos) por fim-de-semana. Enquanto estes foram explorados, os patrões na sua maioria ganharam o suficiente para renovar a sua frota automóvel privada, ou ir para as Caraíbas, e ainda ter uma quantidade bastante razoável de euros na sua conta pessoal.

A autoridade local conhece esta realidade, mas não existe vontade, em perturbar o bom funcionamento do ex. libris "cultural" de Santa Maria da Feira, enquanto uns enriquecem, outros são explorados, porque afinal de contas o que importa, é que a Feira Viva seja premiada, não importando a forma inumana como os trabalhadores feirenses, na sua maioria jovens, sejam tratados e limitados no desenvolvimento da sua personalidade.

A Viagem Medieval exagera na caracterização da época, é desumano e bárbaro também se exportar da história a realidade laboral do feudalismo”.

## Anexo VII

### **Viagem Medieval, ou sobre os perigos e desventuras dos amores de verão**<sup>56</sup>

Desde há algum tempo a esta parte, algumas estruturas locais levaram a cabo um processo de sacralização do evento “Viagem Medieval”, verrinando acusações de apostasia a qualquer voz que levante uma objeção crítica de algum tipo. Porque considero que esta postura dogmática presta um péssimo serviço ao município feirense, ao bloquear novas perspectivas ou contributos para um projeto alternativo, julgo oportuno partilhar aqui algumas reflexões relativas à configuração actual desta iniciativa.

1. Sobre o pagamento de uma portagem para aceder ao centro da cidade durante a realização da “Viagem Medieval”. A pretexto do argumento nunca questionado da “autossustentabilidade” da iniciativa, nesta edição, e pela primeira vez, decidiu-se introduzir uma contrapartida para o acesso de visitantes ao centro da cidade da Feira. O valor representa uma despesa substancial no orçamento de uma família com dois filhos ou mais, ou que decida, como acontece amiúde, dirigir-se ao evento num grupo familiar alargado, com os avós, por exemplo, que terá que desembolsar, no primeiro caso, oito euros apenas para passear pela cidade. Do ponto de vista lógico, é um total contrassenso fazer o visitante pagar para aceder a um recinto cuja principal vocação é estimular o consumo: não faz qualquer sentido pagar para visitar tendas de venda de artesanato e bugigangas e para consumir bens alimentares que serão, por sua vez, também eles pagos. Trata-se de uma medida pouco cordial para quem nos visita, e pouco sensata para quem cobra. Mas, o que é pior, trata-se de uma facada nas costas do associativismo concelhio: ao impor um pagamento à cabeça ao visitante, a organização está a tirar às coletividades oportunidades de angariação de verbas, pela simples razão de que oito euros a menos na carteira logo no pórtico da entrada são menos oito euros em sandes ou bebidas. Fica assim gravemente ferido o

---

<sup>56</sup> Escrito por Pedro Almeida, Sábado, 23 julho 2011 00:04

argumento segundo o qual a “Viagem Medieval” cumpria uma função importante no financiamento associativo. Cada vez menos.

2. Começa a ser descaradamente desadequado incluir a “Viagem Medieval” no âmbito da ação cultural do município. Só por tacticismo político se compreende que ainda alguém defenda que se pode considerar este evento uma iniciativa cultural. A “Viagem Medieval” é, hoje, um evento de entretenimento popular. E é importante perceber que isto é uma constatação sem qualquer carga pejorativa: não há, pelo menos da minha parte, nenhuma conotação negativa associada a eventos de entretenimento. Mas é vital que isso seja publicamente reconhecido pelos responsáveis. A consequência de persistir no erro de considerá-la um projeto cultural é ficarmos despojados de um verdadeiro programa cultural para além da “Viagem Medieval”. E isso deve preocupar todos os que querem bem a este concelho.

3. Encaro com muita apreensão as consequências do actual modelo da “Viagem Medieval” para as associações concelhias de carácter cultural. Ao longo das últimas edições, assistiu-se a uma trivialização da prática da figuração, que acaba por funcionar como pretexto para tudo e mais alguma coisa, com trupes de participantes envoltos em andrajos ou usando fantasias de carnaval para poderem afirmar-se ‘participantes’ no evento. Contudo, que fique bem claro: não estou minimamente preocupado com o apelidado “rigor histórico” da coisa. Assusta-me, sim, algo bem mais sério: que os grupos culturais descaracterizem a sua vocação crítica, interventiva, cívica, para se (re)sumirem em cortejos de mascarados. O teatro e a arte dramática desaparecem à vista da figuração fácil. Salvo, é claro, raras exceções – e não posso deixar de referir aqui a excelência da participação dos grupos corais litúrgicos, cujas interpretações de música erudita se revestem de uma mais-valia cultural e artística evidente. Infelizmente, o panorama geral é dominado pela exploração comercial da nulidade: anda-se pela rua a acenar e fazer meneios, e desbarata-se assim a energia e o potencial humano das associações locais, a troco de financiamento fácil. Abre-se mão da dimensão formativa, cultural, artística e intelectual dos grupos recreativos. Estamos a assistir, de ano para ano, a uma atrofia da nossa massa associativa, e ninguém

parece muito preocupado com isso. Entenda-se: não quero dizer, com isto, que só aceito uma concepção restritiva de cultura, e de cultura popular. O que quero dizer é que esta política está a impedir as nossas coletividades de desenvolverem uma dinâmica cultural plena, plural, independente, multidireccionada, livre e atuante”.

## Anexo VIII

### **Bilhetes para feira irritam moradores** <sup>57</sup>

Os moradores do centro da cidade de Santa Maria da Feira estão revoltados por terem de pagar entrada no recinto da Viagem Medieval só para poderem aceder a serviços como os Correios, a Câmara ou o mercado. A organização do evento nega que seja um problema.

Alguns residentes foram apanhados de surpresa, outros já tinham lido informações nos cartazes publicitários da XVI Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, que arrancou na quinta-feira e termina a 12 de agosto. A entrada no recinto é cobrada a partir das 15h00, em vez das 17h00, como no ano anterior. O problema que os populares apontam é que, como os serviços só fecham às 18h00, têm de alterar a sua rotina para não pagar os 2 euros de bilhete.

"Trabalho no Porto e moro na rua de uma das entradas do recinto. Tinha de levantar umas coisas no posto dos Correios, mas quando ia para lá pediram--me o bilhete. Disse que sou moradora, mas mandaram-me pagar na mesma ou ir a outros correios. Recusei", explicou Teresa Correia. "Não vou pagar dois euros ou procurar outras freguesias para utilizar determinados serviços", diz Maria Oliveira, assistente administrativa.

"Pode ter havido alguma situação com algum morador, mas quem está no póstico tem instruções para deixar passar os moradores", diz Paulo Sérgio Pais, administrador executivo da empresa municipal Feira Viva

---

<sup>57</sup> Correio da Manhã 5 de agosto

## Anexo IX

### **Esfaqueado em batalha campal<sup>58</sup>**

A primeira noite da Viagem Medieval de Santa Maria da Feira ficou marcada por violentos confrontos entre grupos de jovens, que duraram quase uma hora e terminaram com um dos envolvidos esfaqueados nas costas. 'Xavi', de 20 anos, foi atingido por três golpes, um dos quais lhe atingiu um pulmão. Teve de ser operado.

Xavi' foi levado para o hospital local em estado grave, onde ficou internado. "Parecia uma batalha campal. Dezenas de pessoas tiveram de fugir e os bares fecharam as portas. Até uma tenda de artesanato foi parcialmente destruída", contou ao CM uma testemunha. O jovem que esfaqueou fugiu com a ajuda dos amigos.

Os confrontos começaram na zona do Rossio, cerca da 01h00, por motivos não apurados. Inicialmente eram apenas dois os envolvidos. A pancadaria alastrou-se aos amigos e continuou pela rua fora até à Câmara Municipal, altura em que a PSP interveio. "Dois deles caíram em cima da tenda e eu fechei logo tudo e fugi dali para fora", conta o artesão Raul André.

Quando tudo parecia serenar um dos envolvidos terá provocado 'Xavi'. O jovem, residente na Freguesia de Romariz, reagiu e acabou atacado pelo agressor que, armado com uma navalha, lhe desferiu três golpes nas costas. "O 'Xavi' ficou logo ali a esvair-se em sangue até à chegada dos bombeiros", diz uma testemunha. A PSP foi chamada.

---

<sup>58</sup> 04 de agosto, 01h00 - Por: Francisco Manuel