



G

TRUNFOS DE UMA  
**EOGRAFIA ACTIVA**

DESENVOLVIMENTO LOCAL,  
AMBIENTE,  
ORDENAMENTO  
E TECNOLOGIA

**Norberto Santos**  
**Lúcio Cunha**

COORDENAÇÃO

Nuno Azevedo

*CEGOT. Bolseiro de Doutoramento da FCT (SFRH/BD/27717/2006).*

## O DESPERTAR DO “PAÍS SONOLENTO”: CONTRIBUTO DAS FEIRAS DE PRODUTOS LOCAIS PARA UM NOVO PROJECTO DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

### 1. UM PAÍS SONOLENTO EM PROCESSO DE MUDANÇA

As importantes transformações ocorridas no território nacional na segunda metade do século XX, e em particular no mundo rural do interior, foram tão intensas que se questionou a continuidade/desaparecimento do mundo rural (FIGUEIREDO, 1994). Porém, no final do séc. XX confirmou-se uma maior complexidade através de um país moderno e organizado mediante uma rede urbana, onde se afiguram pequenas e médias aglomerações por todo o País, ao lado da faixa urbana litoral e das áreas metropolitanas, sendo as imagens da dicotomia litoral/interior e oposição cidade/campo simplistas, não sendo uniforme a diversidade sociodemográfica, com contextos socioterritoriais diversificados, construindo-se um território diferenciado e socialmente mais heterogéneo (MARQUES, 2004). Tal complexidade levou FERRÃO (2003) a distinguir «o país sob alta pressão», «o país tranquilo» e «o país sonolento». O «país sonolento» coincide com o interior predominantemente rural, que se encontra num círculo vicioso de subdesenvolvimento difícil de romper: repulsão demográfica, despovoamento, envelhecimento, estabilização ou mesmo degradação do capital humano. O autor recomenda que se deve evitar a leitura dicotómica de oposição entre o litoral moderno e desenvolvido e o interior tradicional e subdesenvolvido, sendo a realidade bem mais complexa.

Nos territórios de baixa densidade, vistos como regressivos, sonolentos e repulsivos, tem-se vindo a dinamizar processos de mudança, levando a crer que os territórios estão a acordar ou pelo menos a despertar. De facto, as transformações recentes nestas regiões levou a que a conquista do espaço rural para utilizações urbanas suscitasse um maior dinamismo e procura destes territórios (BAPTISTA, 2009). As mudanças têm provocado a diversificação dos espaços rurais, com a assunção do espaço multifuncional do campo (CAVACO, 2009). A aposta no turismo aliado à valorização da qualidade local é um caminho a seguir para a valorização. CRISTÓVÃO (1998) refere que é essencial atender ao público interessado, com oferta adequada às suas preferências, desenvolvendo a função residencial de fim-de-semana e férias, oferecendo produtos de qualidade, com originalidade e especificidade.

De facto, «o campo corporiza, actualmente, uma boa parte dos míticos lugares de (re)encontro, sendo procurado pela busca de identidade e de reconciliação, até mesmo

descoberta, pela sua diversidade territorial e estética que se consubstancia e faz sentido enquanto natureza transformada, repositório de um vasto património material e imaterial legado por sucessivas civilizações e modos de vida» (MARQUES, 2008: 1). Entre as alterações mais visíveis, as feiras de produtos locais estão a contribuir para a criação de uma nova inteligência colectiva, divulgando produções, costumes e dialectos, originando o despertar dos territórios e das identidades (re)descobertas e requalificadas. Funcionando como manifestação da cultura popular, de promoção e divulgação do artesanato, gastronomia, folclore e produtos locais de qualidade, redescobre-se e reconstróem-se os recursos locais, através da mobilização colectiva. São de certa forma uma montra dos municípios e da região, procurando a valorização dos lugares, das gentes e das produções, criando novos alicerces para um novo projecto de desenvolvimento territorial.

Com as feiras locais revaloriza-se o rural (enquanto memória, património e paisagem), através de uma alavancagem a partir das autarquias. Neste âmbito, é necessário aproveitar os recursos do território, apostar na identidade local e na identificação do consumidor com o lugar (os visitantes procuram uma imagem, uma representação rural, não significando que não estejam a ser reconstruídas as imagens e representações). Assim, a identidade tem-se tornado um pilar da (re)afirmação de certas regiões, retomando-se e valorizando-se as tradições económicas e culturais, recorrendo a estes eventos temáticos como âncoras de desenvolvimento.

## 2. FEIRAS DE PRODUTOS LOCAIS EM TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

Trás-os-Montes caracteriza-se pela ruralidade, tradicionalismo dos campos, pelas montanhas, pela gastronomia regional e artesanato. As feiras realizam-se durante todo o ano, reflexo das actividades agrárias, sendo eventos de cariz económico e lúdico que traduzem o ritmo da natureza e de outras celebrações, promovendo momentos de encontro e visitação em torno do mercado de produtos de qualidade que, na maioria dos casos, dão o nome às feiras temáticas. Através do levantamento efectuado junto das câmaras municipais é possível verificar a importância atribuída pelos municípios a estes eventos. Nos 34 concelhos realizam-se, pelo menos, 66 feiras anuais (Quadro 1), média de cerca de 2 feiras por município, existindo um evento em todos os municípios: vinho, no Douro Vinhateiro; amendoira em flor no Douro Superior; fumeiro, na Terra Fria e Alto Tâmega; castanha na Terra Fria, Alto Tâmega e Douro Sul; maçã e cereja no Douro Sul e Terra Quente; oliveira e azeite na Terra Quente; artesanato, caça, turismo, cabrito e vitela um pouco por toda a região. Salienta-se a existência de eventos todo o ano, embora mais concentrados no 1º, 2º e 3º trimestres (17 a 19 eventos) que no 4º (11). Apenas Valpaços realiza feiras em todos os trimestres, Miranda do Douro e Torre de Moncorvo têm eventos em 3 trimestres. Em 17 municípios estão concentrados em 1 trimestre e em 14 municípios em 2 trimestres.

Uma das considerações prende-se com a atenção dada pelos «media» a estas iniciativas, os quais assumem um papel preponderante na divulgação, fundamental para o sucesso e rentabilização: pense-se em quantos turistas ou investidores atraem as vulgares feiras semanais/mensais, em comparação com os cerca de 70.000 visitantes da Feira do Folar de Valpaços ou dos 80.000 visitantes da Feira do Fumeiro de Vinhais.

Quadro 1 – Feiras realizadas por município

Município	Feiras realizadas
Alfândega da Fé	Feira da Cereja e dos Produtos Locais/Biológicos
Alijó	REVIDOURO; Feira dos Vinhos e Sabores do Pinhão
Armamar	Feira das Actividades Económicas
Boticas	Feira do Porco; Feira do Mel de Barroso e da Carne Barrosã
Bragança	Feira das Cantarinhas e Artesanato; Feira de Artesanato e Produtos Regionais de Parada; Feira do Folar de Izeda.
C. de Ansiães	Feira da Maçã, do Vinho e do Azeite
Chaves	Sabores e Saberes de Chaves
Freixo E. à Cinta	Quinzena das Amendoeiras em Flor; Festa das Sopas e Merendas
Lamego	EXPODOURO; Festa do Vinho e Produtos Regionais.
M. de Cavaleiros	Feira da Caça e do Turismo; Rural Arcas – Feira dos Produtos da Terra; Entrudo Chocaleiro de Podence; Feira do Azeite e da Caça de Chacim.
Mesão Frio	Feira de Santo André.
Miranda do Douro	Festival de Sabores Mirandeses; Famidouro; Feira Arribas em Flor (Sendim)
Mirandela	Festival de Sabores do Azeite Novo; Feira da Alheira
Mogadouro	Amendoeiras em Flor; Produtos da Terra de Bemposta; Feira dos Gorazes.
Moimenta da Beira	Festa da Maçã.
Montalegre	Feira do Fumeiro e Presunto do Barroso; Feira da Vitela do Barroso.
Murça	Feira do Azeite, do Vinho e Produtos Regionais.
Peso da Régua	Festa do Vinho e Produtos Regionais; Festa das Vindimas do Douro.
Penedono	Feira Medieval de Penedono.
Ribeira de Pena	Feira do Linho, Festa do Maronês e Sabores das Terras de Pena.
Sabrosa	Feira Medieval.
S. João Pesqueira	Festa dos Saberes e Sabores do Douro; VINDOURO.
Sernancelhe	Festa da Castanha.
S. Marta Penaguião	Semana Cultural de Santa Marta de Penaguião.
Tabuaço	Encontro Saberes e Odores (Granja do Têdo); Feira da Vindima de Barcos
Tarouca	Feira das Profissões.
Torre de Moncorvo	Amendoeiras em Flor; Feira dos Produtos da Terra; Feira da Cereja; Mostra de Vinhos, Amêndoa e Stocks.
Valpaços	Feira do Fumeiro (São João da Corveira); Feira do Folar; Salão de vinho de Trás-os-Montes; Feira da Castanha em Carrzedo de Montenegro.
Vila Flor	Feira Gastronomia, Artesanato e Produtos Regionais (Freixiel); Feira Produtos e Sabores.
Vila Nova Foz Côa	Quinzena das Amendoeiras em Flor (inclui Feira Franca da Amendoeira).
Vila P. de Aguiar	Feira do Granito; Feira do Mel e do Artesanato (Pedras Salgadas); Feira da Castanha, Cabrito, Carne Maronesa e Cogumelos; Feira das Cebolas.
Vila Real	Festa do Vinho e Produtos Regionais; Feira de Artesanato e Gastronomia.
Vimioso	Festival Sons e Ruralidades; Feira das Artes, Ofícios e Sabores.
Vinhais	Feira do Fumeiro; Feira de Produtos da Terra, Mostra de Artesanato e Encontro Venatório de Agrochão; Feira da Castanha.

Na abertura da Feira da Caça e do Turismo, o presidente da Câmara Municipal de Macedo de Cavaleiros, Berardino Pinto, referia que os produtos se vendem porque são bons, na matéria-prima, na sua confecção e apresentação. O serem bons é o segredo do

êxito, pois o cliente que fica satisfeito repete a compra, torna-se habitual na feira e na terra. Manter ou melhorar a qualidade é algo que os comerciantes locais sabem que é essencial para se continuar a realizar a feira, dado que o público é cada vez mais exigente, e ainda bem, porque assim se vai ao encontro do que é fundamental: melhorar, para acompanhar o progresso. E aproveitando a exploração dos recursos endógenos tem resultado desenvolvimento, que atenua a perda de população, decorrente do êxodo rural, e o envelhecimento, causado pela constante (e) migração dos jovens de sucessivas gerações.

A organização é assumida pelos municípios, mas têm colaboração das gentes e actores locais e do associativismo não económico, realizando-se em infra-estruturas existentes nos municípios, como pavilhões desportivos, parques de exposições, sendo, por vezes, criadas estruturas amovíveis cobertas. A face mais visível é o mercado de bens do sector primário e seus transformados, vendendo-se parte de algumas produções anuais. Mas porque razão, os visitantes vêm de tão longe? Na última Feira da Caça e do Turismo, o presidente da Câmara, acabou por dar a resposta ou parte da resposta: os produtos são bons e as pessoas ficam satisfeitas.

Quanto ao direito a expor nas feiras temáticas, talvez para compensar os feirantes, pela fixação de limites de preços em alguns certames e devido ao facto da produção e venda ser sazonal, o comum, ou prática em alguns eventos, é a existência de um convite, podendo, por exemplo, os participantes da feira do Fumeiro de Vinhais reservar o seu espaço para o ano seguinte. Mas para estar presente neste tipo de eventos também é necessário, em alguns casos, como na feira do Fumeiro de Montalegre, cumprir as regras e requisitos estabelecidos. O aumento do volume de feiras, contribuiu para o aumento do número de produtores e da produção do fumeiro cada vez mais exportado a nível interregional e internacional, atraindo turistas de todo o país, milhares de espanhóis, mas também turistas do Centro e Norte da Europa. Relativamente ao número de visitantes do conjunto das feiras temáticas, muito facilmente é possível que duplique o da população da região, superior a 450.000 pessoas, a avaliar pela amostra (Quadro 2). As feiras do fumeiro têm organizações muito profissionalizadas: em Vinhais, Montalegre e Boticas, a estratégia de comunicação é concebida e monitorizada por agências de publicidade, atingindo-se de forma continuada entre 50 a 100 mil visitantes por feira.

Quadro 2 – Alguns números de feiras temáticas

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

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

Fonte: Câmaras Municipais

É importante salientar as externalidades criadas por estes eventos que se revertem em receitas indirectas, não só criando riqueza, como oportunidades de negócios. Em Montalegre, estimam-se cerca de 5 milhões de euros, não apenas receitas provenientes directamente da feira, pois também a hotelaria e a restauração ficam totalmente ocupados, levando os turistas a consumir, tendo sido referido pelos autarcas locais que em pouco tempo abriram no concelho cerca de vinte salas de restauração, com melhores condições de espaço e decoração. Da mesma forma, em Vinhais, e de acordo com o presidente da Câmara, só as actividades ligadas ao fumeiro criam receitas avaliadas em meio milhão de euros, aumentando sequencialmente, ao longo do ano, o turismo gastronómico e do património. A pecuária associada ao aumento no número de porcas reprodutoras (de 111 porcas reprodutoras inscritas em 1995 para 634 porcas em 2001) e o aumento na quantidade de produção do fumeiro estão associados à subsistência das populações.

Estas iniciativas procuram também uma valorização dos produtos biológicos. A cereja e oleaginosas, a azeitona e o azeite, a vinha e o vinho, as carnes e os leites, o mel e os cosméticos, etc, produzidos em modo biológico, têm vindo a assumir um papel crescente, embora parte dos produtores ainda vendam os seus produtos nos circuitos da agricultura intensiva. Verifica-se também um crescente aumento dos expositores denominados “gourmet”. Os visitantes forasteiros reconhecem e apreciam as identidades territoriais exibidas, contribuindo para a divulgação e valorização, permitindo aos produtores locais o escoamento dos produtos, gerando volumosas receitas directas. Além dessas, as feiras criam externalidades (receitas entradas nos estabelecimentos locais, acordos comerciais, desejo de voltar aos territórios) e estimulam as actividades agrárias, algumas indústrias, o turismo, o comércio e os transportes (excursões). Ao incluírem debates, as feiras têm promovido a troca de saberes, muitas vezes entre o urbano/metropolitano e o rural, sendo também instrumentos de promoção do desenvolvimento sustentável.

### 3. A FEIRA DO FUMEIRO DE VINHAIS E A FEIRA DA CAÇA E DO TURISMO DE MACEDO DE CAVALEIROS

Centrado nas feiras de produtos locais de Trás-os-Montes e Alto Douro, foram realizados inquéritos aos visitantes e expositores de 2 destas feiras: Feira do Fumeiro de Vinhais e Feira da Caça e Turismo de Macedo de Cavaleiros. Através dos inquéritos aos visitantes e expositores procura-se avaliar o significado destes eventos na dinamização das actividades locais e na manutenção da população, avaliar a sua visibilidade nos territórios urbanos e a capacidade de atracção de visitantes de fora da região/país, bem como avaliar os seus impactos. Antes de proceder à apresentação dos resultados apresentamos uma descrição de cada um dos eventos.

A feira do Fumeiro de Vinhais realiza-se desde 1981, no segundo fim-de-semana de Fevereiro, com organização da Câmara Municipal e da Associação Nacional de Criadores de Suínos de Raça Bísara. Normalmente tem a duração de quatro dias, com um vasto programa de actividades, exposições, concursos e espectáculos. Mais que uma feira é já a maior festividade do concelho. No último certame, cerca de 80.000 pessoas de todo o país e estrangeiro visitaram a feira (o número de visitantes foi semelhante ao ano anterior, e não superior, devido à queda de neve ocorrida nesse fim-de-semana). Na feira estiveram presentes 130 produtores de fumeiro (20 cozinhas regionais, 5 indústrias e produtores

individuais), procurando apresentar um fumeiro de qualidade, confeccionado a partir de porcos autóctones de raça Bísara da região, tendo sido vendidos 550 porcos, estimando-se num volume de negócios de venda de fumeiro a rondar os 550 mil euros, tendo-se escoado a generalidade do fumeiro. O escoamento do fumeiro de alguns expositores faz-se sentir logo no início da feira devido às encomendas do ano anterior e à forte procura no primeiro dia, sendo mais procurados os expositores já conhecidos. Os números, na óptica do edil local, comprovam a importância da feira, que além de ser conhecida, marca a agenda de um elevado número de espanhóis e visitantes de fora, que descobriram Vinhais e agora vêm em grande número.

Para além do fumeiro, os expositores também comercializam outros produtos locais (de pão a produtos hortícolas). Também nas tasquinhas no recinto da feira confeccionam-se pratos de fumeiro, tal como nos restaurantes oficiais, bem como outros pratos típicos. Do programa constou ainda o artesanato, com privilégio a artesãos com trabalhos ao vivo e que residem no concelho, tendo dezenas de artesãos estado presentes mas, segundo o edil local, outros tantos aguardam para estar presentes, tal como acontece nos vários sectores presentes, tendo a última edição apresentado a maior procura por parte de expositores. O espaço Gourmet foi uma novidade da última edição com 40 expositores, sendo considerado uma aposta ganha, com os presentes a garantir presença para o próximo ano. A Eng. Carla Alves da organização considera que com o título de Vinhais Capital do Fumeiro, o concelho aumenta anualmente o volume de visitantes, de fumeiro vendido e de negócios em geral, melhorando gradualmente o certame, com maior profissionalismo e rigor no controlo e certificação de todo o fumeiro, garantindo aos consumidores a genuidade e autenticidade destes produtos.

A Feira da Caça e do Turismo de Macedo de Cavaleiros realizou-se no último fim-de-semana de Janeiro, organizada pela Câmara Municipal e pela Federação das Associações da 1ª Região Cinegética. O certame foi inaugurado pelo Secretário de Estado do Turismo que salientou a importância destas iniciativas para o interior, fundamental para valorizar os produtos locais e promover o turismo. A organização pretende converter o concelho, não apenas numa referência na área cinegética, mas num destino turístico, onde sobressaia a paisagem e o património, aliados à qualidade dos produtos, da gastronomia e do saber receber das suas gentes. O Presidente da Federação de Caçadores da 1ª Região Cinegética salientou que caça e turismo são duas actividades com grande peso e potencialidades na economia local e regional.

Para além de actividades de caça e lazer (montarias, Copa Ibérica de Caça com Falcões, Raid Turístico, Prova de Santo Humberto, Prémio Galaico-Português, Troféu Ibérico de Tiro com Arco e Corrida de Galgos), no Parque Municipal de Exposições, a feira tinha cerca de 6.000m<sup>2</sup> de área coberta, com produtos regionais e gastronómicos, diversas associações culturais e organizações locais a divulgarem os produtos e locais do concelho, operadores de turismo rural, artesãos, cooperativas agrícolas, produtores de vinho, queijo, doçarias, fumeiro e comerciantes de produtos para caça e pesca. Refira-se ainda a realização de um seminário sobre “Apoios Financeiros no Sector da Caça e do Turismo” e a apresentação da antologia “Páginas de Caça na Literatura de Trás-os-Montes”, de Pires Cabral.

Durante os quatro dias do evento mais de 20 mil pessoas passaram pelo recinto da Feira, entre os quais se contaram muitos caçadores e participantes nas actividades. Os visitantes lotaram a oferta hoteleira do concelho, tendo alguns ficado instalados em municípios vizinhos. O presidente da Câmara Municipal, no discurso de abertura, referiu que

juntar a caça e o turismo é uma oportunidade para valorizar os dois sectores, aproveitando o que têm em comum, valorização que tem de ser sustentável, sendo importante que o turismo e a caça permitam gerar rendimentos às famílias. Foi ainda salientado que a feira é necessária para mostrar a riqueza e identidade cultural, sendo essencial realizar ao longo de todo o ano um leque de actividades que permitam atrair pessoas, aumentando as alternativas e opções para quem visita a região, tornando-a num destino turístico ao longo de todo o ano, fortalecendo a economia, criando riqueza e empregos.

### 3.1. Alguns números dos visitantes das feiras

No inquérito aos visitantes foram abordados os seguintes aspectos: idade; escolaridade; profissão; freguesia e concelho de residência; número de feiras de produtos locais visitadas durante o ano; concelhos onde normalmente visita estas feiras; porque visita este tipo de feiras; que importância atribui a estes eventos e de que forma poderão ser importantes para a região. No conjunto das duas feiras foram realizados 428 inquéritos aos visitantes. No Quadro 3 apresentam-se alguns dados resultantes dos inquéritos realizados.

Quadro 3 – Dados dos inquéritos realizados aos visitantes das feiras

Questão	Dados relevantes
Idade	A média de idades dos visitantes varia entre 44 anos (Feira da Caça e Turismo) e 46 anos (Feira do Fumeiro), evidenciando-se o grupo etário entre 40 e 64 anos (52,8% dos visitantes).
Escolaridade	Evidencia-se o peso dos visitantes com ensino superior (33,6%), contudo existe uma diferença entre as 2 feiras: 38,8% na Feira do Fumeiro e 28,8% na Feira da Caça e Turismo.
Profissão	Os comerciantes/empresários representam 16,6% dos visitantes das duas feiras (17,8% na Feira da Caça e Turismo e 15,3% na Feira do Fumeiro), realçando-se ainda o peso dos reformados na Feira do Fumeiro (12,9%).
Residência	A maioria dos visitantes vem de fora da região (34,8%), valor mais elevado na Feira do Fumeiro (40,7%), enquanto 3,3% dos visitantes são estrangeiros. Os visitantes do concelho representam 32,9% (40,2% na Feira da Caça e Turismo e 25,4% na Feira do Fumeiro), enquanto 29% são provenientes de outros concelhos transmontanos (27,4% e 30,6%, respectivamente).
Quantas feiras visita	A maioria dos visitantes (61,7%) visita entre 2 a 4 feiras por ano (58,4% dos visitantes da Feira da Caça e Turismo e 65,1% da Feira do Fumeiro).
Concelhos visita estas feiras	50% dos visitantes apenas frequenta feiras realizadas na região (47,5% na Feira da Caça e Turismo e 52,6% dos visitantes da Feira do Fumeiro).
Porque visita este tipo de feiras	60,5% referem os produtos locais e tradicionais e o artesanato como motivo (36,5% na Feira da Caça e Turismo e 85,6% na Feira do Fumeiro); 50,2% o gosto, interesse, convívio e a curiosidade (57,1% e 43,1%, respectivamente); 44,9% o turismo, a caça e provas de caça ou turismo, lazer e passeio (40,2% e 49,8%, respectivamente); 19,4% referem os familiares e amigos, a identificação com local e região e a cultura tradicional (13,7% e 25,4%, respectivamente).



Que importância atribui a estas feiras	61,9% referem a preservação, divulgação e valorização produtos locais e mostra de tradições e cultura local (59,8% na Feira da Caça e Turismo e 64,1% na Feira do Fumeiro); 48,8% a divulgação, dinamização e desenvolvimento do concelho e da região (42% e 56%, respectivamente); 35% a atracção de visitantes e promoção e valorização do turismo (36,1% e 34%, respectivamente); 11% referem o convívio e as novidades apresentadas (15,5% e 6,2%, respectivamente).
--	--

### 3.2. Alguns números dos expositores

No inquérito aos expositores foram abordados os seguintes aspectos: idade; escolaridade; profissão; concelho de residência; em quantas feiras de produtos locais expõe; em que concelhos expõe; produtos expostos; % de vendas em feiras; importância no rendimento anual; porque visita este tipo de feiras; mais-valias de venda em feiras; que importância atribui a estes eventos. Nas duas feiras foram realizados 130 inquéritos aos expositores. No Quadro 4 apresentam-se alguns dados dos inquéritos realizados aos expositores.

Quadro 4 – Dados dos inquéritos realizados aos expositores das feiras

Questão	Valores relevantes
Idade	Evidencia-se o grupo etário entre 40 e 64 anos (49,2%), sendo 42 anos a média de idades dos expositores da Feira da Caça e Turismo e 49 anos nos expositores da Feira do Fumeiro.
Escolaridade	39,2% tem escolaridade até ao 1º ciclo (39,2%), sendo 14,3% na Feira da Caça e Turismo e 46,1% dos expositores da Feira do Fumeiro.
Profissão	27,7% tem como profissão agricultor ou doméstica; 23,1% dos expositores tem como profissão artesão / marceneiro / escultor; 16,9% tem por profissão comerciante / empresário.
Residência	50,8% dos expositores residem no concelho, sendo 22,3% exteriores à região.
Quantas feiras expõe	33,8% visita 5 ou mais eventos do género por ano; 27,7% frequenta apenas 1 feira por ano e 26,2% entre 2 e 4 feiras.
Em que em concelhos expõe	50% expõe apenas no concelho; 33,8% em feiras de todo o país; 9,2% em feiras da região de Trás-os-Montes e 6,9% também no estrangeiro.
Que produtos expõe	48,5% expõe produtos regionais e de <i>gourmet</i> (fumeiro, vinho, azeite, licor), enquanto 37,7% expõem artesanato e 10% apenas pretendem a divulgação.
% de vendas e rendimentos em feiras	As vendas nas feiras representam entre 50-74% das vendas para 26,9% dos expositores; Para 55,4% dos expositores a venda em feiras de produtos locais representa menos de 25% do seu rendimento anual.
Porque frequenta este tipo de feiras	46,9% referem a necessidade de vender os produtos e obter rendimentos; 45,4% a divulgação, promoção e obtenção de contactos; 30% o gosto, lazer e convívio; 22,3% a tradição e ser feira do concelho.
Já teve mais-valias com a presença nas feiras	71,6% dos expositores considera que já teve mais valias para a sua actividade resultantes da presença nestas feiras, para além das vendas efectuadas durante a feira, enquanto 12,7% refere que não teve mais-valias e 17,7% não dos expositores inquiridos não respondeu.

Que importância atribui a estas feiras	66,2% referem a preservação, divulgação, valorização e venda dos produtos locais (obtenção de rendimento); 63,1% a divulgação, dinamização e desenvolvimento do concelho e da região; 30,8% a atracção de visitantes e a promoção e valorização do turismo.
--	---

#### 4. CONCLUSÃO

As feiras temáticas, numa região como esta, são instrumentos através dos quais a identidade se revela um recurso para o desenvolvimento dos territórios, recurso cada vez mais reconhecido, atractivo e, por isso, contribui para despertar o interesse das populações urbanas de outras regiões por este território de baixa densidade do interior.

Podemos considerar que contribuem para despertar o interesse das populações urbanas de outras regiões por esta região, contribuindo para a alteração das dinâmicas dos territórios, aumentando a atractividade externa e alterando-se o relacionamento urbano – rural. Por fim, refira-se que estas feiras são um instrumento de revitalização/modernização da economia rural, contribuindo para sustentar o processo de esvaziamento demográfico.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baptista, F. O. 2009, “Territórios de baixa densidade: olhares prospectivos”, in *Os territórios de baixa densidade em tempos de Mudança*, Eds O. Baptista, R. Jacinto e T. Mendes, Câmara Municipal de Proença a Nova, Centro de Ciência Viva da Floresta, pp.7-8.
- Cavaco, C. 2009, “Os espaços rurais como espaços de vida: mobilidades residenciais e novas formas de habitar”, in *Os territórios de baixa densidade em tempos de Mudança*, Eds O. Baptista, R. Jacinto e T. Mendes, Câmara Municipal de Proença a Nova, Centro de Ciência Viva da Floresta, pp.39-72.
- Cristóvão, A. 1998, “Em Busca da Esmeralda Perdida? Reflexão sobre o Mundo Rural Português”. *Seminário Mundo Rural e Agricultura*, Vila Real.
- Ferrão, J. 2003, “Dinâmicas Territoriais e Trajectórias de Desenvolvimento: Portugal 1991-2001”, *Revista de Estudos Demográficos*, INE, n. 34, pp. 17-25.
- Figueiredo, E. 1994, “O Espaço Rural em Questão – Contributo para uma Reflexão em Torno do Conceito de Ruralidade”, *Rurália*, n. 3, pp. 23-31.
- Marques, H. 2008, “Porquê (e razões para) a mitificação do campo”, *VII Colóquio Ibérico Estudos Rurais: Cultura, Inovação e Território*, Coimbra.
- Marques, T. S. 2004, *Portugal na Transição do Século. Retratos e dinâmicas territoriais*, Afrontamento, Porto.