

EVENTOS CULTURAIS E TURISMO: A FESTA DA CASTANHA NA ILHA DA MADEIRA

Data de aceite: 02/05/2022

Noémi Marujo

Doutorada em Turismo. Professora Associada da Universidade de Évora. Investigadora do CIDEHUS
<https://orcid.org/0000-0001-8058-5130>

RESUMO: Os eventos culturais são fundamentais para melhorar a imagem do destino e captar mais turistas para uma região. A Festa da Castanha, que se realiza todos os anos no mês de novembro na pequena vila do Curral das Freiras da Ilha da Madeira, tem como finalidade celebrar e recordar a importância sociocultural e económica de uma atividade agrícola ligada à história da referida localidade. É um evento cultural que valoriza a tradição local, que contribui para a sociabilidade da população e que, também, atrai muitos visitantes para o destino que é essencialmente rural.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Festa da Castanha, Comunidade, Visitantes, Tradição.

CULTURAL EVENTS AND TOURISM: THE CHESTNUT FESTIVAL ON MADEIRA ISLAND

ABSTRACT: Cultural events are essential to improve the destination's image and attract more tourists to a region. The Chestnut Festival, which takes place every year in November in the small village of Curral das Freiras on Madeira Island, aims to celebrate and remember the socio-cultural and economic importance of an

agricultural activity linked to the history of that locality. It is a cultural event that values the local tradition, which contributes to the sociability of the population, and which also attracts many visitors to the destination that is essentially rural.

KEYWORDS: Tourism, Chestnut Festival, Community, Visitants, Tradition.

1 | INTRODUÇÃO

Os eventos culturais ocupam, cada vez mais, um lugar especial na cultura e na história de uma comunidade. Dentro da tipologia dos eventos culturais estão as festas ligadas à época agrícola que desempenham um papel importante no calendário de eventos de algumas vilas e cidades. Em algumas localidades elas são um forte motivo para a prática do turismo. São festas ao vivo e, portanto, funcionam como uma 'arma' para atrair visitantes e/ou turistas que estão motivados para adquirirem experiências passivas ou ativas sobre a cultura festiva de uma comunidade.

As tradições culturais associadas a épocas agrícolas de uma localidade ou região constituem um forte atrativo para a promoção e consumo do turismo. Sublinhe-se que a valorização da cultura local ou regional tem sido objeto de uma procura crescente, pois muitas viagens são motivadas pelas manifestações culturais tradicionais que certos destinos apresentam (Marujo, 2015).

Hoje assiste-se, cada vez mais, ao

planeamento e organização de festas associadas à época agrícola. Elas contribuem para o desenvolvimento da atividade turística e, também, para a imagem turística de um lugar. Refira-se que no contexto do consumo dos eventos, as festas agrícolas “podem desempenhar um papel proeminente na criação de marca, posicionamento e promoção de um destino” (Dimanche, 2002, p.77).

No entanto, as festas agrícolas também podem provocar impactos negativos na imagem de marca de um lugar. Por isso, o envolvimento da comunidade no planeamento e organização de uma festa com raízes históricas e culturais é decisivo para o seu sucesso. Por isso, e como forma de manter a tradição, a Festa da Castanha na Ilha da Madeira envolve sempre a população local que vivencia e recorda as tradições associadas à castanha, mas também passa para os mais jovens a essência da festa.

2 | FESTAS E TURISMO

As festas funcionam como uma espécie de ‘arena’ onde o conhecimento local é produzido e reproduzido, onde a história e a herança cultural que distinguem um lugar do outro são revistas, rejeitadas ou recriadas (Quinn, 2009). Elas funcionam como um instrumento de comunicação entre culturas, pois promovem a mistura entre ‘nós’ e os ‘outros’ (Marujo, 2015). Para esta autora, as festas permitem novas formas de sociabilidades e novas relações com o mundo. Mais do que um elemento de diversão, a festa “...é a rutura total com a prática quotidiana. Momento de escape institucionalizado, ela corta e ultrapassa as barreiras formais e rígidas do controlo social, nega o peso estrutural das coisas organizadas na ótica do dever ser, permite o desvio da norma e mete no bolso os interditos habituais” (Ramos, 1997, p.89).

Em algumas regiões as festas agrícolas destacam-se, cada vez mais, como uma tendência promissora que gera movimento económico e social para o lugar onde se inserem. Elas atraem turistas, geram receitas e valorizam o território. É verdade que o turismo pode ser um motivador para o processo de comercialização da Festa. Mas também é um facto que, muitas vezes, algumas festas são revivificadas através do turismo. Por outro lado, é através delas que uma comunidade comemora a sua singularidade cultural e histórica (Marujo, 2014).

Hoje o ser humano manifesta, cada vez mais, a vontade de consumir diferenças culturais que se encontram no património intangível de uma região e, portanto, este facto leva a que muitos promotores recorram aos recursos culturais existentes numa localidade como, por exemplo, as festas agrícolas para atraírem turistas e visitantes.

A festa revive tradições, cria formas de expressão e é um instrumento para a afirmação da identidade cultural (Marujo, 2015). A autora refere que a festa pode servir para atrair os turistas que desejam conhecer um pouco mais sobre os hábitos ou costumes que elas transmitem. Em alguns casos, as festas até despertam o desejo íntimo dos turistas

vivenciarem o evento juntamente com os residentes.

2.1 A Festa da Castanha no Curral das Freiras

A Festa da Castanha, promovida pela Casa do Povo do Curral das Freiras (Ilha da Madeira), é um evento cultural que procura retratar a importância da castanha para a freguesia do Curral das Freiras. O evento que teve a sua origem na década de 80, do século passado, era essencialmente de cariz comunitário. Refira-se que os eventos comunitários têm como objetivo comemorar determinados aspetos do modo de vida de uma comunidade. Eles estão relacionados com a participação, envolvimento e a criação de um sentido de identidade e são, também, fundamentais para o bem-estar social de uma comunidade (Clarke e Jepson, 2011).

Hoje, a Festa da Castanha não é apenas realizada para a comunidade, mas também para turistas e visitantes que têm como motivação entrar em contacto com a cultura local. A Festa é utilizada como um instrumento de promoção para o turismo, mas também como uma forma de impulsionar a economia local.

Na Festa, há uma preocupação da comunidade mostrar para os visitantes e turistas o seu reino cultural e social através do artesanato, das danças, exposições e outras manifestações culturais. O ponto mais alto da Festa da Castanha é o designado 'Cortejo Alegórico da Festa da Castanha' que envolve crianças, jovens e adultos (Figura 1). Todos participam na Festa. Os mais idosos recordam velhos tempos, os mais jovens procuram dar continuidade à herança cultural da festa e as crianças entram em contacto, pela primeira vez, com a cultura da Festa. O envolvimento dos residentes na organização da Festa cria um sentimento de pertença e, também, um orgulho comunitário.



Figura 1 – Cortejo Alegórico da Festa da Castanha

Fonte: Casa do Povo do Curral das Freiras (2018)

As imagens da figura (1) ilustram, de certa forma, como a comunidade vive a Festa. A representação dos trajes e alguns artefactos estão relacionados com as tradições locais e madeirenses. É óbvio que a Festa sofre alterações ao longo do tempo, especialmente, pelos mais jovens que procuram introduzir a inovação. Mas, ela mantém sempre os traços da tradição local.

Na Festa não pode faltar as tradições gastronómicas relacionadas com a castanha (Figura, 2). Refira-se que a gastronomia é um atrativo turístico, especialmente, para aqueles turistas que procuram conhecer e experimentar novos sabores, ou seja, particularidades gastronómicas de uma localidade (Marujo, 2017). Segundo a autora, a gastronomia conta a história de um lugar e é um elemento central da experiência turística. Na festa a experiência abarca os cinco sentidos, e cada experiência assume um significado diferente para os consumidores da Festa, pois ela “tem o seu próprio momento e ocorre em função do estado de espírito de um indivíduo e da forma como ele interage com o lugar que visita” (Marujo, 2016, p.1), ou seja, como o lugar da Festa.



Figura 2 – Gastronomia associada à Castanha

Fonte: Casa do Povo do Curral das Freiras (2017; 2018)

Na Festa, residentes e visitantes podem experimentar a tradicional sopa de castanha, o pudim de castanha, diversos tipos de bolo e biscoitos à base de castanha, o famoso licor de castanha e, claro, as castanhas assadas. Refira-se que a singularidade da gastronomia madeirense está relacionada com os costumes da população rural. Ela traduz vivamente a identidade cultural da população madeirense (Rodrigues, 2014).

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Festa da Castanha, promovida pela Casa do Povo do Curral das Freiras da Ilha da Madeira, promove o diálogo entre residentes e visitantes. Ela promove a autenticidade e é vista como um verdadeiro espaço de hospitalidade. Refira-se que é durante a festa que as pessoas atingem um alto grau de sociabilidade. De facto, a Festa une os habitantes de uma localidade (parentes, vizinhos, amigos e conhecidos). Ela funciona como “um elemento aglutinador que faz esquecer quezílias, diferenças e distâncias. (...) A comunidade revê-se na festa e elege-a como o momento mais alto da sua identidade coletiva” (Ramos, 1997, p.89).

A Festa da Castanha é uma oportunidade para a comunidade local desenvolver e partilhar a sua cultura. A festa quebra a rotina do dia-a-dia e valoriza a natureza social em si. Por outro lado, ela oferece ao turista uma oportunidade para ver e experimentar a forma como a comunidade comemora a sua cultura ligada à uma época agrícola.

FINANCIAMENTO

“Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UIDB/00057/2020”

REFERÊNCIAS

CLARKE, A. e JEPSON, A. (2011): “Power and hegemony within a community festival”. *International Journal of Event and Festival Management*. Vol. 2, N. 1, p.7-19.

DIMANCHE, F. (2002): “The contribution of special events to destination brand equity”. In WOBER, K. (Ed.), *City Tourism 2002: Proceedings of European Cities Tourism’s International Conference*. Vienna: Springer.

QUINN, B. (2009): “Festivals, events and tourism”. In JAMAL, T. and ROBINSON, M. (Eds.) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London: Sage Publications.

MARUJO, N. (2014): “Turismo e eventos culturais: a festa da flor na ilha da Madeira e as motivações dos turistas”. *Investigaciones Turísticas*, N.7, p.71-86.

MARUJO, N. (2015): “*Turismo, Turistas e Eventos: Da Teoria à Prática*”. Castelo Branco. RVJEditores

Marujo, N. (2016): “Turismo, turistas e experiências: abordagens teóricas”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, Vol.9, N.20, p.1-13, En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/turistas.html>

MARUJO, N. (2017): “*Fiestas, Gastronomía y Turismo: el caso de la Isla de Madeira (Portugal)*”. In Schluter, R. e Norrild, J. (Eds), *Gastronomía y Turismo*. Buenos Aires: CIET.

RAMOS, F. (1997): “*Os proprietários da sombra*”. Lisboa: Universidade Aberta.

Rodrigues, E. (2014): “*Turismo no espaço rural e património: as casas de campo na Ilha da Madeira*”. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acolhimento 73, 74, 75

Atendimento 14, 66, 67, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 96

Atrativos 3, 4, 5, 9, 10, 11, 13, 14, 94, 128, 129

C

Circuito 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 28, 87

Comunidade 5, 10, 11, 13, 42, 44, 45, 56, 60, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 124, 129

D

Demanda 15, 21, 22, 25, 26, 27, 93, 96, 119

Desenvolvimento 1, 2, 3, 4, 5, 7, 13, 14, 15, 16, 17, 46, 51, 65, 76, 81, 84, 91, 103, 108, 109, 110, 112, 114, 115, 118, 119, 120, 124, 125, 126, 128, 129, 133, 135

E

Escoffier 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 96, 97, 98, 99, 100

Excelência 41, 69, 75, 78, 79, 82, 96, 97, 98

Experiência 50, 51, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 105, 117, 118, 119, 128, 129

G

Gestão 51, 66, 76, 78, 93, 94, 96, 123, 137

H

Hospitalidade 66, 67, 68, 69, 70, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 106

Hospitalidade contemporânea 78, 80, 81, 96

Hotel 9, 12, 66, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101

Hotelaria hospitalar 66, 70, 72, 76, 77

Hotelaria tradicional 66, 67, 68, 71, 72, 74, 75

I

Inovação 5, 92, 97, 99, 105, 108, 110, 111, 112, 115, 118, 120, 137

L

Lazer 9, 12, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 52, 68, 72, 109

M

Meios de hospedagem 69, 71, 72

Metodologia 16, 51, 52, 136, 137

Município de Colombo 2

O

Oferta 5, 8, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 26, 27, 38, 42, 48, 51, 87, 89, 93, 94, 96, 129

P

Parque Municipal 9, 42, 47

Parque urbano 41

Patentes 108, 109, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119

Patrimônio 41, 42, 43, 47, 49, 51, 62, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 134, 135, 136

Patrimônio natural 41, 42, 43, 47, 49

Planejamento 4, 7, 16, 17, 50, 52, 76, 89, 115, 137

Poder público 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 44, 45

Políticas públicas 2, 51, 52, 123, 124, 125

R

Recepção 66, 68, 69, 71, 72, 73, 75

Região Metropolitana de Curitiba 1, 2

Ritz 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 96, 97, 98, 99, 100

Roteirização 1, 2, 3, 4, 5, 7, 15, 16, 17

Roteiro 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 130, 132

S

Satisfação 47, 52, 66, 67, 70, 73, 74, 75, 90, 95, 96, 97, 98

T

Tecnologia 41, 94, 95, 96, 97, 107, 108, 111, 117, 123, 126

Território 4, 5, 6, 9, 15, 16, 17, 103, 124, 135

Tradicional 66, 68, 72

Turismo 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 45, 50, 51, 59, 69, 76, 77, 78, 79, 95, 100, 102, 103, 104, 107, 108, 109, 111, 112, 114, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 124, 125, 126, 128, 129, 133, 134, 135, 137

Turismo rural 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 35

Turista 37, 107, 115, 119

Turismo:

Movimento temporário e
consequências sociais 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 



Atena
Editora

Ano 2022

Turismo:

Movimento temporário e
consequências sociais 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 



Atena
Editora

Ano 2022