

OS PÚBLICOS DA CULTURA EM PANÓIAS – UM ESTUDO DE CASO

Rute Teixeira

Faculdade de letras da Universidade do Porto

rteixeira@letras.up.pt

Resumo

O trabalho de investigação aqui enunciado, levado a cabo no âmbito da temática a “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 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; 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, foi 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 caracterizaram-se por possuir habilitações académicas elevadas, profissões qualificadas, sendo detentores de um forte capital cultural já intrínseco e enraizado.

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

Abstract

The investigative work outlined here, carried out under the theme of "Culture and its audiences: Panóias - a case study", was only possible 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 with regards to 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 suggestions for improvement. To achieve these objectives we set up three instruments of investigation: Survey questionnaire; Survey interview; Direct observation chart. This investigation was developed through

quantitative and qualitative analysis and the combination of data has been fundamental throughout this process.

Taking into account the objective of the investigation, we concluded that the majority of the public visiting the Panóias Sanctuary, in the period analysed, was what Lopes (2004:45) named in his work as 'Habitual'. Thus, analogous to what Lopes (2004:46) refers to in his studies, the public at the Panóias Sanctuary was characterised as holding high academic qualifications, graduate jobs and an already rooted and intrinsic great cultural wealth.

Keywords: Culture audiences, cultural development, heritage sites.

1. A valorização da cultura no âmbito do património histórico

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 artefactos 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 permitiram-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 Ruíz (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, 2006:166). 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 proeminência 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 “património cultural de uma região é constituído por todas as manifestações tangíveis e intangíveis produzidas na sociedade, constituindo-se como fatores 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 da 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 no usufruto do património cultural, como forma de desenvolvimento pessoal e de integração social, conferindo-lhes 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 à 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 emocionalidade humana” (Alexander, 32000:220).

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 dissolvê-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 (2003:80) esta perceção permite “que as instituições culturais e as instâncias políticas possam encontrar respostas adequadas para a momentosa questão dos novos públicos”.

2. 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 o público 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.

Segundo Bourdieu (2005:102), “é o percurso (histórico e institucional) destes indivíduos que os dota de um perfil de Público mais reflexivo e preparado para a receção dos bens artísticos”.

O autor pressupõe uma separação entre alta cultura e cultura de massas, no sentido em que um público, por condição do seu capital socioeconómico, poderá ser um potencial consumidor de formas artísticas denominadamente eruditas (leitura de ensaios críticos centrados na literatura, poesia), ou de produtos da cultura de massas (consumo de televisão, leitura de revistas, entre outras atividades de lazer ao ar livre).

Para Bourdieu (2005:104) “existe uma forte divisão cultural em prol dos antagonismos dos estilos de vida”. O autor relaciona os públicos da cultura com a capacidade intelectual de excelência que será a de descodificação dos bens artísticos, remetendo os restantes, por exclusão, a outras formas de lazer e de fruição de bens culturais massificados, não atribuindo a estes últimos a importância dos seus próprios sistemas de valores, universos de crenças e disposições.

Podemos concluir que segundo este teórico, os públicos da cultura são segmentados em função do seu estrato social e económico.

Igualmente 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). O que demonstra que a educação é um dos fatores de maior intervenção na frequência de práticas culturais.

Na análise de Santos (2003:77) os públicos da cultura confluem em “eixos contraditórios”, ou seja, este autor entende a questão dos públicos da cultura segundo duas vertentes: “públicos culturais, em sentido alargado, configuram as procuras de modalidades de receção de bens e serviços de comunicação, lazer e entretenimento, e por aqui esbatem-se relativamente à noção de consumo; em sentido restrito, reportam-se às práticas mais raras e distintivas em torno da criação artística, configurando uma hierarquia de gostos socialmente filtrada” (Santos, 2003:79).

Para este teórico existem dois estilos de públicos da cultura: os consumidores da cultura de massa e os consumidores de bens culturais com um carácter mais refinado,

Partindo deste pressuposto, Santos (2003:80) considera a existência de duas posições relativas aos públicos da cultura. A primeira apoia-se “de democratização do acesso aos patamares mais seletivos 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). Segundo esta lógica deveria existir uma maior possibilidade de acesso às formas de Cultura Erudita pelas classes socialmente desfavorecidas, uma vez que aquelas possuem níveis de instrução mais elevados, detém um acesso privilegiado às mesmas.

Mais uma vez, esta é uma ideia partilhada por Bourdieu (2005:105), pois ambos consideram que as classes sociais com um maior nível de instrução serão privilegiadas em relação ao consumo de bens culturais mais requintados.

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). Neste sentido, seria necessário uma maior produção de bens relacionados com a “cultura da arte” bem como uma maior familiaridade destes com públicos cuja ausência de conhecimento e de contacto com estas formas culturais é uma realidade. Só desta forma, haveria a possibilidade de um processo de socialização cultural mais alargado.

Estas duas posições estão longe de ser antagónicas, pois “convergem na assunção crescente dos “públicos culturais” como um problema social alargado”, segundo Santos (2003:83). Ou seja, ambas as perspetivas pretendem um “enquadramento da cultura e das relações sociais que lhe estão associadas, na estruturação da sociedade contemporânea” (Santos, 2003:90).

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 sociais 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).

Segundo o teórico, estas alterações advêm “de uma relação mista de distância e subalternização, de alheamento e ignorância, de reverência e desconfiança perante essas instituições, a uma relação com elas de carácter mais complexo, mais próximo, mais informado, mais exigente, mais diversificado” (Costa, 2004:101).

Outro investigador da área entende que os públicos da cultura, “pressupõe uma relação entre um conjunto de recetores mais ou menos ativos e o campo da cultura objetivada e legitimada” (Lopes, 2004:44).

Na opinião deste “assiste-se a uma rutura 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).

Neste sentido “assume-se que o clássico trinómio cultura cultivada / cultura de massas / cultura popular, construído segundo critérios ideológicos, se revela teoricamente desajustado face às realidades culturais atuais, à imbricação dos géneros / formas culturais, às reconfigurações dos jogos de distinção, exclusão e integração culturais e sociais e ao impacto do aparecimento e do desenvolvimento do mercado dos bens culturais” (Santos, 2003:90).

Para Lopes (2000:45) “muitos foram os fatores que contribuíram para esta dicotomia (cultura cultivada e cultura popular): desenvolvimento industrial, produção em série, aumento generalizado do nível de vida, aumento do tempo livre, aumento das indústrias culturais, mercadorização da cultura, alargamento e diversificação dos públicos”.

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 Evento Porto 2001 – Capital da Cultura, distinguiu três categorias de Públicos da Cultura.

Em primeiro lugar diferencia os Públicos Cultivados, que segundo o autor dizem respeito “a 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 Disciplentes “caraterizados por elevadas qualificações, designadamente escolares, hábitos de saída convivial regulares, que se ligam a uma forte juvenilidade, e, ao mesmo tempo, pela rara frequência de eventos e equipamentos culturais” (Gomes, 2004:34). O autor define este público, como um “potencial público relativamente ao consumo de bens culturais” (Gomes, 2004:34).

Lopes (2004:44), por sua vez, classificou os públicos da cultura em três categorias. Esta classificação foi baseada no ensaio *Experiência Estética e Formação de Públicos em 2004*.

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).

Fazendo uma analogia aos públicos que foram analisados por Gomes (2004:35) poderemos estabelecer um paralelismo com os Públicos Cultivados, caracterizados pelo seu ecletismo. Salienta-se que apesar de existir uma linha de continuidade intergeracional nestes públicos, podem ocorrer ruturas relevantes.

Segundo o autor, estes Públicos Habituais, formam o que Bourdieu (2005:130) apelidou de “novos intermediários culturais”, com um “papel central na produção e manuseamento e difusão da cultura, substituindo os notáveis mas restritos repertórios clássicos por universos ecléticos” (Lopes, 2004:46).

Para Lopes (2004:46) os Públicos Irregulares são essencialmente “jovens 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.

Lopes (2004:48) entende que a sua relação com a cultura “traduz-se numa receção frequentemente oblíqua ou distraída (...) associada às indústrias culturais, ao entretenimento e aos parâmetros da economia mediático-publicitária”.

Comparando com Gomes (2004:35), poderemos salientar que os Públicos Irregulares dizem respeito aos Públicos Disiplentes, na medida em que poderão ser um potencial público, apesar da sua irregularidade nos eventos culturais.

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).

“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).

Desta forma, seria importante existir um acréscimo nas políticas sociais de acesso à cultura para todos os segmentos sociais. Esta “receção espontânea de cultura apela à nossa entrada nos mundos de construção da arte, podendo constituir um elemento decisivo na constituição de novos públicos e na familiarização com linguagens inacessíveis a vastas camadas sociais” (Lopes, 2004:53).

Concluimos que formar “Públicos Improváveis implica que não existe uma verdade na obra, que ela caminha de interpretação em interpretação, em consenso provisório em consenso provisório” (Lopes, 2004:55).

Assim a “experiência estética” definida por Jauss (1970:5) surge então como uma potenciadora forma de ressocialização dos novos públicos da cultura, ou seja, novas obras de arte destinadas a conformar ou confrontar universos pré-existentes, tendo em vista a construção de novos horizontes culturais.

3. Investigação empírica

A Investigação que foi levada a cabo no âmbito da temática “Os públicos da cultura em Panóias - um estudo de caso”, só foi possível 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. 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 Alföldy (1997) foi possível de fato 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 tido templos. Também se conservam numa delas quatro inscrições, uma em grego e três em latim, dedicadas a divindades. De notar também a referência a um culto anterior à romanização no lugar.

3.1. Metodologia

O grande intuito desta Investigação foi averiguar: “Qual o Público visitante 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 estudo. Para Yin (2005:32) “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”.

Para a concretização deste estudo foram construídos instrumentos de investigação que se adaptassem aos objetivos da investigação.

Esses instrumentos foram:

- Inquérito por questionário
- Inquérito por entrevista
- Grelha de observação direta.

O Inquérito por questionário constituído por perguntas abertas e fechadas, foi aplicado a todos os visitantes do Santuário de Panóias, após o término da visita e a construção da aplicação foi da responsabilidade 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.

Para o inquérito por entrevista (aplicados ao responsável e guia do Monumento), foram planeados os seguintes procedimentos: a definição de objetivos e a construção de um guião no qual foram operacionalizadas categorias adequadas à investigação. Estes foram da responsabilidade do investigador.

A observação direta foi também utilizada neste estudo, dado que o próprio investigador procedeu diretamente à recolha de algumas informações, através da construção de uma grelha de observação.

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 foram tratados através da estatística descritiva, enquanto os dados recolhidos através dos inquéritos por entrevista e a grelha de observação, foram tratados através da análise de conteúdo.

3.2. Caraterização sociodemográfica da amostra

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.

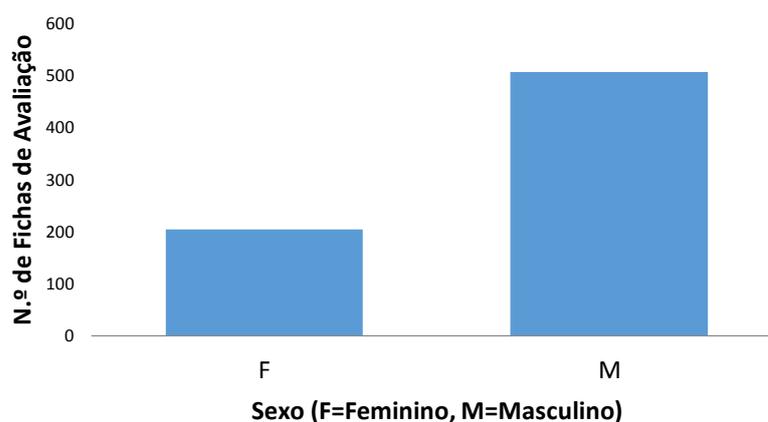


Fig. 1: Classificação por sexo dos inquiridos

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,% (n=507) ao sexo masculino. Desde já notamos uma grande discrepância que foi melhor entendida nas entrevistas realizadas. Ou seja, não havia preocupação da parte dos responsáveis pelo Monumento em solicitar a participação de todos os visitantes na resposta ao inquérito, 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 entre o género dos visitantes, permitiu que no futuro a preocupação aumentasse quanto ao preenchimento dos questionários.

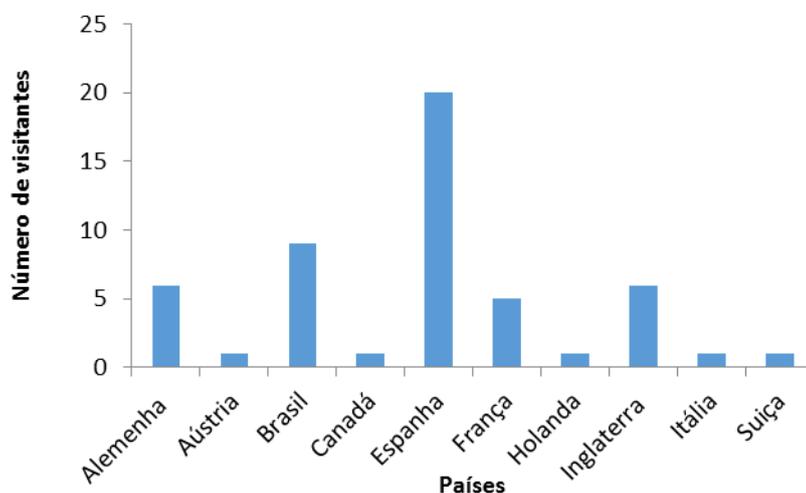


Fig. 2- Distribuição geográfica dos visitantes estrangeiros

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.

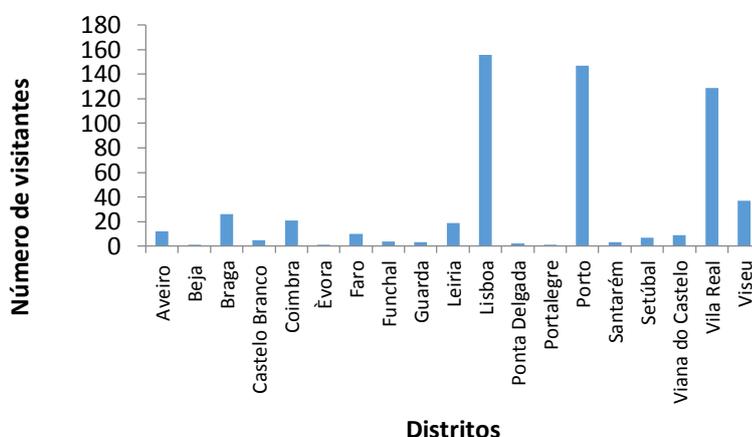


Fig. 3 - Distribuição geográfica dos visitantes portugueses

Dos 592 visitantes portugueses constata-se que 26,4% (n=156) provém do distrito de Lisboa, 24,8% (n=147) do distrito do Porto, 21,8% (n=129) do distrito de Vila Real, 6,3% (n=37) do distrito de Viseu, 4,4% (n=269 do distrito de Braga, 3,5% (n= 21) do distrito de Coimbra, 3,2% (n=19) do distrito de Leiria, 2,0% (n= 12) do distrito de Aveiro, 1,7% (n=10) do distrito de Faro, 1,5% (n= 9) do distrito de Viana do Castelo, 1,2% (n=7) do distrito de Setúbal, 0,8% (n=5) do distrito de Castelo Branco, 0,5% (n=3) do distrito de Santarém, 0,5% (n= 3) do distrito da Guarda, 0,7% (n=4) do distrito do Funchal, 0,3% (n=2) do distrito de Ponta Delgada, 0,2% (n=1) do distrito de Portalegre, 0,2% (n=1) do distrito de Évora.

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 nacionais é muito restrito. 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.

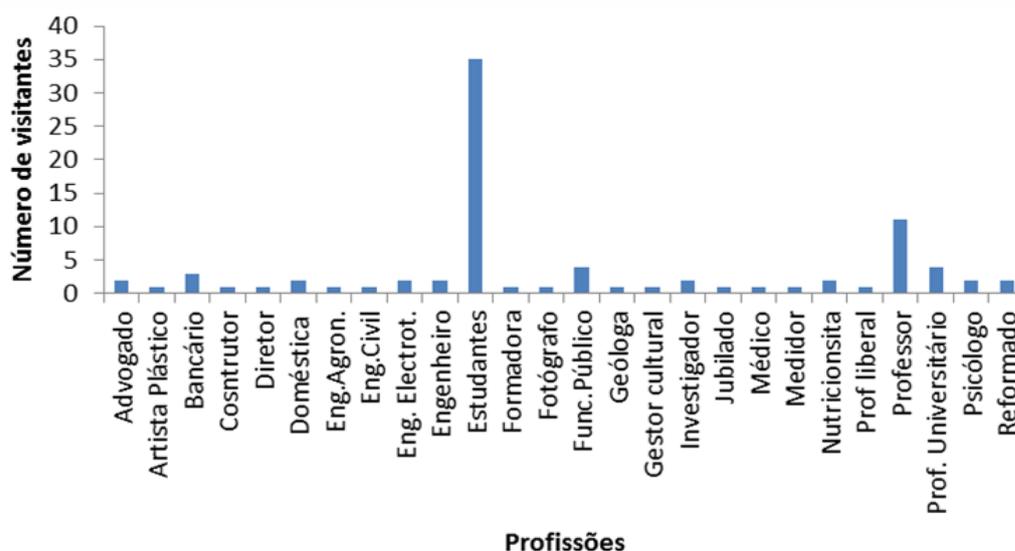


Fig. 4 - Profissão dos inquiridos.

Dos 711 visitantes que contemplaram o universo da amostra, 88% (n=624) não mencionaram a sua profissão. Note-se que a enorme lacuna que acompanha esta situação e permite, mais uma vez, concentrar a atenção no preenchimento dos questionários e na sensibilização do público para os mesmos.

Dos 12% que responderam (n=87), pode-se constatar que existe uma vasta variedade em termos de estrutura profissional dos visitantes. De acordo com o Gráfico nº4, 40% (n= 35) dos inquiridos são estudantes, 17% (n=11) são professores, 9% (n=6) são engenheiros, 5% (n=4 são professores universitários), 5% (n=4) são funcionários públicos), 3,4% (n=3)

são bancários, 2,2% (n=2) são psicólogos, 2,2% (n=2) são reformados, 2,2% (n=2) são nutricionistas, 2,2% (n=2) são investigadores, 2,2% (n=2) são domésticos, 2,2% (n=2) administradores, 1 é profissional liberal, 1 é medidor orçamentista, 1,1% (n=1) é médico, 1,1% (n=1) é jubilado, 1,1% (n=1) é geólogo, 1,1% (n=1) é gestor cultural, 1,1% (n=1) é fotógrafo, 1,1% (n=1) é formador, 1,1% (n= 1) diretor, 1,1% (n=1) consultor, 1,1% artista plástico e 1,1% (n=1) advogado. (n=1).

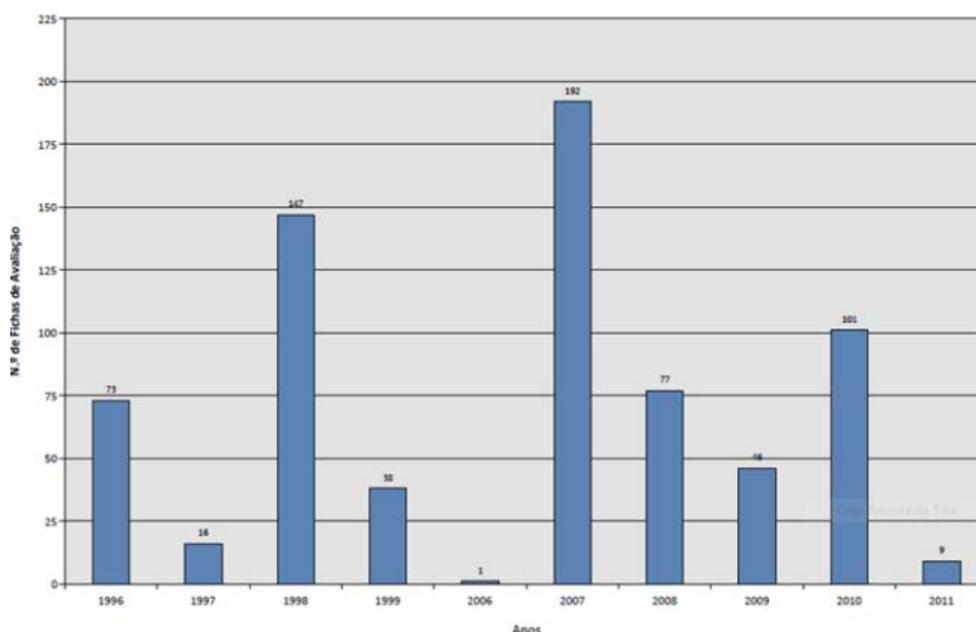


Fig. 5 - Número de visitantes por ano civil

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 2006 e 2011. Este interregno na aplicação dos questionários deveu-se ao facto de terem ocorrido no Monumento algumas mudanças em termos logísticos, que contribuíram 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, visitantes recusaram o preenchimento do Inquérito, e em grupos numerosos, regra geral, apenas uma pessoa é que preenchia 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 estiverem 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.

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

4. Apresentação dos resultados empíricos

4.1. 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.

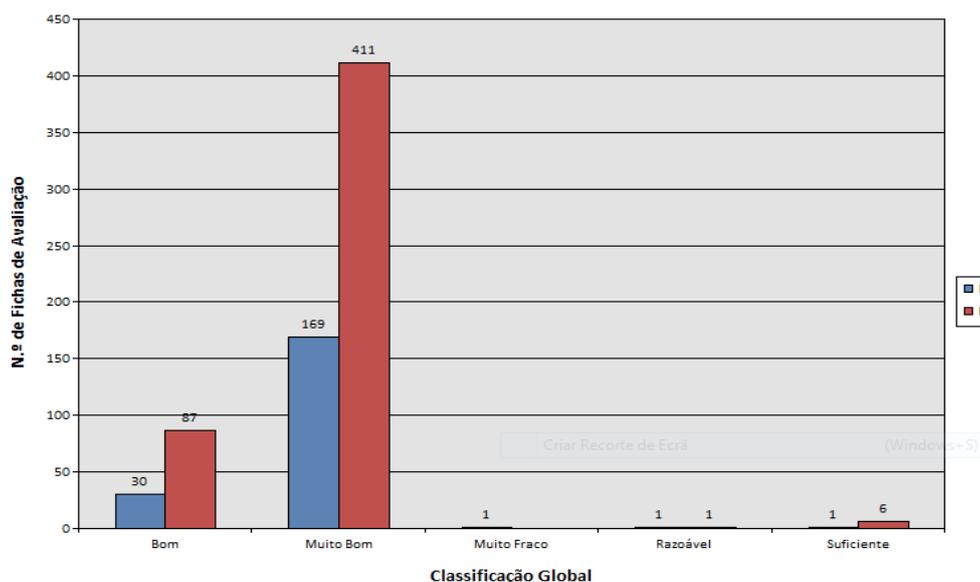


Fig. 6 - Análise comparativa da apreciação global da visita por sexo

Concluimos que é coincidente a opinião dos 79% (n=411) dos inquiridos do sexo masculino e 83% (n=169) do sexo feminino, 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. Por fim, 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 a visitante, não transparecendo maior exigência nuns que noutros, no entanto, a conclusão não é de forma alguma fiável dada a diferença de amostragem.

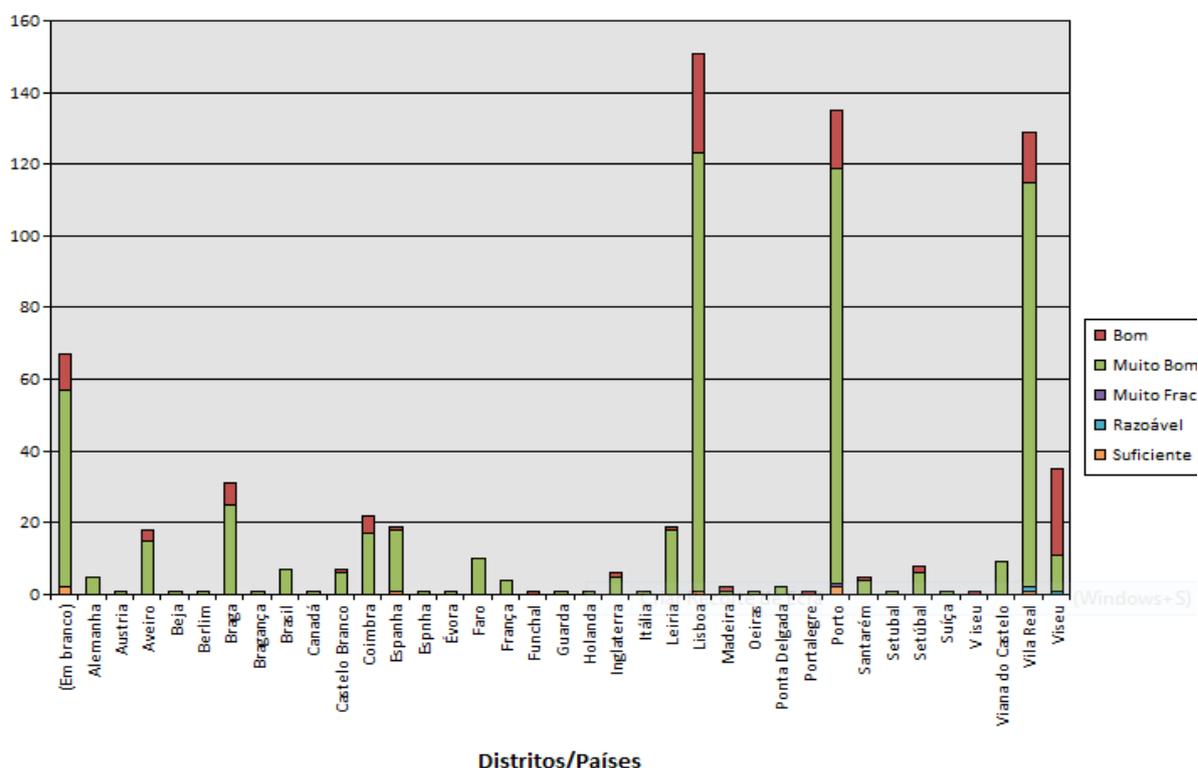


Fig. 7 - Análise comparativa da classificação global por distritos /países dos inquiridos.

A partir da análise do gráfico, foi possível concluir que os 711 inquiridos que constituíram a amostra avaliaram o Monumento em termos de classificação global. Sendo assim, 8,4% (n=60) visitantes consideraram-no como muito bom, 1% (n=7) como bom e apenas 0,2% (n=2) como suficiente.

Analisando os visitantes de origem portuguesa destacam-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.

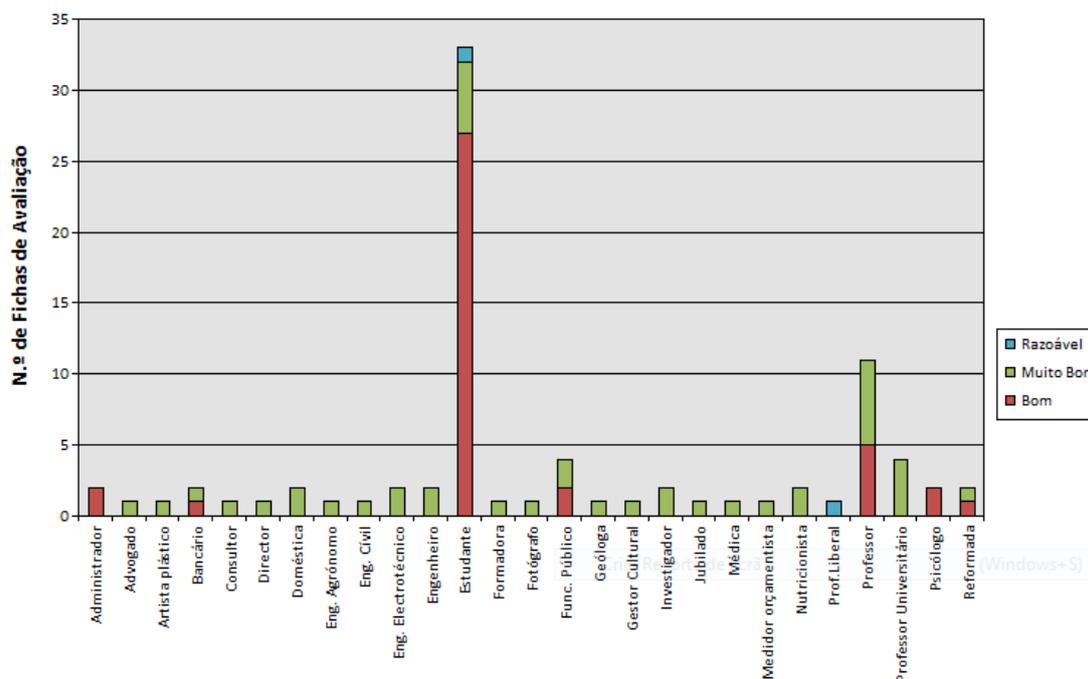


Fig. 8 - Análise comparativa da classificação global por profissões dos inquiridos.

Analogamente, os visitantes estrangeiros, na sua generalidade avaliaram o Monumento na sua maioria como sendo muito bom, o que denota uma satisfação do público estrangeiro com este espaço cultural.

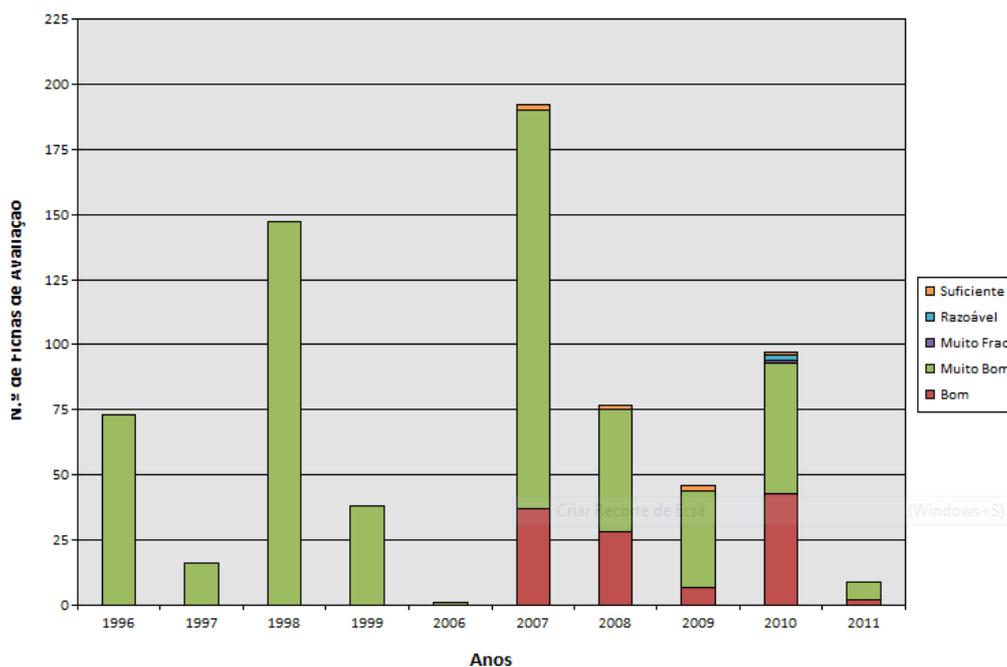


Fig. 9 - Análise comparativa da classificação Global por ano civil.

Destacamos que todos consideraram o Monumento de muito bom ou bom. Apenas uma pessoa registou como razoável. Pretendemos destacar a opinião do público escolar e verificar se esta tendia em sentido inverso à generalidade das classificações. Verificou-se que se mantém inalterável a classificação de muito bom e bom, registando apenas uma opinião de razoável.

Mediante a análise do gráfico, 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.

4.2. 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, Sr. Herculano”, 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 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”.

5. Conclusões

Tendo em conta a 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 tem 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 caracterizaram-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). O mesmo autor, 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 (2003:78) “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 ao 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 a produção de bens e produtos locais, a 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 fator capaz de atrair fluxos turísticos nacionais e internacionais.

Referências bibliográficas

Alexander, C. (2000). Sociologia cultural. Formas de clasificación 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), *Madrider Mitteilungen*, nº 38, 1997, 176-246.

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. Revista Ide Estudos Históricos, nº 50, 1-31.

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

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

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.

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.

Jauss H. (1970). Literary History as a Challenge to Literary Theory. In New Literary History, vol.2, nº1, p. 1-25.

Jorge, V. (2000). Património e Identidade Nacional. Engenharia Civil, nº9, 1-8.

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 Teoria y Praxis, nº 8, 157-169. Perpignan-Via Domitia: Universidad de Perpignan-Via Domitia – Institut Catalan de Recherches en Sciences Sociales.

Ruiz, R. (2006). Historia y evolución del pensamiento científico. 1-162. disponível em <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, nº.67, 75-97.

UNESCO (2001). Declaração Universal da UNESCO sobre a diversidade cultural, Adotada pela 31ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO, Paris.

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