



Perceção e Realidade dos Impactos do Caminho Português Interior a Santiago na atividade comercial da cidade de Chaves: Análise sobre parâmetros da economia, a interação, a identidade local e as políticas públicas<sup>1</sup>

Perception and reality of the impact of the Portuguese Way on commercial activity in the city of Chaves: economy, interaction, local identity and public policy

Deolinda Gonçalves de Freitas  
Galabra – UMinho  
[deolinda.freitas6@gmail.com](mailto:deolinda.freitas6@gmail.com)

Carlos Pazos-Justo  
Galabra – UMinho  
Centro de Estudos Humanísticos  
[carlospazos@ilch.uminho.pt](mailto:carlospazos@ilch.uminho.pt)

Roberto Samartim  
Grupo de Estudos Territoriais – UdC  
Rede Galabra (USC e UMinho)  
[roberto.samartin@udc.gal](mailto:roberto.samartin@udc.gal)  
<http://orcid.org/0000-0001-8704-2235>

Recibido/Received: 15-09-2020  
Aceptado/Accepted: 23-10-2020

## RESUMO

Este trabalho analisa os impactos no comércio local de Chaves do Caminho Português Interior a Santiago (CPIS). Com base no questionário elaborado ao efeito e passado a um conjunto representativo de comerciantes do setor da hotelaria e restauração com sede nas freguesias urbanas desta cidade portuguesa atravessadas pelo CPIS, foram focados os âmbitos, frequências e línguas de interação entre pessoas peregrinas e comerciantes locais; a demanda e a procura de serviços; a perceção das políticas de promoção, acolhimento e aproveitamento promovidas desde as instituições públicas portuguesas; e a posição atribuída por esta população ao Caminho na identidade da cidade.

Os dados apontam para a unanimidade no entendimento dos benefícios do Caminho para o comércio local, ao tempo que se verifica o desfasamento entre o impacto real na economia de Chaves da passagem das pessoas peregrinas e aquele sentido pelos agentes vinculados ao setor comercial da cidade. Igualmente, verifica-se uma escassa interação entre comerciantes e pessoas peregrinas (veiculada esta, de regra, em português) traduzindo-se isto num impacto quase nulo no quotidiano do comércio local, facto que exclui a hipótese da gentrificação comercial para a tipologia de negócio analisado. Por último, demonstra-se ainda a irrelevância do CPIS na

---

<sup>1</sup> O presente artigo filia-se no projeto de pesquisa “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameaças para o bem-estar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela” (Ref: FFI2017-88196-R), parcialmente subsidiado pelo Ministerio de Industria, Economía y Competitividad do Governo da Espanha no quadro do Programa Estatal de I+D+I Orientada a los Retos de la Sociedad (2018-2021).

identidade da comunidade local, em contraste com o peso atribuído ao legado romano, apesar de ser o caminho português a Santiago assunto presente no debate relativo à construção de políticas públicas autárquicas.

*Palavras-chave:* Caminhos de Santiago; trabalho por questionário; comércio; identidade local; políticas públicas

## ABSTRACT

This paper analyses the impact of the Portuguese Way (Caminho Português Interior a Santiago – CPIS) on local businesses in the city of Chaves. A questionnaire on the subject was created and distributed to a representative group of hotel and restaurant traders in areas of Chaves along the route. Respondents were surveyed on four parameters: the context, frequency and languages of interaction between pilgrims and local traders; the availability of and demand for services; traders' perception of the promotion, reception and capitalisation policies promoted by local and state institutions; and the perceived importance of the route for the city's identity.

The results reveal a unanimously positive response regarding the beneficial effects of the pilgrimage on local business, despite data to the contrary regarding the real impact on of the presence of pilgrims on the city's economy. The data show limited interaction between traders and pilgrims (usually in Portuguese), resulting in virtually zero day-to-day impact on local businesses. Finally, in contrast to the importance attributed to the city's Roman heritage, the study showed no effect of the Portuguese Way on the identity of the local community, despite its prominence in debates round local government policy planning.

*Key words:* Santiago pilgrimage; questionnaire; local businesses; local identity; government policy

## CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Gonçalves de Freitas, Deolinda; Pazos-Justo, Carlos; Samartim, Roberto (2021): Perceção e Realidade dos Impactos do Caminho Português Interior a Santiago na atividade comercial da cidade de Chaves: Análise sobre parâmetros da economia, a interação, a identidade local e as políticas públicas. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 15(1): 59-77 <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.7029>

## I. APRESENTAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO

Este trabalho filia-se ao projeto de investigação que, sobre os impactos dos caminhos a Santiago na comunidade local compostelana, está a desenvolver desde o ano 2011 uma equipa pertencente à Rede Galabra<sup>2</sup>. No concreto, neste trabalho partimos do mesmo quadro teórico-metodológico geral e dimensionamos procedimentos e métodos às características, recursos e natureza de uma pesquisa iniciada em Freitas (2018) e destinada a analisar a perceção que comerciantes da cidade portuguesa de Chaves declaram em relação com os impactos do Caminho Português Interior a Santiago (doravante CPIS) nessa comunidade<sup>3</sup>, quer nas suas próprias

<sup>2</sup> A informação sobre o projeto em que se insere este contributo e sobre a equipa interuniversitária e interdisciplinar que o sustenta pode ser consultada em <https://redegalabra.org/impactos-caminho-comunidade-local-santiago-compostela/>.

<sup>3</sup> Chaves é a segunda maior cidade do distrito de Vila Real, situada no extremo norte de Portugal, em Trás-os-Montes, a 12 Km da fronteira com a Galiza. A cidade selecionada é sede de um concelho que se estende por 591,32 km<sup>2</sup>, repartido por 39 freguesias. Segundo os últimos censos acessíveis, de 2011, a população residente estima-se em 41.281 habitantes (47,8 % homens e 52 % mulheres), detetando-se uma tendência de decréscimo tanto da população residente (de 43.563

atividades e negócios de hotelaria e restauração quer na identidade local e nas políticas públicas relativas ao acolhimento de pessoas peregrinas ou à promoção do CPIS<sup>4</sup>. Num segundo plano, foi também objeto de reflexão a perceção dos comerciantes em relação aos processos denominados de *gentificação comercial* (Cerqueira 2014; Alves 2017; ou Rodríguez-Barcón 2020).

Para selecionarmos a nossa amostra, de entre os diferentes agentes locais de Chaves cujos discursos e práticas permitiriam conhecer os impactos da passagem do CPIS pela cidade (representantes institucionais, pessoas peregrinas, comerciantes ou população geral, entre outros), escolhemos centrar a pesquisa no setor do comércio em base aos vários contributos académicos que os definem como informantes privilegiados na hora de medir os impactos dos Caminhos de Santiago nas populações atravessadas por estas rotas (Santos 2011; Duarte 2016; Martín-Duque 2017; Remoaldo & Cadima Ribeiro 2017; Pazos-Justo, del Rio & Samartim 2018). Em particular, foram escolhidos como corpus da pesquisa as respostas dos inquéritos realizadas em comércio que se correspondem com a Secção I da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas do Instituto Nacional de Estatística (INE), que inclui as Atividades Económicas relativas a Alojamento, Restauração e Similares (hotéis, pensões, restaurantes, bares e cafés), por elas corresponderem às necessidades mais básicas e urgentes de pernoita e alimentação com que se confronta qualquer pessoa peregrina. Delimitamos o corpus de informantes a pessoas trabalhadoras ou responsáveis pela propriedade ou a gerência dos negócios implantados geograficamente nas três freguesias do centro da cidade (Santa Maria Maior, Madalena-Samaiões e Santa Cruz/Trindade-Sanjurje) tanto por serem estes agentes os mais fiáveis na hora de chegar as informações procuradas como por estas serem as freguesias (urbana a primeira, semiurbanas as outras duas) de passagem reconhecida e assinalada do CPIS pela cidade de Chaves. Estas três freguesias contam, aliás, com umas características socioeconómicas

---

residentes em 2001 para 41.281 em 2011) como da densidade populacional (de 73,8 pessoas por km<sup>2</sup> em 2001 a 69,8 em 2011), juntamente com o acréscimo da taxa de envelhecimento (de 137,8 em 2001 para 200,7 em 2011) de uma população com relativamente baixas competências escolares (13,5% sem escolaridade, 59,1% nos três ciclos básicos, 14,7% no secundário e 12% com estudos superiores em 2011). Socioeconomicamente Chaves é um concelho cujos setores de atividade predominantes são o comércio por grosso e retalho, o sector agrícola e o de alojamento e restauração. Além do maior número de empresas (segundo consta em PORDATA para 2014), o sector terciário, onde se inscrevem entre outros o comércio, a hotelaria e restauração, apresenta também o maior número de pessoas empregadas (localizando-se nele 10.411 das 13.995 pessoas empregadas em Chaves em 2011, por 892 do sector primário e 2.712 do secundário). Já quanto aos âmbitos do turismo e da cultura, em 2016 Chaves recebeu 6.878 turistas (por volta de 16% da população total do concelho, principalmente procedentes da Espanha [39,5%], Portugal [30%] e a França [17,1%]) e a localidade passou num lustro de ser o concelho que mais percentagem de despesas públicas dedicava a cultura e desporto de todo o país (10% em 2011) a se converter no município com menor investimento nestas duas áreas (4,2% do total da despesa em 2015; distribuída principalmente em 26% em Atividades Desportivas, 22% para Património Cultural e 18% em Bibliotecas e Arquivos) (Freitas 2018: 33-42).

<sup>4</sup> O CPIS é a rota de peregrinação que une Viseu e Santiago de Compostela, tem uma extensão aproximada de 385 km (205 km em solo português e 180 km em território galego) e do Ano Santo de 2010 até 2016 foi percorrido por menos de 1% das pessoas peregrinas que chegam a Compostela (*vid.* <https://oficinadelperegrino.com/>). O CPIS “Atravessa os municípios de Viseu (35,5 km), Castro Daire (36,6 km), Lamego (28,8 km), Peso da Régua (3,7 km), Santa Marta de Penaguião (15,3 km), Vila Real (22,9 km), Vila Pouca de Aguiar (24,8 km) e Chaves (38,2 km). Neste último município, o trilho cruza a fronteira em Verín, na Galiza, ligando à Via da Prata, (percurso com início em Sevilha). Até Santiago de Compostela atravessa ainda os municípios de Xinzo de Limia, Allariz, Ourense, Cea, Lalín, Bendoiro e Outeiro. Os oito municípios portugueses, por onde se estende o Caminho, formalizaram um protocolo de cooperação para a marcação e dinamização do CPIS, a 7 de abril de 2011, que abrange mais de 160 quilómetros de território. No documento, assinado pelos presidentes de cada um dos municípios, pode ler-se que: «O principal objetivo visa revitalizar, promover e dinamizar o CPIS como importante via de peregrinação a Santiago de Compostela, recuperando, preservando e promovendo o património histórico-cultural associado ao caminho, a interculturalidade dos povos e impulsionando o desenvolvimento económico, social e ambiental das regiões atravessadas, nomeadamente pela dinamização do comércio local.» (Freitas 2018: 43-44). Quer com partida de Viseu quer, em maior medida, de Chaves, o número de pessoas a caminharem por esta rota (sobretudo na primavera e no verão) após a assinatura do referido protocolo tem aumentado significativamente (das 149 documentadas na *Oficina de Acogida al Peregrino* em 2011 até as 338 em 2017; Freitas 2018: 46).

apropriadas para a pesquisa, quer um maior volume e densidade populacional<sup>5</sup> quer uma localização preferencial de negócios dos setores da hotelaria, da restauração e dos serviços focados para o público peregrino.

Não foi limitado o estudo apenas a comerciantes com vinculação ao percurso oficial sinalizado do CPIS, mas o corpus é selecionado a partir da totalidade das 2.321 firmas dos setores catalogados como Alojamento, Restauração e Similares identificadas nos censos do INE (de acordo com os últimos dados de 2014) nos limites territoriais das três freguesias referidas. Destas 2.321 empresas foram identificadas 213 (*vid.* Tabela 1), uma vez que a pesquisa foi limitada a quatro subsecções de atividade (hotéis/ pensões, restaurantes, bares/ cafés e comidas para levar), número atualizado para 210 após verificação empírica realizada no terreno de maio a julho de 2017.

**Tabela 1:** Número de empresas por subsecção de negócio e freguesia.

<b>Santa Cruz-Trindade</b>	<b>Santa Maria Maior</b>	<b>Madalena</b>
Hotéis/ pensões: <b>0</b>	Hotéis/ pensões: <b>17</b>	Hotéis/ pensões: <b>5</b>
Restaurantes: <b>3</b>	Restaurantes: <b>24</b>	Restaurantes: <b>9</b>
Bares/ cafés: <b>18</b>	Bares/ cafés: <b>109</b>	Bares/ cafés: <b>15</b>
Comidas p/ levar: <b>1</b>	Comidas p/ levar: <b>7</b>	Comidas p/ levar: <b>2</b>
<b>Total 22</b>	<b>Total 157</b>	<b>Total 31</b>

**Fonte:** Elaboração própria a partir de dados do INE e verificação empírica (reproduzido em Freitas 2018: 24).

A partir do total aferido e pretendendo assegurar um nível de confiança mínimo de representatividade de 90% dos resultados ( $Z= 1,645$ ;  $d= 0,1$ ), foi distribuído aleatoriamente pelo universo geográfico da pesquisa o número de comércios a inquirir por cada secção de negócio e freguesia. Respeitando a percentagem que cada uma das três freguesias e das quatro subsecções escolhidas (o maior número de empresas está localizado na freguesia de Santa Maria Maior e a secção mais representada é a dos cafés e bares); do acompanhamento desse processo resulta a aplicação de 95 questionários, cujos dados foram compilados numa base de dados e tratados estatisticamente.

Aos efeitos do levantamento de dados da nossa amostra, foi construído e passado entre os meses de maio e julho de 2017 um questionário para fixar e analisar os discursos de comerciantes da hotelaria e a restauração implantados nestas três freguesias do centro da cidade atravessadas pelo CPIS. As questões do inquérito são organizadas em dez blocos temáticos, de A a J, combinando-se tipologias de resposta aberta e fechada, dicotómicas ou em escala. Estes blocos temáticos atendem, primeiro, à caracterização sociodemográfica e, depois, às relações de vários tipos estabelecidas entre as pessoas consultadas e o Caminho: o seu grau de conhecimento e a valorização dos impactos do CPIS na comunidade, a sua perceção sobre a interação entre comerciantes, locais e os peregrinos, sobre as políticas de promoção, acolhimento e aproveitamento do Caminho e sobre o peso da rota na identidade da cidade.

<sup>5</sup> Nas freguesias de Santa Maria Maior, Madalena-Samaiões e Santa Cruz/Trindade-Sanjurge residem e 2011 cerca de 18.000 habitantes, aproximadamente 40% da população total do concelho. Em Santa Maria Maior por volta de 12.000 habitantes, numa área com 5,63 km<sup>2</sup>; na Madalena-Samaiões 2.699, numa área total de 13,99 km<sup>2</sup>, e em Santa Cruz-Trindade-Sanjurge 3.430, numa área total de 13,38 km<sup>2</sup> (Freitas 2018: 35).

## II. ESTADO DA QUESTÃO

Para além do trabalho por questionário, para nos achegarmos do conhecimento pré-existente sobre o nosso objeto de estudo foi consultada bibliografia específica e foi levantada informação, nomeadamente estatística, quer relativa ao CPIS quer ao concelho de Chaves.

Nesse processo, foi constatada a ausência de contributos específicos relativos aos impactos do CPIS no comércio de Chaves, podendo apenas referir neste ponto o estudo de caso de Campos, Batista & Latif (2014) sobre as políticas públicas culturais de Chaves entre 2007 e 2011. Nesta análise, o Caminho de Santiago surge citado apenas uma vez, como uma atividade inserida em protocolos, em referência ao protocolo assinado em 2011 pelos oito municípios portugueses que o CPIS atravessa, dando pistas do peso escasso do Caminho enquanto produto cultural e turístico, em vantagem da herança romana.

Ao mesmo tempo, foi verificada a existência de numerosos estudos (entre os quais várias teses de mestrado) filiados nas áreas do turismo (Maia 2010; Nadais 2010; Lima 2011; Santos 2011; Gonçalves 2012; Pardelhas & Padín 2014; Duarte 2016; Pereiro 2017; Sousa *et al* 2017), explorando as relações deste sector com o património e o desenvolvimento local; na etnografia (Mendes 2009; Gomes 2012); na área da iconografia (Alves 2012); na arquitetura e o *design* (Santos 2015; Pimenta 2016; Costa 2015; Pina 2013); na área das novas tecnologias da comunicação e a informação (Marques Pereira 2014; Antunes 2016); na didática (Silva & Pazos-Justo 2018); ou na área da geografia e a geologia (Bastos 2012).

Deste conjunto, por focarem algum aspeto vinculado com o CPIS, destacam-se os estudos de Alves (2012) e de Pina (2013). O primeiro, focado no percurso que liga Viseu a Chaves, (respetivamente, primeira e última etapas do CPIS em território português), apresenta uma proposta de rota iconográfica, explorando a imagética associada a São Tiago. No segundo, a autora desenvolve uma proposta de abrigo mínimo para o CPIS, nomeadamente nos concelhos de Chaves e Montalegre, num sistema modular e adaptável.

Tem também interesse para nós a pesquisa de Pereiro (2017) (também Pereiro & Fernandes 2017), por se centrar nas motivações, pós-experiências e sentidos que as pessoas que fazem o Caminho atribuem à peregrinação. Reconhecidas as *multimotivações* que conduzem à peregrinação, além do esbatimento das diferenças entre turismo e peregrinação, o CPIS é apresentado como uma potencial alternativa aos outros Caminhos de peregrinação a Santiago de Compostela, face à massificação das vias mais populares (Martín-Duque 2017, Pereiro 2017, Pazos-Justo 2017).

Por seu lado, Pardellas & Padín (2014) voltam também a sua atenção para o CPIS, esta vez no seu tramo galego, procurando respostas para os efeitos do fenómeno jacobeu no desenvolvimento local através de uma aproximação às páginas *Web* de todos os municípios atravessados por esta rota. A conclusão mais destacada deste contributo aponta para a falta de uma estratégia individual de promoção do Caminho na maioria destes concelhos galegos.

Pela perspetiva e quadro procedimental e metodológico afim ao aplicado neste estudo, destacamos a investigação de Duarte (2016), que questionou os principais atores da realidade em análise do concelho de Barcelos (pessoas peregrinas, entidade turística municipal e agentes económicos hoteleiros, da restauração e serviços) demonstrando que o Caminho é entendido pelas pessoas inquiridas como um forte vetor de promoção da cidade e uma oportunidade de desenvolvimento turístico da região.

Em contraste com a relativa escasseza de contributos dedicados ao CPIS, são mais abundantes os estudos sobre o Caminho Francês a Santiago. Assim, Martín-Duque (2017: 66) refere-se a um largo conjunto de estudos (Gracia 2005, Santos 2006, Precado *et al.* 2007, Andrade *et al.* 2010, Santos 2012, Montes 2015) centrados nos respetivos impactos na dinâmica económica das comunidades locais, tanto positivos como negativos. Estes estudos sugerem que o Caminho tem um moderado impacto económico, paralelo, no entanto, a uma capacidade promotora de

iniciativas locais e de processos de afirmação da identidade. Regista ainda, no que toca aos impactos culturais, a situação crítica de massificação da via.

Analisadas as dinâmicas demográficas, a cota de mercado e a evolução da atividade comercial, Suárez, Landeira & Valo (2010: 79) sustentam, por sua vez, que “el Camino de Santiago no llega a ser un factor verdaderamente importante en el desarrollo social y económico de las localidades rurales que atraviesa”, sugerindo que o Caminho não conseguiu inverter as tendências de desertificação dos municípios rurais da Galiza, fomentar a emissão de licenças comerciais ou aumentar o consumo.

Santos Solla (2012 e 2006: 143) também não tem dúvidas sobre o sucesso alcançado da turistificação do Caminho de Santiago, pelo menos no que toca ao incremento do número de visitantes e de alojamentos, sobretudo a partir de 1993. Deteta, no entanto, algumas “sombras” relativas essencialmente ao impacto direto do Caminho nos municípios que atravessa, apontando que “Es cierto que han ido apareciendo pequeños negocios, como bares, restaurantes o algún tipo de hospedaje, (...) Pero esta circunstancia no ha sido lo suficientemente significativa como para transformar las tendencias generales de los municipios afectados”. Daqui se entende que, à exceção da cidade de Santiago de Compostela, os impactes na dinâmica local não foram os esperados. O autor alerta também para notícias de massificação do Caminho Francês e de atenção para outras rotas alternativas.

Constata-se, em síntese, que os caminhos a Santiago são abordados de múltiplas e interdisciplinares perspectivas mas que, no tocante ao CPIS e aos outros Caminhos em território português, são ainda relativamente escassos os estudos que permitem avançar no conhecimento dos impactos nas comunidades atravessadas pelas diversas rotas. Contudo, os tramos portugueses dos Caminhos são percebidos na literatura específica como uma alternativa possível a outras rotas já massificadas, nomeadamente o Caminho Francês, e como uma oportunidade para o desenvolvimento das populações locais (entendido este nas vertentes económica e da promoção turística) já que são detetadas iniciativas no pequeno comércio em localidades que, aliás, veem afirmada a sua identidade em relação com o Caminho. Isto dito apesar de serem colocadas evidências do moderado impacto económico do Caminho (nomeadamente nas populações mais pequenas por ele atravessadas) e do risco de turistificação (sobretudo no fim da rota) relacionado também com o esbatimento das diferenças entre os fenómenos propriamente do turismo e da peregrinação.

### **III. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS**

Organizaremos, por junto, a síntese expositiva e a discussão da informação retirada do nosso corpus de acordo com os seis âmbitos de interesse identificados em relação com os blocos em que foi estruturado o questionário utilizado para o levantamento dos dados da pesquisa:

1. Características sociodemográficas (bloco A)
2. Grau de conhecimento do CPIS (bloco B)
3. Impactos do CPIS na cidade e no comércio local (blocos C e D)
4. Interação de pessoas peregrinas com comerciantes e habitantes de Chaves (blocos E e F)
5. Políticas públicas relativas ao CPIS (blocos G, H e I)
6. Identidade local e CPIS (bloco J)

#### **III.1 Características sociodemográficas**

**Tabela 2:** Dados sobre os negócios visitados

<b>Dados negócios</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
<b>Tipologia do negócio:</b>		
restauração	86	90,5%
hotelaria	9	9,4%
<b>Localização do negócio:</b>		
passagem CPIS	24	25,3%
não passagem CPIS	71	74,7%
<b>Datas de abertura:</b>		
1897-1999	32	33,6%
2000-2010	30	31,5%
2011- 2017	22	23,1%
NS e Sem data	11	11,5%
<b>Posição de informantes:</b>		
empregadas	61	64,2%
proprietárias	31	32,6%
gerentes	3	3,15%

**Fonte:** Elaboração própria

Tal como é possível verificar na Tabela 2, entre os 95 negócios visitados destaca-se o importante peso da restauração (cafés, bares, restaurantes e comidas para levar), em contraste com a presença relativamente escassa de hotéis e pensões (menos de 10% de negócios dirigidos especialmente para visitantes). Chamamos a atenção, igualmente, tanto para a longa tradição no setor da maioria de locais visitados (um terço dos negócios dá serviço continuado desde o século passado) como para o facto de dois terços dos negócios visitados estarem implantados em ruas ou avenidas, praças ou largos localizados no traçado oficial sinalizado do CPIS. Estes dois parâmetros (tipologia e localização dos negócios) revelarão interações positivas com o fenómeno da peregrinação; no primeiro caso porque os hotéis apresentam médias superiores na faturação e, no caso da localização no traçado do CPIS, porque resultam maiores os valores para a frequência com que as pessoas peregrinas visitam a cidade e os seus equipamentos, com um índice maior também no reconhecimento de benefícios para a cidade e o comércio local. Por seu lado, os onze informantes que não conseguiram identificar a data de instalação das empresas em que trabalham são pessoas empregadas (tipologia de mais de 64% de respondentes) o que pode ser indicador de um vínculo precário ou da sazonalidade típica dos setores da hotelaria e a restauração.

**Tabela 3:** Dados sociodemográficos de informantes

<b>Dados sociodemográficos informantes</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
<b>Sexo</b>		
masculino	41	43%
feminino	54	56%
<b>Grupo etário</b>		
15-24	11	11,5%
25-64	78	82,1%
+ de 65	2	2,1%
NR	4	4,2%
<b>Escolaridade</b>		
1º Ciclo	7	7,3%
2º Ciclo	7	7,3%
3º Ciclo	18	18,9%
Secundário	49	51,5%

<b>Dados sociodemográficos informantes</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Ensino Superior	10	10,5%
Outras	2	2,1%
NR	1	1%
<b>Residência (freguesia)</b>		
Santa Maria Maior	60	63%
Santa Cruz/Trindade-Sanjurje	8	8,4%
Madalena-Samaiões	7	7,3%
Outras	19	20%
NR	1	1%
<b>Naturalidade</b>		
Chaves	66	69%
Outros concelhos	23	24%
Estrangeiro	6	6,3%
<b>Línguas</b>		
Espanhol	82	86,3%
Inglês	31	32,6%
Francês	17	17,8%
Alemão	1	1%
NR	13	13,6

**Fonte:** Elaboração própria

O perfil da nossa informante condiz em boa medida com os dados estatísticos gerais da população de Chaves (*cf. supra* notas 3 e 5). Trata-se de uma mulher (56%), de 41 anos de idade média (82% entre 25 e 65 anos), natural de Chaves (69%) e com residência na freguesia de Santa Maria a Maior (63%), com estudos secundários (51,5%) e que afirma perceber e falar espanhol (68%) apesar de não o ter estudado formalmente.

Quase um quarto de informantes (24%) é natural dos concelhos vizinhos de Valpaços, Vila Real, Murça, Pedras Salgadas e Vila Pouca de Aguiar, e apenas meia dúzia têm nacionalidade não portuguesa (3 Brasil, 2 Angola, 1 França). A distribuição da residência das pessoas informantes é parelha à distribuição populacional geral de Chaves (facto que também reforça a representatividade da amostra), com uma clara maioria de residentes na freguesia urbana de Santa Maria Maior (onde também está sediada a maioria dos negócios visitados), morando nas freguesias semiurbanas de Madalena-Samaiões e Santa Cruz/Trindade-Sanjurje cerca de 8% de informantes em cada uma. O facto de partilharem a naturalidade, a residência e o local de trabalho parece indiciar o carácter principalmente familiar dos negócios que compõem a nossa população (aliás, 35% de respondentes se apresentam como responsáveis pela propriedade ou a gerência).

Relativamente à escolaridade, os dados mostram uma população com baixas habilitações académicas (14,6% de respondentes possuem apenas 6º ano ou nível de escolaridade inferior) e, conseqüentemente, com baixas competências linguísticas, que poderão interferir na qualidade das interações de comerciantes locais com pessoas peregrinas ou visitantes. Neste sentido, inquiridos sobre as línguas que falam ou entendem (QECR 2001), ao lado da maioria significativa (68%) que afirma falar e entender o espanhol, 24% diz ter essas competências em inglês e 7% em francês. Para já, estas informações apontam para a presença apenas de línguas europeias e para a importância, entre elas, do espanhol como a língua estrangeira mais falada e entendida. Para esta presença do espanhol nas respostas pode contribuir um conjunto variado de factores,



entre os quais a origem comum e intercompreensão de castelhano e português; a posição raiana do município, cenário propício à aquisição bilingue não formal (Gonçalves 2013); o acesso às diferentes televisões espanholas (TVE1, TVE2); a elevada procura turística dos espanhóis (perto de 40% das visitas em 2015/2016, como informam as estatísticas da autarquia); o facto de ser a espanhola a segunda nacionalidade de população estudantil de nível superior (Escola Superior de Enfermagem 2020) e de residentes estrangeiros no concelho (Serviços de Estrangeiros e Fronteiras 2017); etc. A propósito destes resultados, fazemos notar que só a partir da década de 90 do século XX foi introduzido o espanhol como língua estrangeira nos currículos do sistema educativo português. Aliás, só em 1997 foi incorporado ao 3º Ciclo do Ensino Básico (Beirante 2017), década em que não podemos situar a maioria de indivíduos da amostra em idade escolar, cuja média de idades se situa nos 40 anos. Isto significa que uma parte significativa de inquiridos não estudou espanhol no ensino formal e que, não informando doutros meios de aquisição regrada da língua espanhola, podemos estar perante uma competência linguística real ou apenas uma percepção ou autoconsciência linguística, em todo o caso entendida como suficiente para as interações que têm lugar com visitantes procedentes do Reino da Espanha.

### III.2 Grau de conhecimento do CPIS

**Tabela 4:** Grau de conhecimento do Caminho de Santiago

<b>Grau de conhecimento do Caminho</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
<b>Já ouviu falar no Caminho de Santiago?</b>		
Sim	93	98%
Não	2	2%
<b>Em que contexto ouviu falar do Caminho de Santiago?</b>		
Já fez o caminho	5	5,3%
Por pessoas que já fizeram o caminho	41	44%
Ações locais de divulgação	1	1%
Comunicação social	3	3,2%
Livro/filme	0	0%
Outras	43	46%
<b>Sabia que o Caminho de Santiago atravessa Chaves?</b>		
Sim	92	97%
Não	2	2%
NR	1	1%
<b>Sabe que caminho atravessa o concelho?</b>		
Caminho Primitivo		
Caminho Francês		
Caminho Inglês		
Caminho Português	14	15%
Caminho Português do Interior	20	21%
Outro/s		
NS/ NR	61	64%
<b>Já fez o Caminho?</b>		
Sim	5	5,2%
Não	90	94,7%
<b>Motivações</b>		
Religiosas	2	40%
Convivenciais	2	40%
Espirituais/Culturais	1	20%

**Fonte:** Elaboração própria.

A prática unanimidade que devolve o inquérito no relativo ao conhecimento do Caminho de Santiago (98%) e a de que ele passa por Chaves (97%) reforça a hipótese da grande visibilidade do fenómeno global das peregrinações a Compostela entre a opinião pública em geral, para o qual muito terão contribuído a institucionalização das principais rotas jacobeanas e propriamente do fenómeno da peregrinação a Compostela (através de associações, organizações e ações de carácter civil e religioso de variado tipo), destacando neste sentido a estratégia de marketing do *Xacobeo*, um conjunto de eventos promovidos pelo governo autónomo da Galiza cada Ano Santo desde 1993 (Torres Feijó 2011; Duarte 2016; Martín-Duque 2017; Pazos-Justo, Rio Araujo & Samartim 2018 e 2019).

Contudo, perspetiva-se que neste caso o conhecimento do Caminho passa fundamentalmente através da comunicação interpessoal, toda a vez que a maioria de comerciantes (44%) responde que ouviu falar do Caminho por boca de alguém que já o fez e porque dentro dos Outros contextos que foram assinalados (aliás por uma maioria de 46% de informantes) enquadram-se respostas que revelam ter tido conhecimento do Caminho através de clientes, de amigadas ou pessoas conhecidas, através da circulação de peregrinas ou, em muito menor medida, da própria sinalização oficial do CPIS. De facto, só uma percentagem muito pequena ouviu falar do Caminho através da comunicação social (3,2%) ou de ações locais de divulgação (1%), e ninguém alega conhecimento do Caminho de Santiago através de livros ou filmes, ainda que estes sejam canais privilegiados de distribuição e *idea-makers* do produto “Caminho de Santiago” segundo Torres Feijó (2011).

Apesar da alta percentagem de informantes que é capaz de indicar espaços da cidade, nomeadamente no centro e na parte histórica de Chaves, atravessados pelo Caminho de Santiago (não souberam identificar um ponto específico apenas 4,5% de respondentes), a relativamente frágil institucionalização atual do CPIS faz-se patente no facto de que a maioria de comerciantes consultados (64%) responde não saber qual é o Caminho que atravessa a cidade (apenas um quinto refere o Caminho Português Interior e 15% opta pelo Caminho Português). É possível pôr em relação este dado com a percentagem muito baixa (5,2%) de informantes que já fez o Caminho (2 respondentes o CPIS, outros 2 o Caminho Francês e 1 o traçado Corunha-Santiago, do Caminho do Norte)<sup>6</sup>, nestes poucos casos registados alegando motivações religiosas (40%), convivências (40%) ou culturais e espirituais (20%). Estes valores relativizam o carácter apenas religioso da rota e vão ao encontro do dito em trabalhos como o de Granero Gallegos *et al* (2007), que identifica sobretudo “Motivaciones relacionadas con la autorrealización y la desrutinización” para fazer o Caminho de Santiago, ou de Duarte (2016), que identifica as motivações espirituais (64,9%) e culturais (37,1%) como muito superiores ao tradicional motivação religiosa das peregrinações.

### III.3 Impactos do CPIS na cidade e no comércio local

---

<sup>6</sup> Escolhendo para fazerem o Caminho (dois deles por mais de três vezes entre 2014 e 2017) a primavera e o verão (abril, maio, junho). Ainda que se afigurem frequências insignificantes, elas refletem em geral as tendências gerais dos números disponibilizados pela *Oficina de Acogida al Peregrino*. Entre 2011 e 2017, das pessoas que por ali passam para levantar a *Compostela* (a credencial com que o cabido catedralicio certifica a peregrinação “con sentido cristiano” desde o ano 1993 *vid.* <https://oficinadelperegrino.com/peregrinacion/la-compostela/>) cerca de 60% fizeram o Caminho Francês, tendo o número de pessoas a peregrinarem pelo Caminho Português (as estatísticas desta Oficina não identificam o CPIS, mas sim as partidas de Chaves e Viseu) vindo a crescer até ascender a 19,6% do total em 2017 (*vid. supra* nota 4).

**Tabela 5:** Impactos do CPIS na cidade e no comércio local

<b>Impactos do CPIS na cidade</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Afluência de pessoas	28	19%
Consumo	10	7%
Desenvolvimento da cidade	6	4%
Promoção da cidade	56	39%
Conhecimento da cidade	41	29%
Animação da cidade	3	2%
<b>Impactos do CPIS no comércio local</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Consumo	138	85%
Lucro	7	4%
Emprego	4	3%
Desenvolvimento	11	7%

**Fonte:** Elaboração própria.

Apesar de cem por cento de informantes ter assinalado conhecerem equipamentos culturais da cidade e da prática totalidade deles (93,6%) julgar que os mesmos são atraentes e justificam uma visita das pessoas peregrinas, as respostas sugerem a percepção de que as peregrinas visitam pouco a cidade (2,67; sempre numa escala de 1 a 7 valores) e, em concreto, que elas frequentam pouco os equipamentos culturais de Chaves (2,33). Contudo, os e as comerciantes percebem e valorizam positivamente a passagem do Caminho pelo concelho, no entendimento que ela beneficia a comunidade (5,05) já que aumenta a promoção e o conhecimento da cidade (39% e 29% respetivamente), assim como a afluência de pessoas e a animação das ruas (19% e 2%), e o consumo e o desenvolvimento económico de Chaves (7% e 4%)<sup>7</sup>. Condizente com esta unanimidade na percepção dos benefícios da passagem do Caminho por Chaves, e fora alguma referência à possível confusão no trânsito, a prática totalidade das pessoas entrevistadas (99%) perspectiva que a passagem do Caminho não comporta desvantagens ou impactos negativos (confirmando-se assim o dito por Pazos-Justo, Del Rio e Samartim 2018).

A valorização concreta dos impactos da passagem do Caminho no comércio local confirma essa percepção unânime de inexistência de quaisquer desvantagens ou impactos negativos do Caminho (as pessoas informantes atribuem 5.20 valores sobre 7 aos impactos positivos), identificando o aumento do consumo (85% das vezes) como o principal benefício para a atividade comercial de Chaves, muito por cima de outros parâmetros também de natureza fundamentalmente económica (7% de respostas alegam o desenvolvimento das empresas, 4% o lucro e 3% o emprego).

Ora, estes resultados parecem apontar em maior medida para uma expectativa ou uma ideia preconcebida do que para um incremento real, mensurável no presente, do consumo e da atividade económica ligada ao trânsito pelo CPIS no comércio local de Chaves. Sustentamos esta afirmação em que 71% de comerciantes inquiridos define a sua clientela regular como “só locais” ou “maioritariamente locais” (14% e 57% respetivamente), e apenas 2% assinalou “mistura entre locais e peregrinos”. Se quase três quartos dos estabelecimentos contemplados na amostra não é regularmente visitado por pessoas peregrinas, 27% de informantes referem ainda uma clientela composta por “mistura entre turistas, emigrantes e termalistas”, apontando para a presença no centro histórico da cidade dum turismo alheio ao fenómeno da peregrinação e vinculado à visita do património romano flaviense.

<sup>7</sup> Esta percepção de benefícios desta ordem ajuda a explicar, seguindo Pazos-Justo (2017), que o Caminho Português esteja sendo crescentemente objeto de atenção por parte de diferentes agentes locais e regionais portugueses, interessados nos eventuais benefícios para a dinamização cultural e, sobretudo, económica das suas comunidades.

Neste sentido, a peregrinação não parece estar neste momento envolvida com processos de gentrificação comercial de Chaves, toda a vez que não aumenta o número de clientes que frequentam os comércios da cidade e também não faz parte da clientela desejada pelos comerciantes consultados. Assim, a maioria (58%) de comerciantes deseja que a sua clientela esteja conformada por “só locais” ou “maioritariamente locais” e apenas 4% gostava de contar com “mistura de locais e peregrinos” entre a sua freguesia. Mais uma vez, a referência à peregrinação fica muito aquém da preferência dos informantes pelos turistas (37% preferem “só” ou “maioritariamente turistas”, “turistas estrangeiros”, “termalistas” e também “emigrantes”). Tanto como cliente regular como desejável, confirma-se que a pessoa que peregrina é pouco preferida, incidindo a eleição em locais ou em turistas.

Cabe relacionar este escasso interesse dos comerciantes inquiridos pelos peregrinos como clientes com a tipologia de consumo deste coletivo, que demanda nestes negócios o tipo de serviço mais económico tanto em estabelecimentos de restauração (fundamentalmente água, refrigerantes, sandes e o pequeno-almoço) como de hotelaria (beliches, quartos *single* ou *twin*). Na tipologia de negócio própria da amostra selecionada não parece existir, portanto, interação entre a presença do Caminho e a oferta comercial, já que esta não está dirigida ao coletivo de pessoas peregrinas. A escassa incidência real do CPIS na faturação dos comércios visitados (valorizada em 1,37 sobre 7 polos informantes; com valores sensivelmente mais elevados no caso das cinco informantes que já peregrinaram a Compostela) vê-se confirmada ao levarmos em conta o desencontro existente entre os períodos de maior afluência de peregrinos tanto a Chaves como a Compostela, localizados em “abril-maio-junho”, e os de maior faturação dos negócios selecionados, situados pela prática totalidade de comerciantes inquiridos (96%) no trimestre “julho-agosto-setembro”.

**Tabela 6:** Consumo médio por cliente

Consumo médio por cliente	%
Menos de 3€	48%
Menos de 6€	14%
De 6 a 10€	18%
De 11 a 15€	7%
De 16 a 20€	1%
Mais de 20€	12%

**Fonte:** Elaboração própria.

Com volumes de faturação por cliente relativamente baixos (*vid.* Tabela 6)<sup>8</sup>, a quantidade da oferta comercial, de alojamento e de serviços disponíveis na cidade é percebida como excessiva (6,72) e bastante satisfatória (5,54). Já quanto a uma possível oferta comercial e de alojamento destinada especificamente à peregrinação, apesar do alerta para a excessiva concorrência no setor da restauração e ela ser valorizada como fraca (2,55), quase metade de informantes (46%) não consegue sugerir nenhuma oportunidade de negócio ainda não preenchida relacionada com o CPIS. De seguida, ao lado dum minoritário desejo de maior animação na cidade (3%), metade dos informantes sugerem a necessidade de alojamento e informação (39% e 11%, respetivamente), apontando as respostas para a necessidade de construção de um albergue (fragilidade diagnosticada também pela consulta da web do CPIS [www.cpisantiago.pt](http://www.cpisantiago.pt)) e de um

<sup>8</sup> Não é possível incorporar à análise o parâmetro referido ao valor mensal da faturação, já que 82 de 95 informantes não responderam esta questão. Ao carácter relativamente sensível/ confidencial com que é identificado este tipo de informações haverá que acrescentar o facto de a maioria de respondentes serem pessoas empregadas. Notamos que apenas três proprietárias ou gerentes referem o valor máximo sugerido (“mais de 20 salários mínimos nacionais”).

“posto de turismo capaz” ou uma “plataforma de informação”, neste último caso para dar serviço tanto a turistas como a pessoas peregrinas.

### III.4 Interação de pessoas peregrinas com comerciantes e habitantes de Chaves

**Tabela 7:** Âmbitos de interação entre peregrinos e comerciantes e peregrinos e a cidade

<b>Interação de pessoas peregrinas e comerciantes (âmbitos)</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Profissional	19	32%
Convivencial	39	66%
Religioso	1	2%
<b>Interação de pessoas peregrinas e a cidade (âmbitos)</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Profissional	17	16%
Convivencial	84	77%
NS	8	7%

**Fonte:** Elaboração própria.

O grau de interação de comerciantes com pessoas peregrinas é valorado como mínimo (1,68); ainda que mais significativo no caso dos cinco informantes que fizeram o Caminho, 4.00), e os âmbitos dessa interação remetem para o nível convivial (66%), profissional (32%) e, em muita menor medida, religiosos (2%). De conformidade com o tipo de contacto aludido, quem assinala haver interação profissional com pessoas peregrinas considera também haver uma mais forte relação entre a passagem do CPIS por Chaves e os benefícios para o comércio.

Nos diferentes âmbitos de interação entre pessoas peregrinas e comerciantes, o português é a língua mais usada (70%; seguida de espanhol [13%], inglês [9%] e francês [8%]), facto que aponta para a nacionalidade portuguesa da maioria dos peregrinos, tal como contemplado nas estatísticas da autarquia e nas conclusões do trabalho de Pereiro (2017). Isto pode ser contrastado com a percepção da necessidade de formação em línguas apontada pela grande maioria de comerciantes (87%), nomeadamente por todos aqueles que se encontram localizados na passagem do CPIS, à vez que mostram pouca ou nenhuma disponibilidade (2,72) para acederem a essa formação, sensivelmente maior (+ 0,456) naquelas informantes com maior conhecimento de línguas estrangeiras.

Numa mostragem de comerciantes caracterizada pelas baixas competências linguísticas e académicas (com 18,9% de informantes sem concluírem o 3º Ciclo do Ensino Básico e 51,5% o Ensino Secundário), questionadas as pessoas pelo grau de competência nas línguas que dizem falar e entender e que usam para interagirem com as peregrinas não lusófonas, o espanhol surge como língua com melhor proficiência (5 sobre 7 valores), seguida de francês e inglês (com 3,80 e 3,17 respetivamente), maior em qualquer caso que a percepção expressada quanto ao grau de conhecimento ou proficiência linguística das pessoas peregrinas não lusófonas em português (2 sobre 7).

Se compararmos as respostas dadas para a interação peregrinação *vs* comércio com os resultados da interação peregrinação *vs* cidade verificamos que esta última é considerada também mínima (ainda que levemente mais elevada que a primeira: 2,73 valores frente aos 1.68), ela é percebida em maior medida no âmbito convivial (77% *vs* 66%) do que profissional (16% *vs* 32%)<sup>9</sup>. Esta tendência de respostas parece apontar também no sentido do escasso impacto da passagem do CPIS por Chaves (apesar da percepção quase unânime sobre os benefícios do Caminho anotada atrás), ideia reforçada pela percepção de que a presença de pessoas peregrinas em nada afeta o dia a dia de comerciantes locais (1,04) ou modifica o dia a dia da cidade (1,05).

### III.5 Políticas públicas relativas ao CPIS

<sup>9</sup> Notamos que 7% de pessoas inquiridas afirma existir a interação mas não soube identificar em que âmbitos concreto ela se produz.

**Tabela 8:** Medidas de promoção, acolhimento e aproveitamento do Caminho das instituições públicas

<b>Medidas de promoção do CPIS da autarquia</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Não conhecem	84	88,4%
Conhecem	11	11,5%
<b>Medidas de promoção do CPIS da Eurocidade</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Não conhecem	95	100%
<b>Medidas de promoção do CPIS do governo</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Não conhecem	95	100%
<b>Acolhimento dos peregrinos das instituições públicas</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Não sugerem medidas	33	34,7%
Sugerem medidas	61	64,2%
Não respondeu	1	1%
<b>Aproveitamento do Caminho pelas instituições públicas</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
Sim	3	3,1%
Não	63	66,3%
NS	29	30,5%

**Fonte:** Elaboração própria.

Consonante com a perceção dos benefícios do CPIS para a comunidade flaviense, são novamente unânimes as referências à necessidade de as instituições públicas desenvolverem medidas de promoção do Caminho de pessoas peregrinas, no entanto, 88,4% não é capaz de identificar medidas da autarquia de promoção do Caminho, 100% da Eurocidade e do governo português. As respostas dadas ao inquérito apontam assim para a inexistência ou desconhecimento de medidas desenvolvidas com esse propósito da parte destas instituições públicas. Mais de um terço de respondentes não sabe nem achega nenhuma medida específica para acolhimento a pessoas peregrinas (o 64,2% que sim o faz sugere medidas de alojamento, informação e promoção). Os informantes percecionam também negativamente o aproveitamento do Caminho pelas instituições públicas (dois terços de respostas afirmam que estas instituições não contribuem para o aproveitamento do Caminho e um terço não sabe se existem medidas nesse sentido). A perceção negativa do envolvimento das instituições públicas na promoção do CPIS confirma-se nas baixas valorizações do contributo específico tanto de autarquia e euroregião (1,22) como do governo português (1,06).

A perceção desta falta de envolvimento institucional é parelha à posição assumida por boa parte de informantes, que se percebem a si próprios apenas como beneficiários e não como agentes motores na divulgação e dinamização do Caminho. Neste sentido, quase um terço (28%) de comerciantes questionados afirma não saber que medidas concretas poderiam vir a ser tomadas desde o âmbito público. Porém, a maioria de comerciantes inquiridos identifica a promoção, a informação e o alojamento como principais áreas de ação institucional viradas para o aproveitamento do CPIS: pôr ao dispor das pessoas peregrinas mais informação sobre a história e o património de Chaves e sobre o Caminho (mapas e guias; 31%), promocionar a cidade, os seus eventos e o Caminho (22%) e providenciar alojamento (10%).

### III.6. Identidade local e CPIS

**Tabela 9:** Elementos identificativos da identidade de Chaves

<b>Elementos da identidade de Chaves</b>	<b>N.º</b>	<b>Média (peso)</b>
Termas	109	7,00
Ponte Romana	85	7,00
Castelo de Chaves	18	6,75

Folar de Chaves	15	6,50
-----------------	----	------

**Fonte:** Elaboração própria.

As pessoas inquiridas perspetivam que o Caminho tem um peso médio-baixo na identidade do país (3,07), levemente por baixo do peso que valorizam ter na da cidade (3,34). Quando foram solicitados elementos da identidade de Chaves (cada informante podia apresentar até quatro achegas), as respostas mais frequentes foram dirigidas para o património material, com especial destaque para a herança construída romana (as termas e a ponte romana são os elementos identificados em primeira opção por 89,4% de informantes), seguida do património medieval, nomeadamente do Castelo (com menor significância surge a Igreja Matriz [5] e, muito por baixo, as varandas medievais [1]); assim como para o património gastronómico, nomeadamente do Folar, mas também são referidos os pastéis de Chaves, o fumeiro e a gastronomia em geral (com mais de cinco menções cada uma das três). Essa importância da herança romana no conjunto de elementos alegados como constitutivos da identidade do município e da memória coletiva de Chaves confirma-se também nas políticas públicas culturais, que de 2007 a 2011 (Campos, Batista & Latif 2014) dão destaque à construção do Museu das Termas Romanas, no final deste período, e à dinamização, a partir de 2013, da “Festa dos povos em *Aquae Flaviae*”, recriando um mercado romano.

Foram identificadas ainda outras referências menos significativas (Grupo Desportivo de Chaves, rio Tâmega, Igreja da Misericórdia, Museu da Região Flaviense, Largo de Camões, monumentos, património, ...) mas, apesar do peso que lhe é atribuído na identidade de cidade (3,34 sobre 7 valores) não consta, no conjunto de elementos mencionados ao respeito, qualquer referência espontânea dos nossos informantes ao Caminho de Santiago.

#### IV. SÍNTESE CONCLUSIVA

O trabalho por questionário verifica-se como apropriado para uma investigação como a presente, focada na perceção que as pessoas inqueridas têm de determinados fenómenos sociais em que estão envolvidas. Para um conhecimento mais apurado da realidade pode ser de utilidade complementar no futuro a informação levantada agora por este meio tanto com análises de dados económicos concretos (de faturação, por exemplo, de difícil acesso para o pessoal investigador, em qualquer caso, por se tratar de informação económica sensível) como pelo acompanhamento no terreno de práticas de observação participante próprias da antropologia social e cultural.

A presente investigação confirma que a perceção positiva do Caminho é maior do que os seus efeitos reais na vida económica das populações locais e, nesse sentido, vai ao encontro de parte da bibliografia analisada, mais interessada, contudo, em traçados com maior grau de institucionalização e desenvolvimento (nomeadamente o Caminho Francês) e no entendimento dos caminhos portugueses como eventuais alternativas à massificação e turistificação desses mesmos percursos.

Já quanto ao conhecimento novo gerado pelo presente contributo, verificamos que, no seu conjunto, os dados apontam para a unanimidade no conhecimento e na perceção positiva do Caminho de Santiago, quer dos seus benefícios para a cidade quer em concreto para o comércio local, resultando também um desfasamento entre o impacto real da passagem das pessoas peregrinas e aquele que é sentido pelos comerciantes inquiridos, não se podendo vincular o Caminho neste momento de relativamente escassa institucionalização do CPIS a um impulso da dinâmica económica ou comercial da comunidade local. Por outro lado, os dados manejados não indiciam um processo em curso de gentificação comercial; tal como apontámos, não foram detetados produtos ou serviços dirigidos especificamente para as pessoas peregrinas e 71% de comerciantes inquiridos caracteriza a sua clientela regular como “só locais” ou “maioritariamente

locais”; ademais, a maioria de comerciantes (58%) quer que a sua clientela esteja conformada por “só locais” ou “maioritariamente locais”. Nesta direção, cabe considerar que o CPIS não é, na amostra e no período em análise, uma alavanca determinante para a substituição do comércio tradicional, por exemplo, e que não há evidências de que a identidade comercial de Chaves esteja a ser tematizada para satisfazer as demandas específicas da peregrinação. Em função das respostas dadas por comerciantes, o denominado turismo termal poderá sim ter um impacto maior na reconfiguração da oferta comercial de Chaves, assunto que deverá ser objeto de estudo em detalhe no futuro.

Verificamos também a escasseza de práticas e de espaços de interação entre comerciantes e peregrinos, com um impacto pouco expressivo no quotidiano da cidade. Estas interações estão marcadas pelo uso do português, por causa do CPIS ser fundamentalmente trilhado por pessoas nacionais portuguesas, e pela presença do espanhol como língua estrangeira mais usada, a apontar tanto para usos próprios de comunidades bilingues assentes em zonas de fronteira como da procura turística de pessoas identificadas pelos informantes como procedentes da Espanha. Os dados demonstram ainda um entendimento da falta de envolvimento das instituições públicas nas políticas de promoção, acolhimento e aproveitamento do Caminho, assim como a desresponsabilização dos comerciantes locais nesta dinâmica. Aliás, apesar dos recentes impactos na construção das políticas públicas culturais, regista-se finalmente a ausência do Caminho de Santiago na identidade da comunidade local de Chaves, identificada fundamentalmente com a herança patrimonial romana da cidade.

A crescente institucionalização dos caminhos portugueses a Santiago e o interesse pelas várias rotas jacobeanas que percorrem o território português de parte de agentes políticos autárquicos e (euro) regionais, que veem no CPIS e noutros percursos um vetor de desenvolvimento económico digno de ser explorado (apesar dos alertas colocados pela bibliografia existente: massificação, turistificação, etc.), aconselha prestar atenção e acompanhar este fenómeno no futuro. Aos efeitos de analisarmos dinâmicas sociais e culturais vinculadas aos impactos dos Caminhos de Santiago, terá todo o interesse contrastar em trabalhos futuros o conhecimento gerado para o caso da cidade de Chaves neste momento relativamente inicial de desenvolvimento do CPIS - em que a peregrinação parece estar a funcionar mais como *illusio* e expectativa do que a impactar realmente na economia, na vida social e cultural, nas políticas públicas e na identidade da cidade -, com a realidade socioeconómica e cultural que venha a ser construída em volta do fenómeno das peregrinações a Compostela nas comunidades locais atravessadas pelos vários caminhos que levam de Portugal a Compostela.

## V. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alves, Sandra Maria Pereira Paiva (2012). A Antevisão do Peregrino na Iconografia de São Tiago no Caminho Português de Santiago entre Viseu e Chaves. Subsídios para a criação de uma rota turística – Volume I. (Tese de Mestrado). Universidade Católica Portuguesa. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10400.14/15849>

Alves, Sónia (2017). Requalificação e gentificação no centro histórico do Porto. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, XXI/557.

Rodríguez-Barcón, Alberto (2020). El papel de la clase creativa en la gentificación comercial del centro histórico de A Coruña. Finiserra, LV (113): 89-116. doi: <https://doi.org/10.18055/Finis19046>

Andrade, M<sup>a</sup>. J, Leira, G., Caramés, R. (2010): “El turismo como factor estratégico de desarrollo rural: el Camino de Santiago Francés”, Rotur-Revista de Ocio y Turismo, 3: 49-82.



Antunes, Ângela Isabel Lopes, (2016). Caminhar na era tecnológica em direção a Santiago de Compostela: Estudo do uso de uma APP por parte dos peregrinos. (Tese de Mestrado). Instituto Superior Politécnico de Viseu. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10400.19/3322>

Bastos, Sérgio Amaro Ferreira de Castro (2012). Guião interpretativo da geologia do Caminho de Santiago (Caminho Central Português: Porto - Santiago de Compostela). (Tese de Mestrado). Universidade do Minho. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1822/22777>

Beirante, Tatiana Filipa Mata (2017). O ensino-aprendizagem do espanhol/castelhano nas escolas públicas portuguesas: razões da sua escolha por parte dos alunos. (Tese de Mestrado). Universidade Nova de Lisboa. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10362/22396>

Campos, Jenny, Batista, Maria Manuel e Latif, Larissa (2014). Chaves (2007-2011) Que estratégias político-culturais?. Baptista, M e Campos, J. (coords), Políticas Públicas para a Cultura: dinâmicas, tensões e paradoxos (pp. 75-88). Coimbra: Estudos Culturais e Grácio Editor.

Cerqueira, Eugênia Dória Viana (2014). A evolução das formas de gentrificação: estratégias comerciais locais e o contexto parisiense. Cad. Metrop., 16/32: 417-436.

Costa, Daniela Catarina Martins da (2015). A (Re) Ativação de um caminho Histórico: o caso do Caminho de Santiago em Braga. (Tese de Mestrado). Universidade Lusíada. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11067/2950>

Duarte, Ana Catarina Fernandes (2016). Caminhos de Santiago: o Caminho Português como fator de desenvolvimento turístico no concelho de Barcelos. (Tese de Mestrado). Universidade do Porto. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10216/87059>

Escola Superior de Enfermagem Cruz Vermelha Portuguesa – Alto Tâmega (2020). Relatório de atividades 2018/2019. Chaves.

Freitas, Deolinda Gonçalves de (2018): Impactos do Caminho de Santiago em Chaves: perspetiva cultural. (Tese de Mestrado). Universidade do Minho. Recuperado de <http://hdl.handle.net/1822/59783>

Fundação Francisco Manuel dos Santos – PORDATA (2009). Base de Dados Portugal Contemporâneo. Recuperado de: <https://www.pordata.pt>

Gomes, Leandro Eustáquio (2012). Olhares sobre o património: uma etnografia do Caminho de Santiago Português. (Tese de Mestrado). Universidade de Coimbra. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10316/25954>

Gonçalves, Diana Pinto (2013). Aspectos do bilinguismo no comércio da fronteira uruguaia-brasileira. PAPIA: Revista Brasileira de Estudos do Contato Linguístico, v. 23(2), 201-221. Recuperado de: <http://revistas.fflch.usp.br/papia/article/view/2045/1915>

Gonçalves, Francisco Joaquim Barbosa (2012). Plano de Interpretação dos Caminhos de Santiago no Centro Histórico de Barcelos. (Tese de Mestrado). Instituto Politécnico de Viana do Castelo. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11960/1337>

Gracia, J. (2005). El Camino de Santiago en el nuevo milenio. Fayuela: revista de estudios calceatenses, 1:57-66. doi: [https://doi.org/10.1016/s0033-3182\(68\)71872-7](https://doi.org/10.1016/s0033-3182(68)71872-7)

Granero Gallegos et al (2007). Estudio sobre las motivaciones para recorrer el Camino de Santiago. Apunts Educación Física y Deportes, 3.er trimestre 2007, 88-96. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/39140899.pdf>

INE – Instituto Nacional de Estatística (2012). Censos da população e da habitação 2011. Recuperado de: <http://censos.ine.pt>

Lima, Cristina Maria Fiúza da Rocha Pereira de (2011). Turismo cultural: à descoberta do Castro de S.to Estêvão da Facha: um percurso pedestre no Caminho Português de Santiago. (Tese de Mestrado). Universidade do Minho. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1822/20347>

Maia, José Augusto (2010). Caminhar e Chegar. Nota sobre peregrinações, turismo e desenvolvimento. Em Cordeiro Gonçalves, Eduardo (Ed.), Dinâmicas de rede no turismo cultural

e religioso. II Jornadas Internacionais de Turismo Edições (pp. 385-399). Maia: Edições ISMAI. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10400.24/129>

Marques Pereira, Miguel Nuno (2014). Sistemas de Informação Geográfica e Realidade Aumentada em Turismo: Guia interativo do Caminho Português de Santiago em Barcelos. (Tese de Doutoramento). Universidade de Santiago. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10347/11998>

Martín-Duque, Clara (2017). Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 5 (1), 62-73. doi: <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.155>

Mendes, Ana Catarina (2009). Peregrinos a Santiago de Compostela. Uma etnografia do Caminho Português. (Tese de Mestrado). Universidade de Lisboa. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10451/299>

Montes, C. (2015). Al andar se hace turismo: nuevas ruralidades en torno al Camino de Santiago. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 65:131-150.

Nadaís, Catarina Duarte Fontoura (2010). O Turismo e os territórios da espiritualidade. Os Caminhos de Santiago em Portugal. (Tese de Mestrado). Universidade de Coimbra. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10316/15370>

Pardellas, X. e Padín, Carmen (2014). El Camino de Santiago portugués en Galicia y las estrategias turísticas locales. *Revista de análisis turístico*, 17, 1º semestre 2014, 51-59. Recuperado de: <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/176/146>

Pazos-Justo, Carlos (2017). Turismo, imagem e comunidade. Reflexões a partir do caso de Santiago de Compostela. Em Groba, Fernando e Dono, Pedro (Orgs), *Galegos no Minho. 20 anos do Centro de Estudos Galegos* (pp. 79-92). Braga: Centros de Estudos Galegos/Universidade do Minho. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1822/49490>

Pazos-Justo, Carlos, Araujo, Marisa R. e Samartim, Roberto (2019). Políticas culturais e comunidade local: contributos para a análise do caso de Santiago de Compostela como meta dos Caminhos de Santiago. Em Martins, M. L & Macedo, I. (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 175-189). Braga: CECS.

Pazos-Justo, Carlos, Araujo, Marisa R. e Samartim, Roberto (2018). Reinventio e unanimidade. Impacto das políticas culturais e turísticas na Comunidade local de Santiago de Compostela. *SÉMATA, Ciências Sociais e Humanidades*, 2018, vol. 30: 233-256.

Pereiro, Xerardo (2017). Turiperegrinos portugueses no Caminho Português Interior de Santiago de Compostela. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27/28, 413-423.

Pereiro, Xerardo e Fernades, Filipa (2018). *Antropologia e Turismo: teorias, métodos e praxis*. Tenerife: PASOS/RTPC.

Pimenta, José (2016). Abrigo Mínimo de Apoio aos Peregrinos no Caminho Português de Santiago de Compostela. (Tese de Mestrado). Instituto Politécnico do Cávado e do Ave. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11110/1132>

Pina, Marta Daniela Ferreira dos Santos (2013). Abrigos em percursos de peregrinação: abrigos mínimos em Chaves e Montalegre. (Tese de Mestrado). Universidade Lusíada. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11067/3365>

Precedo, A., Revilla y A. Mínguez, A. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago. *Estudios Geográficos*, 68 (262), 205-234.

Remoaldo, Paula e Cadima Ribeiro, José (2017). O legado de Guimarães capital europeia da cultura 2012: a leitura dos residentes e dos visitantes. Porto: Edições Afrontamento de Autores.

Santos, José Fernando Oliveira (2011). Os impactos do turismo religioso: O caso da Semana Santa em Braga. (Tese de Mestrado). Universidade Fernando Pessoa. Recuperado de: <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/2237>

Santos, Tânia Leitão dos (2015). A Caminho de Santiago: Arquitetura Popular em Projeto. (Tese de Mestrado). Universidade do Porto. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10216/81597>

Santos Solla, Xosé Manuel (2006). El camino de santiago: Turistas y peregrinos hacia Compostela. Cuadernos de Turismo, 18, 135-150. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801805>

Santos Solla, Xosé Manuel (2012). Los Turismos de Interior en Galicia. Balance y Perspectivas. POLÍGONOS. Revista de Geografía, 23, 213-234. Recuperado de: <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/poligonos/article/view/541>

Serviços de Estrangeiros e Fronteiras (2017). Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo 2016 Recuperado de: <http://sefstat.sef.pt>

Silva, América Flávia Borges da e Pazos-Justo, Carlos (2018). O Caminho de Santiago como um recurso didático promotor da competência cultural nas aulas de E/LE. Em VVAA (Eds.), Investigación e Innovación en la Enseñanza de ELE. Avances y desafíos (pp. 25-37). Vilanova de Famalicão: Centro de Estudos Humanísticos/Fundación Ramón Areces.

Sousa, Bruno, Casais, Beatriz, Malheiro, Alexandra e Simões, Cláudia (2017). A experiência e o marketing turístico em contextos religiosos e de peregrinação: o caso ilustrativo dos Caminhos de Santiago. Revista Turismo & Desenvolvimento, 27/28, 789-800. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1822/54113>

Suaréz, Maria José Andrade, Landeira, Grial Leira e Valo, Rosa Camarés (2010). El Turismo como Factor Estratégico de Desarrollo Rural: el Camino de Santiago Francés. ROTUR, Revista de Ocio y Turismo, 3, 49-82. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3610323>

Torres Feijó, Elias J. (2011). Discursos contemporâneos e práticas culturais dominantes sobre Santiago e o Caminho: a invisibilidade da cultura como hipótese. Em Lourenço e O. Silvestre, M. (Coords.), Literatura, espaço, cartografias (pp. 391-448). Coimbra: Centro de Literatura portuguesa.