

*A Cultura e seus Públicos: Panóias – um estudo de caso*

Rute Teixeira



*IS Working Papers*

*2.ª Série, N.º 10*

Porto, maio de 2014



## IS Working Papers

2.ª Série

**Editora:** Cristina Parente

*Uma publicação seriada online do*

**Instituto de Sociologia**

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

*Unidade de I&D da Fundação para a Ciência e a Tecnologia*

Disponível em: [http://isociologia.pt/publicacoes\\_workingpapers.aspx](http://isociologia.pt/publicacoes_workingpapers.aspx)

ISSN: 1647-9424

### IS Working Paper N.º 10

***Título/Title***

“A Cultura e seus Públicos: Panóias – um estudo de caso”

***Autora/Author***

Rute Teixeira



As(Os) autoras(es), titulares dos direitos desta obra, publicam-na nos termos da licença *Creative Commons* “Atribuição – Uso Não Comercial – Partilha” nos Mesmos Termos 2.5 Portugal (cf. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pt/>).

# A Cultura e seus Públicos: Panóias – um estudo de caso

Rute Teixeira

*Mestre em Ciências da Educação – Universidade Portucalense, Infante D. Henrique*

*Assistente de Investigação – Faculdade de Letras da Universidade do Porto*

E-mail: [rteixeira@letras.up.pt](mailto:rteixeira@letras.up.pt)

## Resumo

O trabalho de investigação aqui apresentado, levado a cabo sob o título *A Cultura e seus Públicos: Panóias – um estudo de caso*, só foi possível num espaço culturalmente enriquecido por um legado histórico de extremo valor, como é o Santuário de Panóias, localizado em Vila Real, que durante alguns anos recolheu informação sobre o perfil dos visitantes e o seu nível de satisfação com o Monumento. Este estudo teve como principais objetivos caracterizar os públicos que visitaram o Santuário entre 1996 e 1999 e entre 2006 e 2011, e ouvir as suas opiniões e propostas de melhoria. Para concretização destes objetivos foram construídos três instrumentos de investigação: inquérito por questionário, inquérito por entrevista e grelha de observação direta. A investigação desenvolveu-se entre a análise quantitativa e qualitativa e o cruzamento de dados mostrou-se fundamental em todo este processo. Tendo em conta o objetivo da investigação, concluímos que os públicos que maioritariamente visitaram o Santuário de Panóias no período analisado foram o que Lopes (2004: 45) designou nos seus trabalhos como “*habituais*”. Assim, analogamente ao que Lopes (2004: 46) referencia nos seus estudos, os públicos do Santuário de Panóias caracterizam-se por possuir habilitações académicas elevadas e profissões qualificadas, sendo detentores de um forte capital cultural já intrínseco e enraizado.

**Palavras-chave:** Públicos da cultura; valorização cultural; sítios patrimoniais.

## **A valorização cultural no âmbito do património histórico<sup>1</sup>**

Nos dias que correm, a cultura possui uma centralidade singular, sendo condição essencial da existência humana, pois é pela cultura que o homem adquire o seu verdadeiro significado e o sentido do seu próprio destino.

Vivemos num mundo onde tudo está interligado, onde a cultura é entendida como o “modo de relacionamento humano com o seu real” (Certeau, 1993: 8), ou ainda, como o conjunto dos artefatos construídos pelos sujeitos em sociedade (palavras, conceitos, técnicas, regras, linguagens) pelos quais dão sentido, produzem e reproduzem a sua vida material e simbólica.

A par do seu carácter simbólico, o que melhor define a cultura é o seu carácter criativo. Sem este não existiria o produto cultural nem mesmo a atividade. A cultura traduz-se num esforço coletivo pelo aprimoramento de valores espirituais e materiais que caracterizam um povo.

Mas refletir sobre a cultura implica também referenciar a importância dos conceitos de valorização cultural e de património, isto porque, estas conceções permitem-nos fazer uma abordagem em termos de atratividade, autenticidade e diferenciação de uma região, condição através da qual esta será revalorizada em termos de imagem e de identidade.

Desta forma, a discussão em prol da valorização cultural deverá assegurar a “sustentabilidade futura de uma região, construindo e consolidando uma imagem credível e consistente, respeitando o património cultural enquanto bem não renovável” (Barata, 2002: 70).

Dada a relevância que estas temáticas possuem na nossa sociedade, torna-se fundamental consciencializar os indivíduos para a importância da conservação e valorização do património cultural.

Ao nível da temática da cultura encontramos autores como Ruiz (2006: 190) e Jorge (2000: 6), que entendem a valorização da cultura e do património cultural como um “elo de sustentação, de identificação, de herança e de riqueza histórica, bem como um suporte de diferenciação, atratividade e singularidade de uma região”.

De acordo com estes teóricos, interessa preservar o património como forma de perpetuar a memória coletiva, como forma de dar a conhecer os valores culturais que transcendem a nossa sociedade, como relíquias que trazem consigo o legado histórico e a identidade de uma sociedade.

Ruiz (2006: 160) considera que a grande finalidade da cultura é a “orientação crítica para o desenvolvimento da vida intelectual, sendo os seus valores: verdade, beleza, justiça, santidade, realizados como produtos culturais concretos”.

Ainda debatendo este tema, o autor entende que “a cultura diz respeito a todas as criações positivas do homem, quer sejam de carácter material ou de índole espiritual, e a sua transmissão se processa simultaneamente das gerações mais velhas para as mais jovens, sendo muitas vezes geradora de conflitos e de resistência por parte dos indivíduos que constroem a nossa sociedade” (Ruiz, 2006:

---

<sup>1</sup> Esta investigação foi desenvolvida no âmbito do mestrado em Ciências da Educação da Universidade Portucalense, Infante D. Henrique, sob orientação da Professora Doutora Isabel Freitas, em parceria com a Direção Regional da Cultura do Norte, à qual apresento os meus agradecimentos, na pessoa do Dr. Orlando Santos.

166). Neste sentido, conclui-se que a cultura diz respeito a toda a criação diária que o Homem concretiza e que foi fruto das suas aprendizagens enquanto ser social.

Ora se a cultura detém uma forte relevância na sociedade atual, não poderemos também de deixar remeter tal relevância, para a questão da valorização do património cultural. Mais uma vez, Ruiz (2006: 165) dedica-se a esta temática referindo que o património cultural “contempla tudo aquilo que caracteriza um povo, desde os vestígios pré-históricos, cidades antigas, monumentos e todo o legado herdado pelas gerações anteriores em termos de tradições, lendas e gastronomia, que nos atribuem uma identidade cultural e nos permite reconhecer como algo que faz parte do nosso Ser”.

Partilhando a mesma ideia, Casasola (1990: 31) argumenta que o “património cultural de uma região é constituído por todas as manifestações tangíveis e intangíveis produzidas na sociedade, constituindo-se como factores de identificação e de diferenciação de um povo”, incluindo simultaneamente “monumentos, lugares e objetos representativos de um legado histórico, bem como exemplos da cultura, arte popular, tradições, costumes e valores de um Povo” (Casasola, 1990: 31).

Fica desta forma patente, a relevância do conceito de património cultural imaterial, enquanto “reforço de um sentimento de identidade e continuidade que promovem o respeito pela diversidade cultural e criatividade humana” (Mamontoff, 2010: 158).

Ao analisarmos as atitudes e os comportamentos na sociedade atual, verificamos que os indivíduos exigem cada vez mais a proteção cultural do seu património, bem como a transmissão destes valores às gerações vindouras, como forma de perpetuar um legado histórico que confere uma identidade social e cultural a cada cidadão.

É importante viver num país onde os bens culturais sejam entendidos como tesouros ou relíquias, portadores da história de cada nação, que nos concedem uma identidade única, e que nos distinguem dos outros povos, também eles portadores de uma vivência singular. Mas também, é fundamental que todos os cidadãos tenham a possibilidade de participar ativamente na fruição do património cultural, como forma de desenvolvimento pessoal e de integração social, conferindo-lhes quer um sentimento de pertença e de patriotismo, mas também de sabedoria e conhecimento, tão relevantes no incremento de uma consciência social ativa.

Neste âmbito, o património cultural tem cada vez um maior impacto na mobilização da população, sendo importante que a cultura, enquanto elemento transmissor de conhecimento e de valorização do indivíduo esteja á disposição de todos os públicos como fator de inclusão e de igualdade social.

De acordo com a UNESCO (2001) “as políticas que favorecem a inclusão e a participação de todos os cidadãos garantem a coesão social, a vitalidade da sociedade civil e a paz”. Só uma cultura inclusiva é que contribuirá para um efetivo desenvolvimento da sociedade e respetivos cidadãos. Seguindo esta perspetiva “o desenvolvimento social ocorre, em primeiro lugar, pela valorização dos cidadãos que constituem uma sociedade, pelo respeito às suas práticas culturais e pelo acesso ao conhecimento” (Brant, 2002: 18). Assim sendo, cultura e sociedade estão inteiramente interligadas.

É neste campo que a “sociologia da cultura constitui uma aposta completa para analisar a permeabilidade da cultura nas diferentes realidades sociais, convidando-nos a repensar as disposições metodológicas que serão necessárias para incidir na emoção humana” (Alexander, 2000: 220).

Se cultura diz respeito a tudo aquilo que envolve o homem enquanto ser social, ficando este sujeito, à transmissão de valores morais e éticos, e de um legado histórico que por um lado, condiciona o seu desenvolvimento enquanto pessoa, e por outro, define a sua identidade, não se pode desagregá-la do conceito de “públicos da cultura”, na medida em que as dinâmicas sociais vão sofrendo mutações em função das variações culturais que emergem na sociedade.

Torna-se, desta forma, fundamental entender a questão dos públicos da cultura, pois segundo Santos (2004: 80) esta percepção permite “que as instituições culturais e as instâncias políticas possam encontrar respostas adequadas para a momentosa questão dos novos públicos”.

## **Os públicos da cultura**

Para vários teóricos da atualidade, o conceito de públicos da cultura, em termos genéricos, diz respeito a todos aqueles e aquelas suscetíveis de consumir atividades culturais. No entanto, cada autor aborda a temática de acordo com a sua perspetiva, verificando-se uma evolução em termos sociológicos deste conceito, ao longo dos tempos.

Falemos primeiramente de Bourdieu (2005: 100), que “identifica os públicos da cultura na capacidade intelectual que têm na descodificação dos bens artísticos”. O autor limita os públicos culturais a uma classe social dominante que, independentemente do seu perfil socioeconómico (apesar de dar mais enfoque às classes mais abastadas da sociedade) domina um maior capital social e/ou educacional por comparação com outras camadas da sociedade.

Gomes (2004: 33) partilha da ideologia de Bourdieu (2005: 101), na medida em que concorda que “os lugares de classe correspondentes a recursos escolares elevados, bem como a elevada qualificação profissional se associam a uma maior probabilidade de consumo cultural regular e de frequência de eventos e equipamentos culturais” (Gomes, 2004: 33).

Partindo deste pressuposto, Santos (2003: 80) considera a existência de duas posições relativas aos públicos da cultura. A primeira posição apoia-se na “democratização do acesso aos patamares mais selectivos da criação e dos consumos culturais, que permanecem estreitamente correlacionados com o nível de instrução, e, por essa via, com a condição socioprofissional” (Santos, 2003: 82). A segunda posição apoia-se na “disseminação, do lado da oferta e da procura, das formas culturais mais próximas da cultura de entretenimento, audiovisual e mediática é, neste quadro, entendida como demonstrativa de uma reprodutibilidade pesada da “cultura de arte”, cujo combate requererá o aperfeiçoamento dos processos de familiarização precoce e prolongada com os campos culturais mais seletivos” (Santos, 2003: 82).

Outra ideia a ter em conta é a de Costa (2004: 95), na medida em que considera que o conceito de públicos da cultura “pode ser caracterizado, de maneira simples, mas precisa, como designando um tipo específico de relação social”. Que tipo de relação social é essa? Segundo o autor, “refere-se essencialmente às relações sociais das pessoas com as instituições”, que por sua vez têm sofrido algumas alterações devido a mudanças societárias em termos educativos, económicos e comunicacionais (Costa, 2004: 97), ou seja, “assiste-se hoje a uma mudança profunda nos modos de relação das pessoas com as instituições” (Costa, 2004: 100).

Outro investigador da área entende que falar dos públicos da cultura “pressupõe uma relação entre um conjunto de receptores mais ou menos activos e o campo da cultura objectivada e legitimada” (Lopes, 2004: 44). Na opinião deste “assiste-se a uma ruptura face a um modelo estático e hierarquizado de classificação das culturas, modelo este assente numa oposição entre indivíduos cultos ou cultivados e incultos. A grande massa de camadas populares era, assim, vista segundo um padrão de negatividade em oposição ao das camadas cultas, que eram vistas de um modo hierarquicamente superior” (Lopes, 2000: 35).

As tipologias criadas para definir públicos são variadas, como podemos comprovar após a análise de alguns estudos já efetuados por investigadores do Observatório das Atividades Culturais. Gomes (2004: 32) a partir da análise de estudos realizados anteriormente, como o Festival Internacional de Teatro de Almada e no Porto 2001 – Capital Europeia da Cultura, distingue três categorias de públicos da cultura. Esta categorização foi efetuada com base na análise entre os capitais escolares dos públicos e as suas práticas culturais. Em primeiro lugar diferencia os públicos cultivados, que segundo o autor dizem respeito “à parcela do público em que é mais clara a articulação entre elevados recursos qualificacionais e a regularidade das práticas culturais” (Gomes, 2004: 33). São públicos que frequentam de uma forma mais intensiva a cultura em prol das suas elevadas qualificações académicas. Um segundo perfil diz respeito aos públicos retraídos, estes são compostos pela população com “recursos qualificacionais relativamente reduzidos e frágeis hábitos culturais” (Gomes, 2004:33). Ou seja, são públicos cujos hábitos culturais são extremamente reduzidos, estando estes relacionados com a diminuta qualificação escolar. Por fim, o autor define um terceiro perfil, públicos displicentes, “caracterizados por elevadas qualificações, designadamente escolares, hábitos de saída convival regulares, que se ligam a uma forte juvenilidade, e, ao mesmo tempo, pela rara frequência de eventos e equipamentos culturais” (Gomes, 2004:38). O autor define este público, como um “potencial público relativamente ao consumo de bens culturais” (Gomes, 2004:38).

Ainda sobre esta temática, abordamos outro autor de grande relevo na caracterização dos públicos da cultura. Lopes (2004: 44) classificou os públicos da cultura em três categorias. Um primeiro perfil, designado como habituais, “são os que têm menor representatividade na população portuguesa” (Lopes, 2004: 45). Dizem respeito, no geral, a indivíduos altamente escolarizados, qualificados e jovens, “prevalecendo disposições estéticas fortemente interiorizadas, fruto de um capital cultural consolidado” (Lopes, 2004: 45). Lopes (2004: 46) designa como públicos irregulares os que são essencialmente “jovens e que frequentam de forma irregular os eventos culturais”. O autor entende que “a escolaridade é uma condição necessária mas não suficiente para a prática cultural regular” (Lopes, 2004: 47). Estes jovens estão mais relacionados com as formas mediáticas de cultura, e estão sujeitos aos fenómenos de regressão, por duas vias: a familiar, através do retorno a situações de convivência com gerações muito menos escolarizadas; e a posicional, com tarefas rotineiras que desmobilizam potenciais competências de inovação e criatividade. Por fim, os públicos retraídos (denominação idêntica em ambos os autores) movem-se quase exclusivamente fora da esfera cultural. Estes caracterizam-se pelo seu baixo capital escolar, e reduzida frequência nos eventos culturais. Estes públicos “movem-se quase exclusivamente na esfera das práticas doméstico-recetivas e de sociabilidade local” (Lopes, 2004: 49). E acrescenta que estas “categorias são ideias-tipo, que podem eventualmente ser transversais, ou seja, um “público retraído face à cultura erudita, pode ser um público habitual de um outro tipo de cultura (popular, massificada, etc.)” (Lopes, 2004: 49).

O mesmo autor refere a necessidade de “alargar e fidelizar novos públicos”, no sentido de alcançarmos “patamares mínimos de democratização cultural” (Lopes, 2004: 52). Este é um conceito atualmente importante e debatido, na medida em que nos permite refletir sobre estratégias de captação de novos públicos e de envolvimento de toda uma sociedade num processo de valorização da cultura enquanto fenómeno de valorização pessoal.

Se analisarmos o cerne desta questão, poderemos questionar: “Quem são os novos públicos da cultura?” Pelo que temos analisado na literatura, “novos” significa “mais dos mesmos”. No fundo trata-se de um esforço para trazer mais pessoas aos eventos culturais. De facto, um grande desafio é colocado aos profissionais da cultura e à sociedade em geral. Como refere Vlachou (2011), um dos desafios dos ambientes culturais será o envolvimento das pessoas como proposta individualmente enriquecedora. Os públicos terão de entender que o envolvimento com a cultura permitirá o desenvolvimento pessoal e social e os profissionais da cultura terão de encontrar as melhores soluções para o fazer.

## **Investigação empírica**

### *O Santuário de Panóias*

A investigação que foi levada a cabo sob o título *A cultura e seus Públicos: Panóias – um estudo de caso* só pôde ser concretizada num espaço culturalmente enriquecido por um legado histórico de extremo valor, como o Santuário de Panóias, em Vila Real.

O Santuário de Panóias, durante muitos anos denominado por Fragas de Panóias, está classificado como Monumento Nacional desde 1910, é propriedade do Estado, e está afeto à Direção Regional de Cultura do Norte. É conhecido desde o séc. XVIII (Argote, 1734). Foi objeto de estudos e investigação até aos nossos dias, por parte de investigadores nacionais e estrangeiros, sendo que com os trabalhos e a interpretação de Géza Alfoldy (1997) foi possível de facto identificar este espaço como um espaço sagrado, um Santuário, da época romana, dedicado a Serápis, divindade oriental.

Conservam-se hoje no lugar várias rochas talhadas, tendo três delas sido templos. Também se conservam numa delas quatro inscrições, uma em grego e três em latim, dedicadas a divindades.

Restam também as diferentes cavidades retangulares que serviam para queimar as vísceras, uma cavidade redonda – *gastra* –, para assar a carne, e ainda uma outra onde se procedia à limpeza do sangue, gordura e azeite. Outras cavidades estavam relacionadas com os pequenos templos existentes, e destinar-se-iam a guardar os instrumentos sagrados usados nos rituais.

Temos, portanto, em Panóias, testemunhos de um rito de iniciação dos mistérios das divindades infernais. As prescrições identificam-se como partes de uma lei sagrada, mas aplicadas a um local concreto e preciso.

A escolha deste local não foi feita ao acaso, mas sim fruto de critérios específicos e previamente estabelecidos.



## *Metodologia*

O grande intuito desta investigação foi averiguar “quais os Públicos visitantes do Santuário de Panóias e qual a sua opinião sobre o Monumento”.

O estudo de caso foi a estratégia de investigação utilizada no desenvolvimento deste trabalho. Para Yin (1993: 32), “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos”. Também Yacuzzi (2005:,299), em relação aos estudos de caso refere que “(...) o seu valor reside em que não apenas se estuda um fenómeno, mas também o seu contexto. Isto implica a presença de tantas variáveis que o número de casos necessários para as tratar estatisticamente seria impossível de estudar”.

O estudo de caso rege-se dentro da lógica que guia as “sucessivas etapas de recolha, análise e interpretação da informação dos métodos qualitativos, com a particularidade de que o propósito da investigação é o estudo intensivo de um ou poucos casos” (Latorre et al., 2003: 230).

A vantagem do estudo de caso é a sua “aplicabilidade a situações humanas, a contextos contemporâneos de vida real” (Dooley, 2002: 334). Dooley (2002: 333) refere ainda que “investigadores de várias disciplinas usam o método de investigação do estudo de caso para desenvolver teoria, para produzir nova teoria, para contestar ou desafiar teoria, para explicar uma situação, para estabelecer uma base de aplicação de soluções para situações, para explorar, ou para descrever um objeto ou fenómeno”.

A metodologia de qualquer estudo de investigação deve ser definida com base nas questões que se pretendem investigar, na medida em que são estas que determinam o quadro concetual e a metodologia a seguir. Desta forma, a investigação pode adquirir um “cariz quantitativo, qualitativo ou ainda a conjugação de ambos” (Guerreiro, 2003: 34).

Segundo Rocha (1999: 23) o investigador que se coloca na “perspectiva quantitativa valoriza mais os resultados que os processos, acredita na objectividade da avaliação” e coloca-se fora da subjetividade dos fenómenos culturais valorizando mais o carácter estável da realidade do que o dinâmico.

Por sua vez, um investigador que recorre à investigação qualitativa considera a cultura sempre ligada a valores, problematiza a objetividade da avaliação, valoriza mais os processos do que os resultados e mais o carácter dinâmico e subjetivo da realidade.

Embora o paradigma qualitativo esteja a ganhar terreno em relação ao quantitativo, um grande número de autores chama a atenção para as vantagens que se podem obter com “a combinação de métodos vindos dos dois paradigmas” (Fragoso, 2000: 16).

É o caso deste estudo, cujos dados recolhidos foram de natureza qualitativa e quantitativa, sendo os últimos utilizados num contexto meramente descritivo.

Para evitar enviesamentos, aconselha-se que neste tipo de investigação “sejam utilizadas três técnicas de recolha de dados: inquéritos (por entrevista e/ou por questionário), observação directa e análise de documentos” (Merriam, 1988: 120).

Atendendo ao âmbito da presente investigação e aos seus objetivos, os instrumentos utilizados para a recolha de dados foram: inquérito por entrevista, inquérito por questionário e grelha de observação direta.

#### *Construção dos instrumentos de recolha de dados*

Para a realização deste estudo foram construídos instrumentos de investigação adaptados aos objetivos da pesquisa. Esses instrumentos foram:

- Inquérito por questionário (aplicado a todos os visitantes do Santuário de Panóias);
- Inquérito por entrevista (aplicado ao Responsável e Guia do Santuário de Panóias);
- Grelha de observação direta (utilizada para observar no “terreno” aspetos de grande relevo).

#### *Inquérito por questionário*

“O questionário é tanto um ponto de chegada de uma reflexão como o ponto de partida para análises ulteriores” (Albarelo, 1997: 85) e, segundo Tuckman (2000: 100), é “utilizado pelos investigadores para transformar em dados a informação recolhida mediante interrogação de pessoas (ou sujeitos) e não observando-as ou recolhendo amostras do seu comportamento”.

Através deste processo, é possível medir o que uma pessoa sabe (informação ou conhecimento), o que gosta e não gosta (valores e preferências) e o que pensa (atitudes e crenças).

Tuckman considera ainda que “esta informação pode ser transformada em números ou dados quantitativos, utilizando técnicas de escalas de atitudes e escalas de avaliação, contando o número de sujeitos que deram determinada resposta, dando assim origem a dados de frequência” (2000: 102).

A construção do inquérito por questionário não foi da responsabilidade da investigadora, mas sim da Direção Geral de Cultura do Norte, que elaborou dois modelos a serem aplicados em momentos diferentes: um entre 1996 e 1999 e o seguinte entre 2006 e 2011.

Os dois exemplares utilizaram os seguintes tipos de questões:

- Questões abertas, em que o “sujeito responde a uma questão com as suas próprias palavras” (Damas & De Ketele, 1985: 24);
- Questões semifechadas, “possibilitando aos inquiridos não só a produção de algumas propostas” (dada a impossibilidade de sermos exaustivos nos itens por nós propostos), como também a valorização das suas próprias opiniões” (Damas & De Ketele, 1985: 56);
- Questões de “produção numerada e escolha múltipla” (Damas & De Ketele, 1985: 67), a partir das quais foi possível a caracterização da amostra.

Relativamente ao processo de amostragem, do qual depende a validade que permite a posterior generalização de resultados, não deve ser deixada ao acaso, pois pretendeu-se uma amostra o mais representativa possível. Nesta investigação, a amostra contou com 711 indivíduos.

Desta forma, para evitar a distorção dos resultados, tivemos o cuidado de encorajar os visitantes a responder individualmente ao inquérito, após finalizarem a visita ao Santuário de Panóias.

Designamos por inquérito A aquele que foi aplicado no período entre 1996 e 1999 e entre 2006 e 2009 e por inquérito B o que foi introduzido durante os anos de 2010 e 2011.

O inquérito A teve como objetivos:

- A caracterização dos inquiridos relativamente ao sexo e a localidade de onde provinham;
- A perceção dos visitantes em relação a aspetos positivos do Santuário de Panóias;
- A opinião dos inquiridos quanto aos aspetos suscetíveis de melhorias no Santuário de Panóias;
- A avaliação global da visita numa escala entre *Muito Fraco* e *Muito Bom*.

O inquérito B teve como objetivos:

- A caracterização dos inquiridos, relativamente ao sexo, profissão e localidade de onde eram provenientes;
- A perceção dos visitantes acerca do Santuário de Panóias, através de um conjunto de questões em que tinham de avaliar numa escala de *Muito Fraco* a *Muito Bom* as acessibilidades, as instalações, o atendimento ao público, o material de apoio e a interpretação do sítio;
- A avaliação global da visita numa escala entre *Muito Fraco* e *Muito Bom*.

Mediante a análise dos 711 inquéritos, que constituíram a amostra do estudo, foi possível categorizar diferentes dimensões relativas ao Santuário de Panóias (Quadro 1), sendo estas o suporte da análise e da conclusão dos resultados finais da investigação.

### *Inquérito por entrevista*

“A entrevista é um método de recolha de informações que consiste em conversas orais, individuais ou de grupos, com várias pessoas selecionadas cuidadosamente, a fim de obter informações sobre factos ou representações, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspectiva dos objectivos da recolha de informações” (De Ketele & Rogiers, 1999: 150).

Para investigar um leque de aspetos relevantes acerca do Santuário de Panóias, tais como o seu funcionamento, barreiras arquitetónicas que prejudicam a circulação durante a visita, contributo para a cultura e sociedade portuguesa, foi aplicada a entrevista por permitir a obtenção de respostas diretas e informações mais completas.

Neste estudo, em particular, foi importante a entrevista porque “ajuda-nos a melhorar o nosso conhecimento do terreno e pode, ainda, fazer surgir questões insuspeitas que ajudarão o investigador a alargar o seu horizonte e a colocar o problema da forma mais correcta possível” (Quivy & Campenhoudt, 2003: 45).

“O planeamento da entrevista é uma situação que se impõe como em qualquer outra tarefa de investigação” (Carmo & Ferreira, 1998: 234). Para a planificação das entrevistas foram pensados os seguintes procedimentos: a definição de objetivos, bem como a construção de um guião, no qual foram operacionalizadas as categorias adequadas à investigação em curso.

Como um dos objetivos deste estudo foi também compreender o funcionamento do Santuário de Panóias nas suas diferentes dimensões, bem como considerar estratégias a programar como forma de promover o seu crescimento e o desenvolvimento deste, enquanto Património Nacional, resolvemos entrevistar o responsável pela gestão do Monumento, bem como o único funcionário existente – o guia do Santuário.

**Quadro 1**

Dimensões analisadas no Santuário de Panóias

Categories	Subcategorias
Acolhimento	Receção ao visitante
	Profissionalismo e simpatia dos funcionários
Visita Guiada	-
Acessos ao Santuário	Acessibilidades
	Estacionamento
Sinalética	-
Apresentação do espaço	Limpeza
	Conservação
	Organização
	Vedação
	Infraestruturas de apoio
	Vestígios arqueológicos
Divulgação	-
Recursos Didáticos	Apresentação multimédia
	Informação fornecida pelo Santuário de Panóias
Melhorias sentidas	-
Interesse para a cultura e sociedade portuguesas	-

A entrevista A, aplicada ao responsável pela gestão do Santuário de Panóias, foi subdividida em dezassete questões, nas quais o entrevistado teria de apontar os aspetos positivos, aspetos negativos e melhorias a implementar nas diferentes vertentes. Estas centraram-se nos seguintes aspetos: acolhimento, profissionalismo dos funcionários, visita guiada, acessibilidades, estacionamento, sinalética, limpeza, conservação do espaço, organização do espaço, vedação, infraestruturas de apoio, vestígios arqueológicos, divulgação, recursos didáticos, informação fornecida pelo Santuário, melhorias sentidas ao longo dos tempos e interesse para a cultura e sociedade portuguesas.

A entrevista B, aplicada ao guia do Santuário de Panóias, foi baseada nas mesmas dimensões que a Entrevista A, no entanto o entrevistado teria que dar apenas o seu parecer em relação a esses aspetos, focando algumas opiniões transmitidas pelos visitantes.

Na elaboração do guião de entrevista, tivemos em consideração as pessoas a serem entrevistadas e a função que desempenhavam no local selecionado para o estudo. Durante a realização da entrevista

houve a preocupação de fornecer aos entrevistados uma breve explicação acerca da finalidade de cada conjunto de questões.

A maior parte das questões formuladas eram de formato aberto, terminando algumas na forma “porquê?”, “para evitar respostas curtas com pouca especificidade e para incentivar o entrevistado a aprofundar certos aspectos particularmente importantes” (Quivy & Campenhoudt, 2003: 70).

#### *Grelha de observação direta*

Segundo os teóricos, os “métodos de observação directa constituem os únicos métodos de investigação que captam os comportamentos no momento em que eles se produzem, sem a mediação de um documento ou de um testemunho” (Quivy & Campenhoudt, 2003: 72). Desta forma, o investigador pode estar atento ao aparecimento ou à transformação dos comportamentos, aos efeitos que eles produzem e aos contextos em que são observados.

A observação direta foi também utilizada neste estudo, dado que o próprio investigador procedeu diretamente à recolha de algumas informações. Neste caso, a observação incidiu sobre as dimensões mencionadas anteriormente, e teve como suporte uma grelha de observação que foi construída a partir desses indicadores.

Pretendeu-se com a referida grelha verificar quais os itens que se destacaram no contexto de uma visita ao Santuário de Panóias. Neste instrumento foi introduzida uma escala que variou entre “Insuficiente” e “Muito bom”, com o objetivo de o investigador avaliar de forma precisa todas as dimensões propostas.

#### *Recolha de dados*

A seleção destes instrumentos de recolha de dados justificou-se pelo facto de os mesmos garantirem “a recolha de informação sobre os pontos mais relevantes da investigação, tornar mais específicos os objetivos da investigação e motivar o entrevistado de modo a que pudesse partilhar aspectos importantes para a investigação” (Merriam, 1988: 24).

Como anteriormente referido, no final de cada visita ao Santuário de Panóias, solicitava-se a cada visitante o preenchimento de um inquérito por questionário, com o objetivo de procedermos a uma posterior análise dos dados.

A aplicação dos questionários ocorreu entre dois períodos distintos: 1996 a 1999 e 2006 a 2011.

Os dados resultantes das entrevistas ao gestor do Santuário de Panóias e ao respetivo guia foram recolhidos em dezembro de 2011, após marcação prévia.

#### *Tratamento e análise de dados*

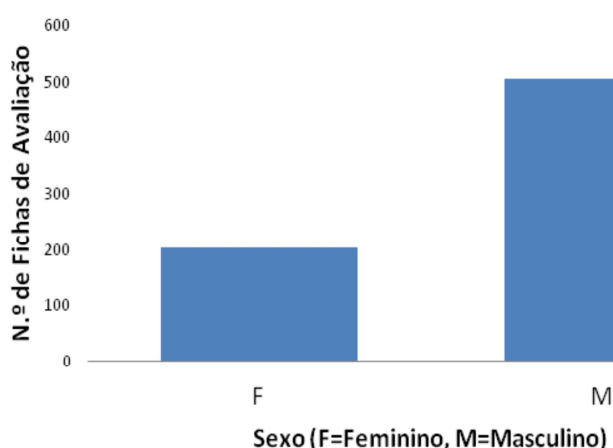
Para o tratamento dos dados, utilizaram-se como métodos de análise a estatística descritiva e a análise de conteúdo. Desta forma, os dados recolhidos através dos inquéritos por questionário (A-B) foram tratados através da estatística descritiva, enquanto os dados recolhidos através dos inquéritos por entrevista, e grelha de observação, foram tratados através da análise de conteúdo.

### Caracterização sociodemográfica da amostra

Como se disse já, a amostra para esta investigação foi recolhida entre 1996 e 1999 e entre 2006 e 2011 e contou com 711 inquiridos, aos quais foi aplicado o inquérito por questionário, após o término da visita guiada ao Santuário.

Figura 1

Classificação por sexo dos inquiridos

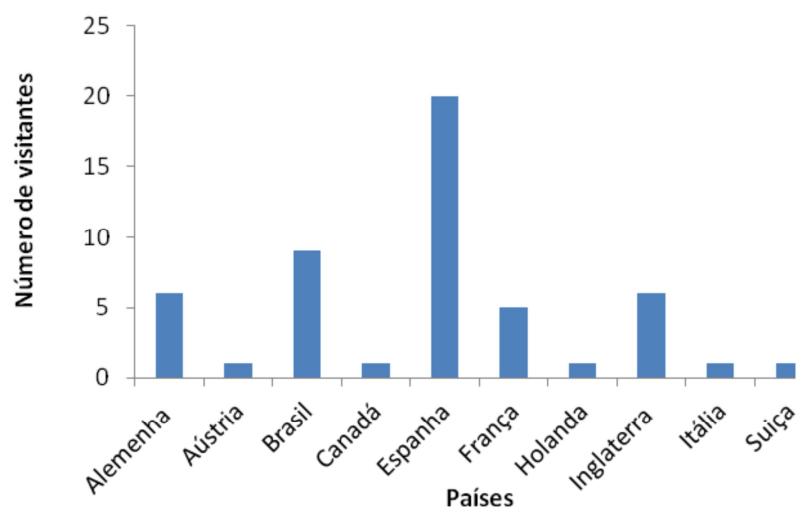


Num universo de 711 questionários analisados entre 1996 a 1999 e 2006 a 2011, confere-se que 28,7% (n=204) dos visitantes pertencem ao sexo feminino e 71,3% (n=507) ao sexo masculino. Desde já notamos uma grande discrepância que foi melhor entendida nas entrevistas realizadas. Ou seja, não havia preocupação do Monumento em solicitar a participação de todos os visitantes, assim quando viajavam em grupo, geralmente quem preenchia o inquérito era o elemento masculino. Embora não se retirem dados concretos sobre o género dos visitantes, a análise deste gráfico e o entendimento da diferença de género dos visitantes, permitiu que no futuro a preocupação quanto ao preenchimento dos questionários aumentasse.

No que concerne à nacionalidade dos inquiridos, constata-se um predomínio de visitantes portugueses, 83,2% (n=592), em contraponto com 16,8% (n=119) de visitantes de nacionalidade estrangeira. Dos 119 inquiridos de nacionalidade estrangeira, apenas 45 divulgaram o seu país de origem, dos quais destacamos 20 espanhóis, 9 brasileiros, 6 alemães, 6 ingleses, 1 austríaco, 1 canadense, 1 italiano e 1 suíço. Note-se que a visita de estrangeiros é muito parca, pelo que nos aponta para uma diminuta informação nas redes turísticas locais, regionais ou nacionais.

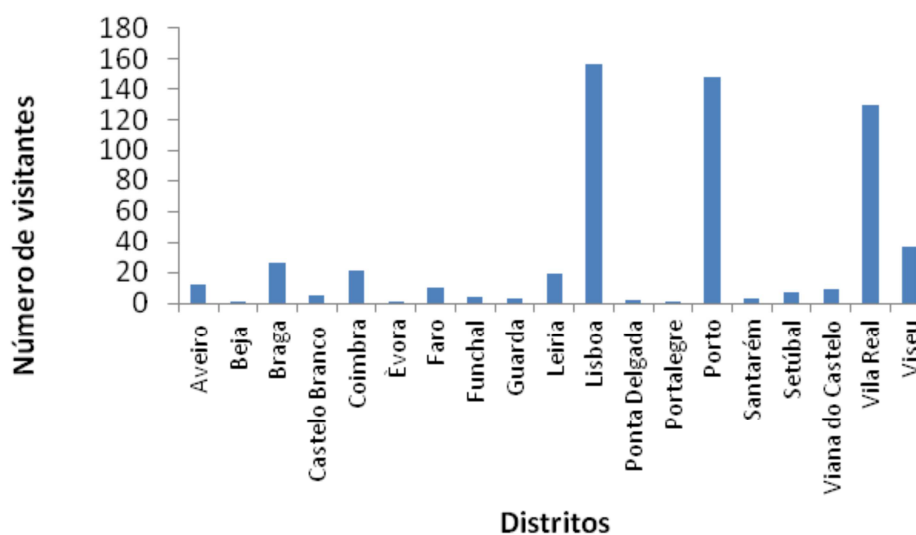
**Figura 2**

Distribuição geográfica dos visitantes estrangeiros



**Figura 3**

Distribuição geográfica dos visitantes portugueses

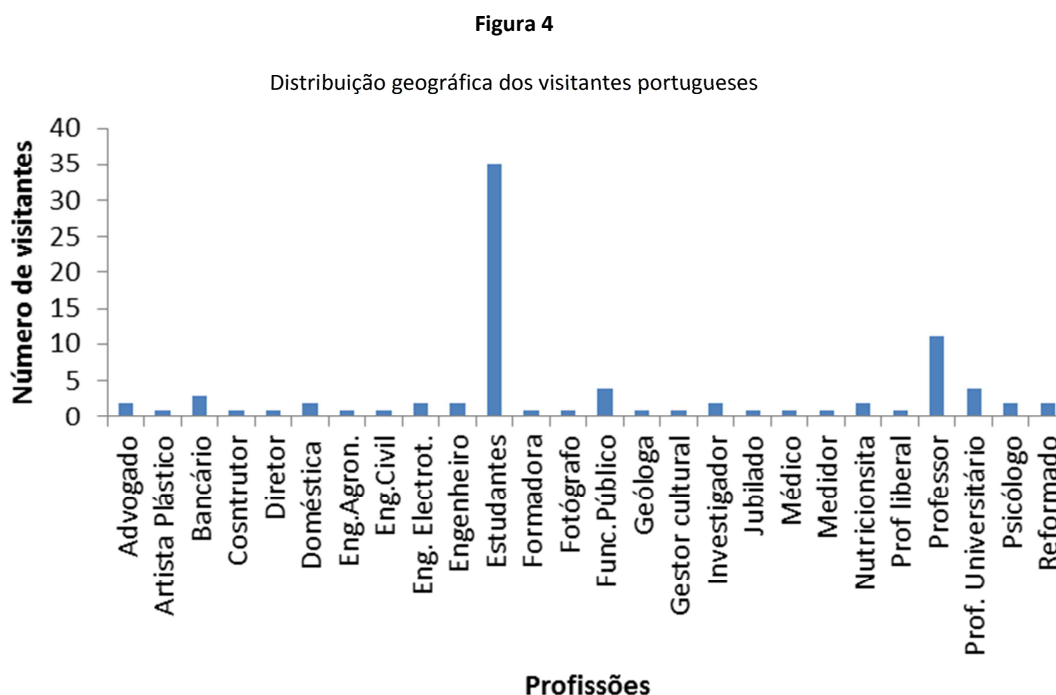


Dos 592 visitantes portugueses, constata-se que 26,4% (n=156) provém do distrito de Lisboa, 24,8% (n=147) do distrito do Porto e 21,8% (n=129) do distrito de Vila Real, sendo os restantes visitantes nacionais de outros distritos do país. Observa-se, assim, uma predominância de visitantes das grandes áreas urbanas, Porto e Lisboa, e do próprio distrito onde o monumento se localiza. Os públicos das restantes áreas do território nacional são muito restritos. Aqui podemos destacar a

questão da falta de informação e da sua distribuição pelo território nacional ou, por outro lado, a falta de interesse dos públicos fora das grandes áreas urbanas.

Dos 711 visitantes que integraram a amostra, 88% (n=624) não mencionaram a sua profissão. Note-se que a enorme lacuna que acompanha esta situação indicia que é necessário concentrar a atenção no preenchimento dos questionários e na sensibilização do público para os mesmos.

Dos 12% que responderam (n=87), pode constatar-se que existe uma vasta variedade em termos de estrutura profissional dos visitantes. De acordo com a Figura 4, 40% (n= 35) dos inquiridos são estudantes, 17% (n=11) são professores, 9% (n=6) são engenheiros, 5% (n=4) são professores universitários e 5% (n=4) são funcionários públicos, distribuindo-se os restantes por outras profissões, quase sempre qualificadas.



Analisar o número de visitantes ao Santuário de Panóias tornou-se preponderante para a nossa investigação, pelo facto de se terem registado variações consideráveis no número de visitas ao longo dos anos.

O período de análise contemplado ocorreu entre os anos de 1996 e 1999 e entre os anos de 2006 e 2011. Este interregno na aplicação dos questionários deveu-se ao facto de terem ocorrido no Monumento algumas mudanças em termos logísticos que contribuiriam para uma total ausência de respostas neste período e para uma variação considerável da aplicação do mesmo, ao longo dos restantes anos.

No entanto é de ressaltar que, em certos casos, os visitantes recusaram o preenchimento do inquérito, e em grupos numerosos, regra geral, apenas uma pessoa preencheu o documento.

Constatou-se que no ano de 1996 visitaram o Santuário de Panóias 73 visitantes, em contraponto com o ano de 1997, em que apenas 16 visitantes estiveram presentes no Monumento.



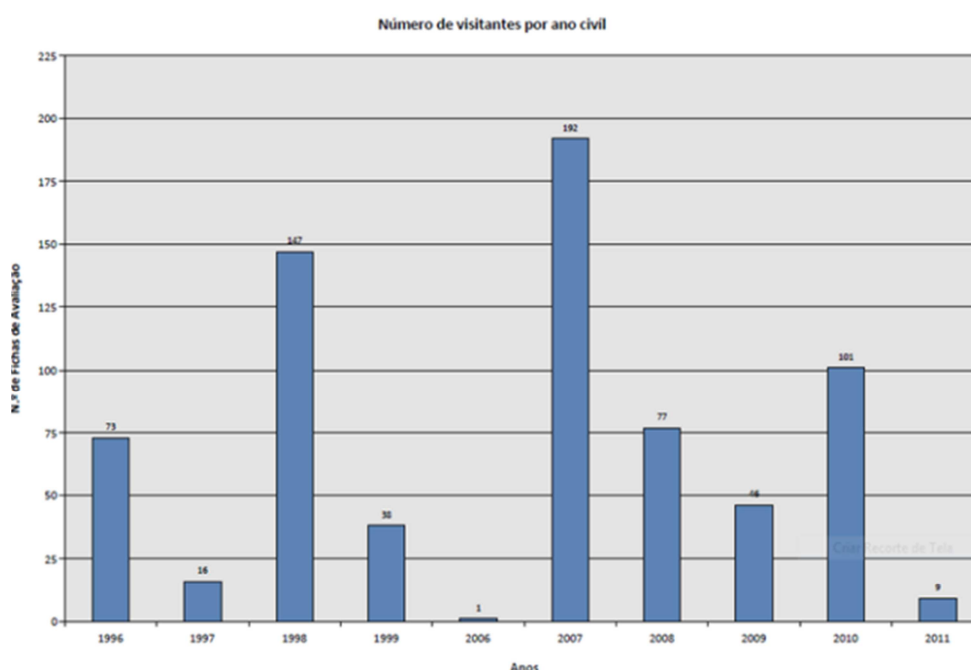
Em 1998, o número de visitantes aumentou significativamente para 147; já em 1999 verificou-se uma quebra para 38 visitantes.

Em 2006, o Santuário de Panóias contou apenas com a presença de 1 visitante; este número disparou em 2007 para 192 visitantes. Voltou a sentir-se uma quebra nos anos de 2008 e 2009, onde o monumento contou apenas com 77 e 46 visitantes, respetivamente.

Em 2010, estes valores voltaram a subir para 101 visitantes, e em 2011 apenas se verificou a presença de 9 visitantes.

**Figura 5**

Número de visitantes por ano civil



## Apresentação dos resultados empíricos

### *Avaliação global do Santuário de Panóias pelos inquiridos*

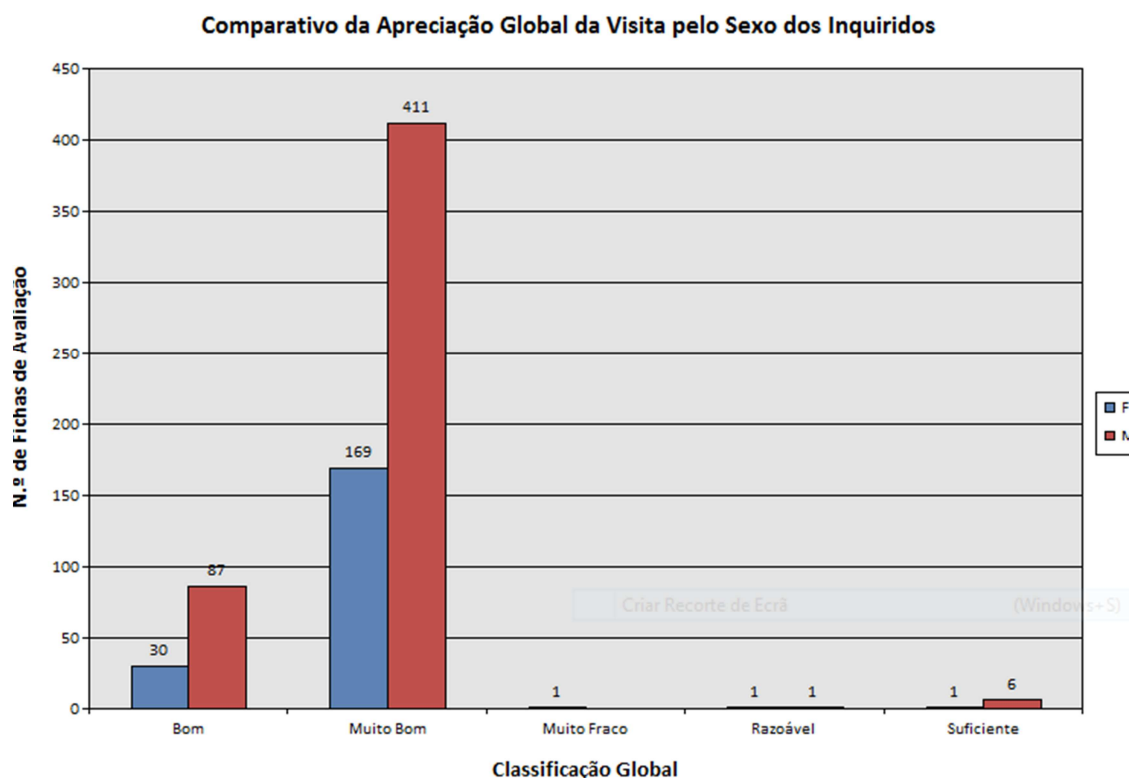
Um dos principais objetivos deste trabalho foi questionar os visitantes a respeito da qualidade da visita ao Monumento. De forma geral, podemos concluir que a opinião dos inquiridos é unânime, demonstrando um elevado nível de satisfação, o que demonstra que a visita cultural é do agrado de quem a visita, promovendo-se uma maior visibilidade deste espaço.

Concluimos que é coincidente a opinião de 79% (n=411) dos inquiridos do sexo masculino e de 83% (n=169) do sexo feminino, que avaliaram o Santuário de Panóias como sendo muito bom. Por outro lado, 17,1% (n=87) dos inquiridos do sexo masculino e 15% (n=30) do sexo feminino consideraram o Monumento como sendo bom. 1,1% (n=6) inquiridos do sexo masculino e 0,4% (n=1) do sexo feminino julgaram o Santuário como sendo suficiente; 0,2% (n=1) inquiridos do sexo masculino e

0,4% do sexo feminino (n=1) avaliaram o Monumento como razoável e apenas 0,2% (n=1) inquiridos do sexo masculino avaliaram o Santuário de Panóias como sendo muito fraco. Proporcionalmente, parece que homens e mulheres mantêm o mesmo nível de avaliação e de exigência perante o sítio visitado, não transparecendo maior a exigência nuns que noutros, no entanto, a conclusão não é de forma alguma fiável, dada o problema de amostragem já mencionado.

Figura 6

Análise comparativa da apreciação global da visita por sexo



Analisando a satisfação com o Monumento por origem dos visitantes, verifica-se uma avaliação genericamente muito positiva do mesmo, destacando-se primeiramente aqueles que avaliaram unanimemente o Santuário como sendo muito bom e bom. Estes provêm de Beja, Bragança, Évora, Oeiras, Ponta Delgada, Setúbal, Guarda, Viana do Castelo, Aveiro, Braga, Castelo Branco, Coimbra, Santarém, Vila Real, Viseu e Faro. Analogamente, os visitantes estrangeiros avaliaram o Monumento na sua maioria como sendo muito bom, o que denota uma satisfação do público estrangeiro com este espaço cultural.

Ao diferenciar os dados pela profissão dos inquiridos, destacamos que todos consideraram o Monumento como *Muito Bom* ou *Bom*. Apenas uma pessoa o registou como razoável. Quanto à opinião do público escolar, que queríamos verificar se tenderia em sentido inverso à da generalidade das classificações, verificou-se que se mantém inalterável a classificação de *Muito Bom* e *Bom*, registando-se apenas uma opinião que declara o Monumento razoável.

Figura 7

Análise comparativa da apreciação global por área de residência dos inquiridos

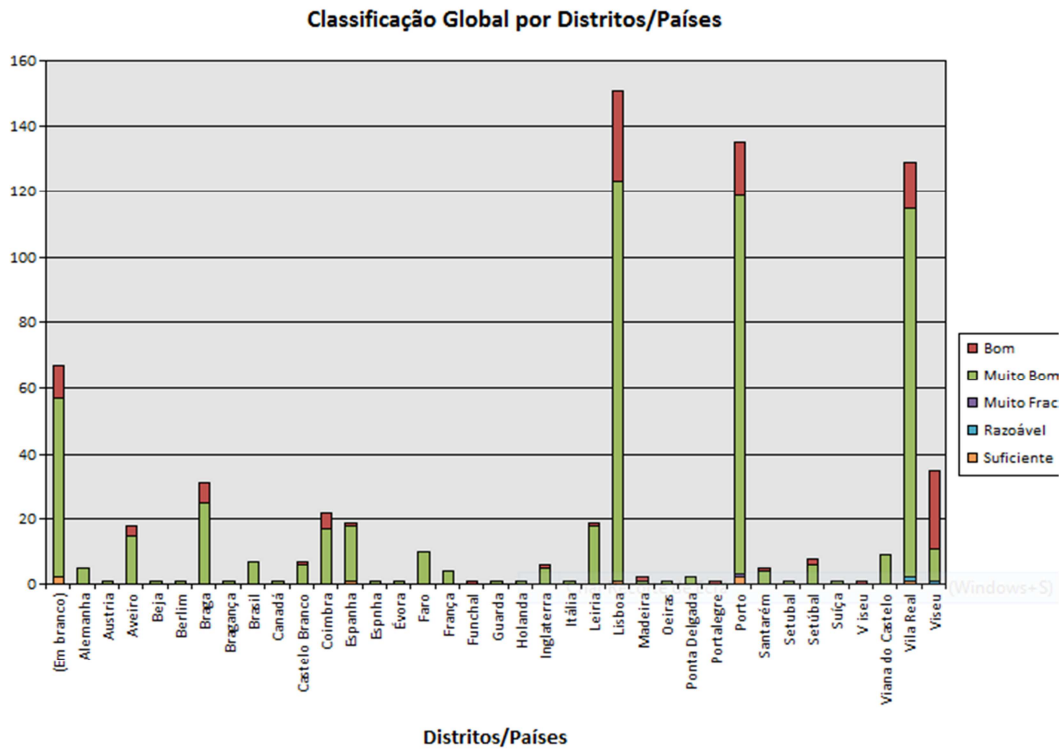


Figura 8

Análise comparativa da apreciação global por profissões dos inquiridos

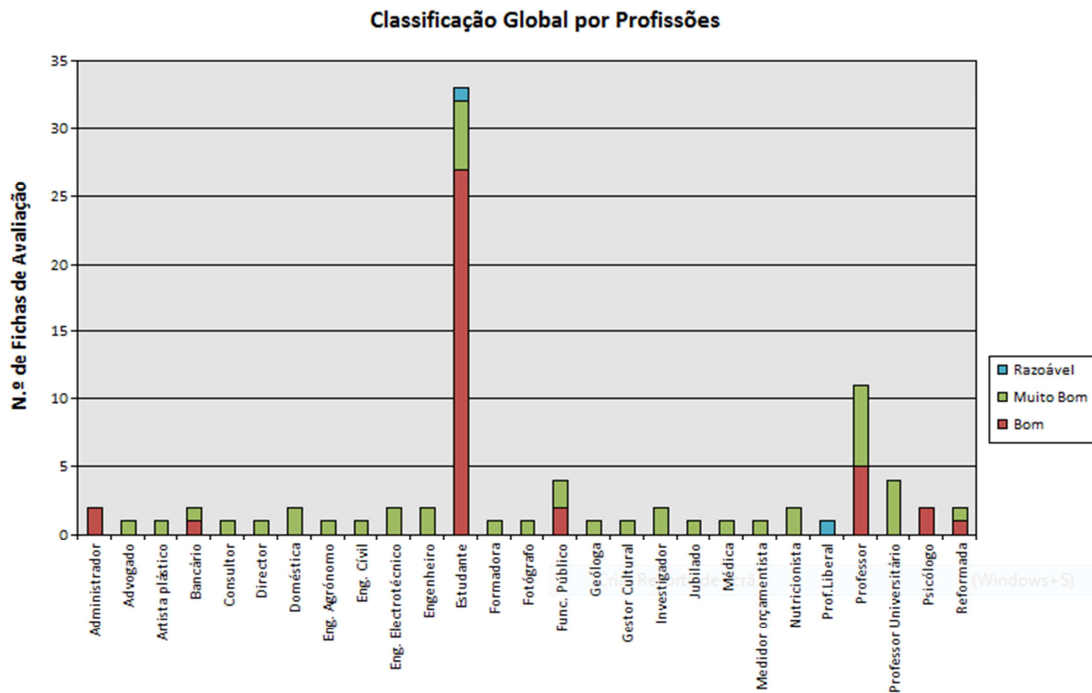
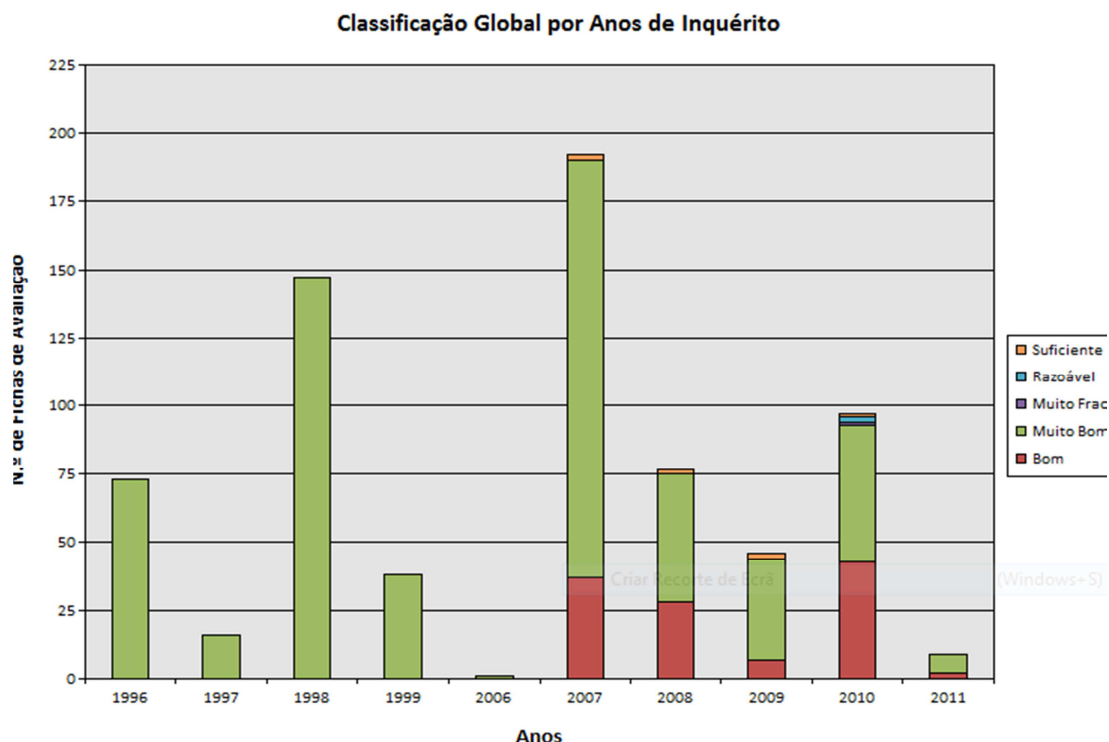


Figura 9

Análise comparativa da apreciação global por ano civil



Mediante a análise da Figura 9, concluímos que nos anos de 1996, 1997, 1998, 1999 e 2006 o Santuário de Panóias foi avaliado unanimemente por todos os visitantes como sendo *Muito Bom*, em termos de classificação global. No ano de 2007, 79% (n=153) dos visitantes avaliaram o Monumento como *Muito Bom*, 19,2% (n=37) como *Bom* e apenas 1% (n=2) dos visitantes como *Suficiente*. O mesmo fenómeno ocorreu em 2008.

#### *Pequenos relatos dos inquiridos*

A partir dos dados recolhidos pela análise dos inquéritos por questionário, foi possível categorizar um conjunto de dimensões que estiveram na base da análise e da conclusão dos resultados finais deste trabalho. Assim sendo, iremos citar algumas das opiniões dos nossos inquiridos acerca das mesmas.

Foi-nos possível concluir que a receção ao visitante foi considerada, pela maioria dos inquiridos, como sendo “muito calorosa e agradável”, com “excelentes condições de tratamento aos mesmos” e “funcionários exemplares, muito conhecedores”, “sempre disponíveis”. O acolhimento foi ainda avaliado como sendo “excelente”, “exemplar”, com uma “receção de alta qualidade” e com “ótimo apoio por parte dos funcionários” do Santuário de Panóias.

A visita guiada foi avaliada como “excelente”, muito bem “dirigida, organizada e orientada”, bem como “motivadora”, “elucidativa” e “esclarecedora”, na medida em que “proporcionou novos conhecimentos”, pela generalidade dos visitantes que constituíram a amostra. Destacaram o “excelente trabalho do guia”, na medida em que proporcionou aos visitantes “um acompanhamento muito personalizado” e “explicações muito esclarecedoras” acerca do Santuário de Panóias.

Os acessos foram considerados por alguns visitantes como apresentando “boas condições” e com “fácil acesso às ruínas”. No entanto, uma grande maioria considerou que estes deveriam “ser melhorados”, bem como deveriam existir “transportes diretos para o local”.

A sinalização até ao Santuário de Panóias foi avaliada como “péssima e sem informação visível” pela grande maioria dos visitantes.

Relativamente à conservação do Monumento, conclui-se que este foi considerado pela maioria dos visitantes como sendo “um local muito bem cuidado e preservado”, com “excelentes condições de tratamento do recinto envolvente”.

De uma forma geral, as infraestruturas de apoio foram entendidas pela grande generalidade dos inquiridos como sendo “apropriadas” e estando em “boas condições”. Algumas das mesmas poderiam, contudo, ser “melhoradas”, de forma a garantir um “melhor funcionamento e segurança do Santuário”, relatam os visitantes.

A grande maioria dos inquiridos considerou que “deveria existir uma maior divulgação do Santuário de Panóias a nível nacional e internacional”.

O apoio multimédia foi avaliado como sendo “excelente” e “muito interessante”, destacando-se o filme de apresentação inicial do Santuário de Panóias, avaliado como “muito interessante”, “conciso”, “elucidativo” e “excelente”.

Finalizando, os visitantes consideraram o Monumento “um local apaixonante e de grande importância para a cultura portuguesa”, referindo que “ficaram mais enriquecidos culturalmente” e “aprofundaram os seus conhecimentos sociais, culturais e religiosos”.

#### *Sugestões de enriquecimento à investigação*

Foi também intenção da investigadora, a fim de tornar este trabalho mais profundo e pertinente, delinear um conjunto de propostas de melhorias nas diversas dimensões, tendo por base a observação direta, a fim de tornar a visita ao Monumento mais apelativa para o consumo cultural.

Durante o período da investigação, foi possível observar que o acolhimento do visitante foi realizado em ótimas condições, na medida em que este é extremamente bem recebido, dispondo de todas as informações sobre o Monumento e respetiva visita. Também a visita guiada foi muito bem orientada em termos de conteúdo e duração, sendo direcionada em função de o visitante ficar bastante familiarizado com a história do Santuário. No entanto, consideramos a relevância de existir um maior número de guias, para que em todos os horários fosse assegurado um acompanhamento mais personalizado ao visitante. Desta forma, iria ser conseguida uma melhoria na qualidade da visita guiada, na medida em que os grupos iriam ser menores, tendo estes uma maior capacidade de observação.

Ao nível das acessibilidades exteriores, salientamos a importância de estas serem sujeitas a alguns ajustes, no sentido de deixarem de ser tão críticas em alguns pontos específicos, tais como as inclinações acentuadas. Alguns dos caminhos exteriores não são adequados a deficientes motores, pelo que se sugere uma adaptação do terreno ou construção de acessos que facilitem a deslocação de todos os visitantes pelo espaço. Já os acessos interiores caracterizam-se por serem bastante

confortáveis, existindo um percurso alternativo que evita a subida de escadas e permite uma circulação mais facilitada a pessoas com mobilidade reduzida.

Quanto à sinalização, verificamos que esta é insuficiente, quer no exterior, quer no interior do Monumento. Neste campo, seria fulcral a existência de um maior número de placas indicativas nas estradas e na cidade de Vila Real; e no interior seria pertinente a colocação de placas informativas, junto a cada inscrição rupestre. Focamos ainda a necessidade de existência de um maior número de informações relevantes junto à entrada do Santuário, tais como horários e preços, bem como uma planta numerada da área, onde deveriam ser identificados os principais locais do recinto, de forma a facilitar a orientação ao visitante

As infraestruturas de apoio são excelentes: salas de apoio, sala de visionamento do filme, bem como a casa típica onde é realizada a receção ao visitante. Observamos, porém, que seria importante o predomínio de aquecimento no interior das instalações, para um maior conforto durante a visita.

Apesar de o Santuário de Panóias possuir algumas fontes de divulgação (página no *Facebook*, vídeo no *YouTube* e folheto informativo), concluímos que estes materiais são insuficientes, na medida em que se verifica um forte desconhecimento por parte da população em relação à existência deste local. Neste sentido, admitimos ser imprescindível o desenvolvimento de projetos de difusão a nível local (posto de turismo local, casas de turismo rural), nacional e internacional; bem como o estabelecimento de parcerias com outras instituições, tais como, escolas, universidades nacionais e internacionais, e com outras instâncias nacionais e internacionais relacionadas com o turismo e a cultura, projetando-se o Monumento, através da realização de eventos locais, nacionais e internacionais.

Os recursos didáticos estão muito bem conseguidos: o filme de apresentação é excelente, muito claro e informativo; o audioguia é muito útil a qualquer visitante nacional ou estrangeiro, pois permite um acompanhamento mais personalizado em termos explicativos, na medida em que a informação transmitida é muito clara. Todavia, consideramos pertinente a conceção de um filme de apresentação legendado em inglês, para uma maior compreensão de visitantes estrangeiros, tal como a sua comercialização.

A informação fornecida, através do material de apoio é suficiente, destacando-se o guia sobre o Monumento, ilustrado com imagens e explicações sobre o mesmo, sendo traduzido em vários idiomas. Seria porém muito importante elaborar uma revisão do folheto informativo entregue gratuitamente a cada visitante, tornando-o mais atrativo e atualizado. Seria também interessante e lucrativo a existência de literatura sobre Panóias como forma de dar a conhecer a história dos antepassados deste marco simbólico da história nacional.

O Monumento encontra-se muito bem conservado em termos de granito. Verifica-se um grande cuidado com o edifício existente, bem como com todo espaço envolvente; no entanto, apesar dos vestígios arqueológicos existentes serem de uma riqueza peculiar e de estarem muito bem preservados, conferindo uma singularidade única ao local, sugere-se a conceção de um projeto de monitorização das inscrições rupestres de forma a retardar o seu “envelhecimento” natural.

Fica patente que o Santuário de Panóias é um grande pilar da cultura e sociedade portuguesas, pela sua riqueza em termos históricos e arqueológicos, remetendo-nos para os nossos antepassados e aguçando-nos, desta forma, a vontade para levar a cabo uma investigação mais aprofundada sobre o

local, como forma de projetarmos no futuro a importância de reviver e de dar a conhecer esta riqueza singular.

## **Conclusões**

Tendo em conta o nosso objetivo de classificar os públicos da cultura que mais se destacaram durante a investigação, concluímos que quem maioritariamente visitou o Santuário de Panóias, no período analisado, foi o que Lopes (2004: 45) designou nos seus trabalhos como “*habituais*”, aqueles que no entanto têm menor representatividade na população portuguesa, um público escolarizado e qualificado. Assim, analogamente ao que Lopes (2004: 46) referencia nos seus estudos, os públicos do Santuário de Panóias caracterizam-se por possuir habilitações académicas elevadas, profissões qualificadas e por serem detentores de um forte capital cultural já intrínseco e enraizado.

Este desfecho vem também ao encontro do que Santos (2003:77) salienta nos seus estudos: “os consumos culturais permanecem estreitamente correlacionados com o nível de instrução, e, por essa via, com a condição socioprofissional” (Santos, 2003: 77). A mesma autora, nos seus estudos, obteve uma conclusão muito pertinente para o presente trabalho: “os perfis sociais dos públicos mantêm-se tendencialmente inalterados, mesmo quando, no geral, se pode verificar um aumento do volume dos mesmos” (Santos, 2003: 7).

A incrementação de uma maior proximidade entre os públicos menos habilitados e a “cultura da arte” requererá, segundo Santos (1993: 78), “um aperfeiçoamento dos processos de familiarização precoce e prolongada com os campos culturais mais seletivos”.

Por outro lado, o resultado desta investigação vem confirmar a importância destes Monumentos no processo de enriquecimento cultural dos seus visitantes, uma vez que faculta a possibilidade de adquirirem competências imprescindíveis em contextos diferenciados.

Além de potenciarem um forte enriquecimento em termos culturais, não podemos deixar de salientar a sua importância enquanto locais que complementam a função da instituição escolar, na medida em que proporcionam aos alunos um vasto leque de saberes não apreendidos em espaços formais.

É neste sentido que reconhecemos o Santuário de Panóias como um espaço pedagógico por excelência, que reafirma a identidade local, recupera tradições atualmente em declínio, promove a cultura local e reforça a autoestima das populações residentes, constituindo um foco dinamizador de cultura e de desenvolvimento.

A valorização deste património cultural associado à sua projeção nacional e internacional serão a chave de promoção do desenvolvimento local.

Do ponto de vista económico, esperam-se resultados ao nível do acréscimo das receitas das atividades relacionadas com o turismo, o estímulo ao aparecimento de novas empresas turísticas, promovendo e diversificando a economia local, encorajando à produção de bens e produtos locais e à melhoria da oferta de serviços e equipamentos.

Os benefícios passam também pela promoção do bem-estar, pelo apoio à educação ambiental para visitantes e locais e pelo estimular do desenvolvimento e valorização da cultura.

Em suma, podemos afirmar que este espaço histórico segue os pressupostos apresentados pela Nova Museologia, assumindo-se como uma instituição com um vasto leque de funções de natureza pedagógica, cultural, social, de preservação de valores, de desenvolvimento local e, de facto, capaz de atrair fluxos turísticos nacionais e internacionais.

## Referências bibliográficas

Albarello, L. et al. (1997). Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais – Trajectos. Lisboa: Gradiva, 84-116.

Alexander, C. (2000). Sociologia cultural. Formas de classificação en las sociedades complejas. In *Region y Sociedad*, vol. VIII, 219- 226. Espanha: Editorial Anthropos.

Alfoldy, G. (1997). Die Mysterien von Panóias (Vila Real – Portugal). In *Madridrer Mitteilungen*, n.º 38, 176-246.

Argote, J. (1734). Memórias para a História Ecclesiástica do Arcebispado de Braga.

Barata, F. (2002). Preservando a memória do território: O parque natural de Tourega/Valverde. Évora: Edição do Centro de Ecossistemas Mediterrânicos, Universidade de Évora, 1-164.

Bourdieu, P. (2005). A distinção: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Editora Zouk.

Brant, L. (2002). Faces da Cultura: Desenvolvimento Social e Investimento Cultural Privado. In *Revista de Estudos Históricos*, nº 50, 1-31.

Carmo, H. & Ferreira, M. (1998). Metodologia da Investigação: Guia para auto-aprendizagem. Lisboa: Universidade Aberta, 1-354.

Cassola, L. (1990). Turismo y ambiente. México: Ed. Trillas.

Certeau, M. (1993). La culture au pluriel. Paris: Éditions Minuit.

Costa, A. (2004). Dos públicos da cultura aos modos de relação com a cultura: algumas questões teóricas e metodológicas para uma agenda de investigação. In AAVV, *Públicos da Cultura*, 93-121. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.

Damas, M. J. & De Ketele, JM. (1985). Observar para avaliar. Coimbra: Livraria Almedina.

De Ketele, J.M. & Rogiers, X. (1999). Metodologia da Recolha de Dados. Fundamentos dos Métodos de Observações, de Questionários, de Entrevistas e de Estudo de Documentos. Lisboa: Instituto Piaget, 1-258.

Dooley, L. M. (2002). Case Study Research and Theory Building. In *Advances in Developing Human Resources*, n.º 4, 335-354. Londres: Sage.

Fernandez, A. (1999). Introducción a la nueva Museologia. Madrid: Alianza Editorial, S.A.



- Fragoso, A. (2000). Avaliação de Projetos Sociais: O Caso do Projeto “Entre-mães”. In *Revista de Educação*, vol. IX, n.º 2, 15-25. Lisboa: FCUL.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (1993). *O Inquérito: Teoria e Prática*. Oeiras: Celta Editora, 1-336.
- Gomes, R. (2004). A Distinção Banalizada? Perfis Sociais dos Públicos da Cultura. In AAVV, *Os Públicos da Cultura*, 31-41. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.
- Guerreiro, M. (2003). *Educação Ambiental em Áreas Protegidas: Avaliação do Impacto de Acções Educativas em Alunos do Ensino Básico*. Algarve: Faculdade de Ciências do Mar e do Ambiente da Universidade do Algarve. Dissertação de mestrado (não publicada).
- Jorge, V. (2000). Património e Identidade Nacional. In *Engenharia Civil*, n.º 9, 1-8.
- Latorre, C., Betancourt, J.L., Rylander, K.A., Quade, J. & Matthei, O. (2003). A Vegetation History from the Arid Prepuna of Northern Chile over the last 13500 years. Chile: Laboratorio de Palinologia, Departamento de Biología, Facultad de Ciencias, Universidad de Chile, 223-246.
- Lopes, J. (2000). *A Cidade e a Cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*. Porto: Edições Afrontamento.
- Lopes, J. (2004). Experiência Estética e Formação de Públicos. In AAVV, *Os Públicos da Cultura*, 43-54. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.
- Manontoff, A. (2010). Poblaciones sin fronteras y valorización del patrimonio cultural intangibles: el caso de los gitanos. In *Teoría y Praxis*, n.º 8, 157-169. Perpignan-Via Domitia: Universidad de Perpignan-Via Domitia – Institut Catalan de Recherches en Sciences Sociales.
- Merriam, B. (1988). *Case Study Research in Education: A Qualitative Approach*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L.V. (2003). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Rocha, A. (1999). *Avaliação de Escolas*. Porto: Edições Asa.
- Ruiz, R. (2006). Historia y evolucion del pensamiento científico, 1-162. Disponível em [http://www.monografias.com/trabajos-pdf/historia-pensamiento-cientifico/historia\\_pensamiento\\_cientifico.pdf](http://www.monografias.com/trabajos-pdf/historia-pensamiento-cientifico/historia_pensamiento_cientifico.pdf).
- Santos, H. (2003). A propósito dos públicos culturais: uma reflexão ilustrada para um caso português. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º67, 75-97.
- Santos, H. (2004). Labirintos: alguns contextos atuais dos públicos da cultura, com ilustração empírica portuguesa. In Gomes, R. (Coord. Técnico), *Públicos da Cultura*, 153-162. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.
- Tuckman, B.W. (2000). *Manual de Investigação em Educação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1-742.
- UNESCO (2001). Declaração Universal da UNESCO sobre a diversidade cultural, Adotada pela 31.ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO, Paris.
- Vlachou, M. (2011). Por falar em 'novos' públicos. Disponível em <http://www.musingonculture.com>.

Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación. In *Working Papers: Serie documentos del trabajo*, 296-306. Buenos Aires: Universidad del CEMA.

Yin, R. (2005). *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman.

### **Abstract**

The research presented here, carried out under the title *The Culture and its Audiences: Panóias – a case study*, hadn't been possible if it weren't carried out in a site made culturally rich by a historical legacy of extreme value, such as the Panóias Sanctuary in Vila Real, where, during several years, information about the visitors' profile and their level of satisfaction regarding the Monument was gathered. The main objectives of this study were to characterize the public that visited the Sanctuary between 1996 and 1999 and between 2006 and 2011 and to listen to their opinions and improvement suggestions. To achieve these objectives, three research instruments were put forward: a survey by questionnaire; interviews; and a direct observation chart. This investigation was developed through quantitative and qualitative analysis and the combination of types of data has been fundamental throughout the whole process. Taking into account the objective of the investigation, we conclude that the majority of the public visiting the Panóias Sanctuary, in the period analyzed, was what Lopes (2004: 45) named in his work as 'habitual'. Thus, in analogy to what Lopes (2004: 46) refers to in his studies, the public at the Panóias Sanctuary was characterized as holding high academic qualifications, skilled jobs and an already rooted and intrinsic cultural capital.

**Keywords:** Culture audiences; cultural development; heritage sites.

*Submetido para avaliação em janeiro de 2014.*

*Aprovado para publicação em março de 2014.*

*Versão final entregue em maio de 2014.*