



Cultura e diversidade de públicos: Panóias. Um estudo de caso.

Rute Teixeira

Universidade Portucalense Infante D. Henrique
ruteateixeira@gmail.com

Isabel Vaz de Freitas

Universidade Portucalense Infante D. Henrique
ifc@uportu.pt

Orlando Sousa

Direcção Regional de Cultura do Norte
osousa@culturannorte.pt

O estudo dos públicos da cultura tem constituído um dos aspetos centrais da abordagem cultural no nosso país, pressupondo uma reflexão sobre a heterogeneidade do público em geral – em termos da sua composição social, dos seus níveis de interesse, das suas competências e dos seus interesses – implicando pensar tudo isto num quadro de mudança das práticas e das representações a que assistimos nos dias de hoje.

O trabalho de investigação aqui enunciado, levado a cabo no âmbito da temática a “Cultura e a Diversidade de 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, as suas motivações e satisfação. Este estudo concretizou-se no âmbito do Mestrado em Ciências da Educação da Universidade Portucalense Infante D. Henrique em parceria com a Direcção Regional de Cultura do Norte.

Este trabalho teve como principais objetivos caracterizar o Público que visitou o Monumento 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 em uso no Centro de Interpretação e aplicado a todos os visitantes no fim da visita ao Monumento; Inquérito por entrevista; Grelha de observação, utilizada para observar no “terreno” aspetos relevantes. 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 o público que maioritariamente visitou o Santuário de Panóias, no período analisado, foi o que Lopes (2004: 45) designou nos seus trabalhos como público habitual. Assim, analogamente ao que Lopes (2004: 46) referencia nos seus estudos, o Público do Santuário de Panóias caracterizou-se por possuir habilitações académicas elevadas, profissões qualificadas e ser detentor de um forte Capital Cultural já intrínseco e enraizado.

Ficou patente que quanto mais elevado for o nível de formação académica e estatuto socioprofissional, mais regulares são os consumos culturais.

Palavras-chave: cultura, públicos, sociedade.

A literatura dos últimos anos permite-nos entender claramente que os autores contemporâneos se têm debruçado consideravelmente sobre os conceitos de cultura e de valorização cultural, devido ao valor intemporal que estes mantêm na sociedade atual, produto de um mundo em constante mutação.

Esta bibliografia permite-nos constatar que atualmente existe uma maior consciência do valor histórico e da riqueza etnográfica do Património coletivo, espelho de uma identidade cultural.

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, p. 190) e Jorge (2000, p. 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) 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”. (p. 160)

Ainda debatendo este tema, Ruiz (2006) 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” (p. 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.

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.

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, p. 18). Assim sendo, cultura e sociedade estão inteiramente interligadas. No entanto, não podemos deixar de referir que as práticas culturais e as representações sociais estão sujeitas a uma variação própria dos fenómenos sociais.

É neste campo que a Sociologia da cultura terá de desvendar essa realidade, “reconstruindo o mundo social onde as produções culturais têm uma enorme relevância nas mutações da nossa Sociedade” (Fernandez, 1988, p. 31).



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 (2004) esta perceção permite “que as instituições culturais e as instâncias políticas possam encontrar respostas adequadas para a momentosa questão dos novos públicos”. (p. 80)

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), que “identifica o público da cultura na capacidade intelectual que têm na decodificação dos bens artísticos” (p. 100). 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, p. 33) partilha da ideologia de Bourdieu (2005, p. 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, p. 33).

Partindo deste pressuposto, Santos (2003, p. 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). 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, p. 82).

Outra ideia a ter em conta é a de Costa (2004), 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” (p. 95). 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, p. 97). Ou seja, “assiste-se hoje a uma mudança profunda nos modos de relação das pessoas com as instituições” (Costa, 2004, p. 100).

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, p. 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, p. 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, p. 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, distingui 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 “a parcela do público em que é mais clara a articulação entre elevados recursos qualificacionais e a regularidade das práticas culturais” (Gomes, 2004, p. 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, p. 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 disciplinados “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, p. 34). O autor define este público, como um “potencial público relativamente ao consumo de bens culturais” (Gomes, 2004, p. 34).

Ainda sobre esta temática, abordaremos outro autor de grande relevo na caracterização dos públicos da cultura. Lopes (2004, p. 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, p. 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, p. 45). Para Lopes (2004, p. 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, p. 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, p. 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, p. 49).

O mesmo autor refere a necessidade de “alargar e fidelizar novos públicos”, no sentido de alcançarmos “patamares mínimos de democratização cultural” (Lopes, 2004, p. 52). Um conceito importante e debatido – o da democratização social – que permite pensar sobre estratégias de chegada a novos públicos e de envolver toda uma sociedade no processo cultural e de valorização da cultura como 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 em 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. O público terá 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

O santuário de Panóias

A Investigação que foi levada a cabo no âmbito da temática a “Cultura e a Diversidade de Públicos – 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 Direcção 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 Alföldy (1997) que 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.

Metodologia

1040

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 (1993) “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”.(p. 32)

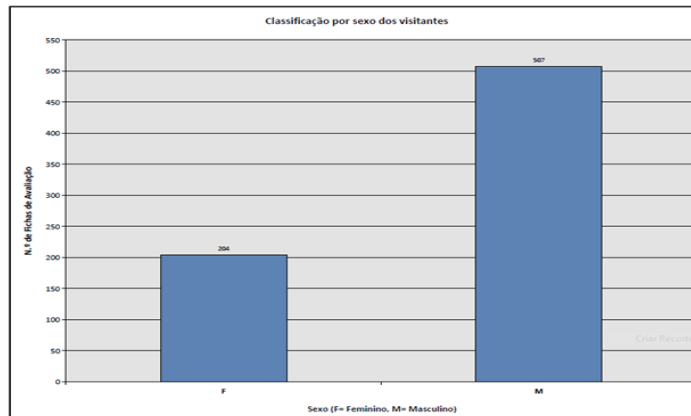
Para concretização deste estudo foram construídos instrumentos de investigação que se adaptassem aos objetivos da investigação. Esses instrumentos foram: Inquérito por questionário (aplicado a todos os visitantes do Santuário de Panóias); Inquéritos por entrevista (aplicado ao Responsável e respectivo Guia do Santuário de Panóias) e Grelha de observação direta ao Santuário de Panóias (utilizada para observar no “terreno” aspetos de grande relevo).

Para o tratamento dos dados, foram utilizados como métodos de análise de dados a estatística descritiva e a análise de conteúdo.

Caraterização 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.

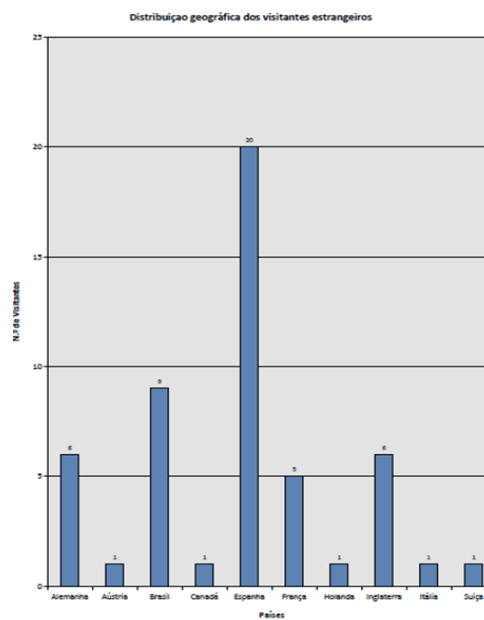


Gráfico nº 1: Classificação por género dos inquiridos

Num universo de 711 questionários analisados entre 1996 a 1999 e 2006 a 2011, confere-se que 204 dos visitantes pertencem ao sexo feminino e 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 entre o género dos visitantes, permitiu que no futuro a preocupação aumentasse quanto ao preenchimento dos questionários.

Gráfico nº2: Distribuição geográfica dos visitantes estrangeiros

1041

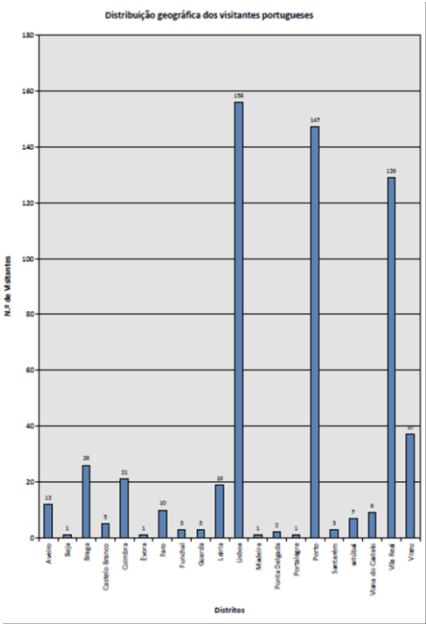


No que concerne à nacionalidade dos inquiridos, constata-se um predomínio de visitantes portugueses (83,2%), em contraponto com 16,8% de visitantes de nacionalidade estrangeira. Dos 119 inquiridos de nacionalidade estrangeira, apenas 45 divulgaram o seu país de origem, dos quais destacamos 20 espanhóis, 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.

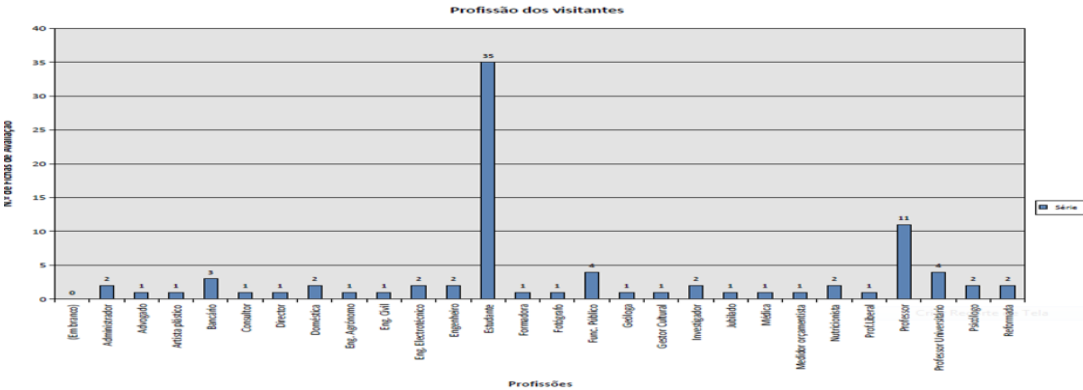
Gráfico nº3: Distribuição geográfica dos visitantes portugueses



Dos 592 visitantes portugueses constata-se que 156 provém do distrito de Lisboa, 147 do distrito do Porto, 129 do distrito de Vila Real, 37 do distrito de Viseu, 26 do distrito de Braga, 21 do distrito de Coimbra, 19 do distrito de Leiria, 12 do distrito de Aveiro, 10 do distrito de Faro, 9 do distrito de Viana do Castelo, 7 do distrito de Setúbal, 5 do distrito de Castelo Branco, 3 do distrito de Santarém, 3 do distrito da Guarda, 3 do distrito do Funchal, 2 do distrito de Ponta Delgada, 1 do distrito de Portalegre, 1 do distrito de Évora, 1 do arquipélago da Madeira.

Observa-se, assim, uma predominância de visitantes das grandes áreas urbanas, Porto e Lisboa, e do próprio distrito onde o monumento se localiza. O público das restantes áreas nacionais é muito restrito. Novamente a questão da informação e da sua distribuição pelo território nacional ou, por outro lado, a falta de interesse do público fora das grandes áreas urbanas.

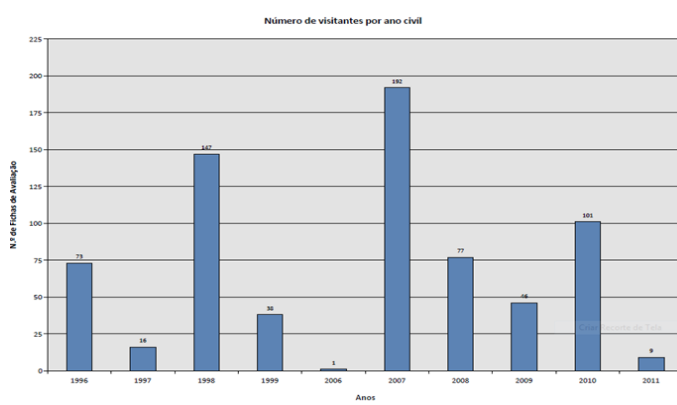
Gráfico nº4: Profissão dos inquiridos



Dos 711 visitantes que contemplaram o universo da amostra, 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 restantes que responderam, pode-se constatar que existe uma vasta variedade em termos de estrutura profissional dos visitantes. De acordo com o Gráfico nº4, 35 dos inquiridos são estudantes, 11 são professores, 6 são engenheiros, 4 são professores universitários, 4 são funcionários públicos, 3 são bancários, 2 são psicólogos, 2 são reformados, 2 são nutricionistas, 2 são investigadores, 2 são domésticos, 2 administradores, 1 é profissional liberal, 1 é medidor orçamentista, 1 é médico, 1 é jubilado, 1 é geólogo, 1 é gestor cultural, 1 é fotógrafo, 1 é formador, 1 diretor, 1 consultor, 1 artista plástico e 1 advogado.

Gráfico nº5: Número de visitantes por ano civil



1043

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.

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 prospectivamente.

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



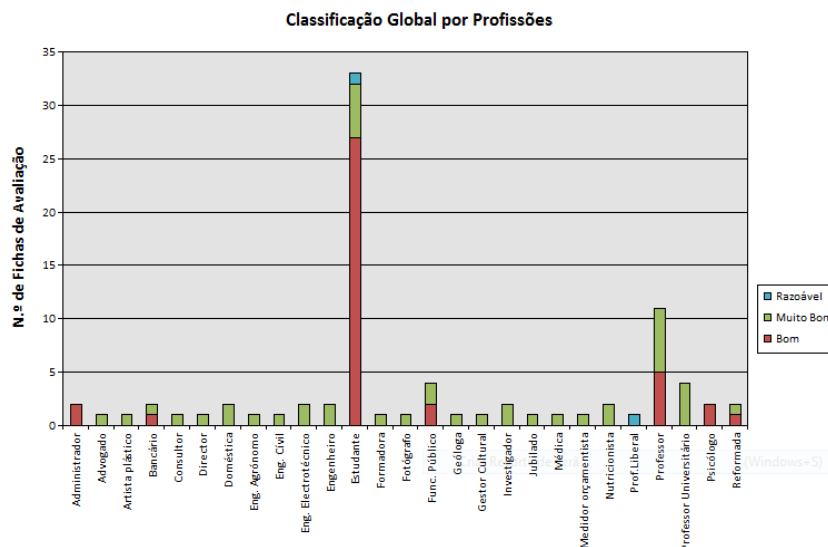
A partir da análise do gráfico, foi possível concluir que os 711 inquiridos que constituíram a amostra, avaliaram o monumento em termos de classificação global. Sendo assim, 60 visitantes consideraram-no como muito bom, 7 como bom e apenas 2 como suficiente.

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.

Destacam-se os públicos oriundos do Porto que classificaram-no na sua generalidade como muito bom (126 visitantes), 18 como bom, 2 suficiente e 1 como razoável e os inquiridos provenientes de Lisboa que avaliaram maioritariamente o Santuário de Panóias (125 visitantes), de muito bom, 30 destes inquiridos classificaram-no como bom e 1 como suficiente. Note-se que entre os públicos provenientes de Lisboa, Porto e Viseu, se encontram os elementos mais exigentes.

Relativamente aos visitantes estrangeiros destacamos 9 brasileiros, 6 alemães, 5 franceses, 1 austríaco, 1 canadense, 1 holandês, 1 italiano e 1 suíço, uma vez que avaliaram o Santuário de Panóias como sendo muito bom. Dos 20 inquiridos oriundos de Espanha, destacamos 18 que consideram o monumento muito bom, 1 como bom e outro como suficiente. Dos 6 visitantes ingleses, apenas 1 avaliou o Santuário como bom e os restantes como muito bom. O público estrangeiro demonstrou apreciar o monumento.

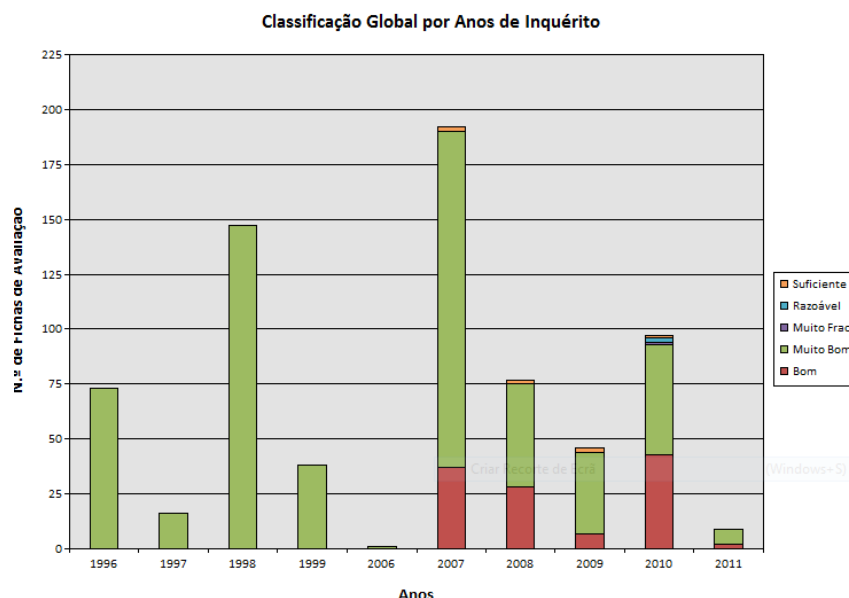
Gráfico nº8: Análise da apreciação global por profissões dos inquiridos



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.



Gráfico nº9: Análise da Classificação Global por ano civil



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, 153 visitantes avaliaram o monumento como muito bom; 37 como bom e apenas 2 visitantes como suficiente. O mesmo fenómeno ocorreu em 2008, 2009, 2010 e 2011.

Conclusão:

Tendo em conta o objetivo da investigação, concluímos que o público que maioritariamente visitou o Santuário de Panóias, no período analisado, foi o que Lopes (2004, p. 45) designou nos seus trabalhos como públicos habituais, aquele que tem menor representatividade na população portuguesa, um público escolarizado e qualificado. Assim, analogamente ao que Lopes (2004, p. 46) referencia nos seus estudos, o público do Santuário de Panóias caracterizou-se por possuir habilitações académicas elevadas, profissões qualificadas e ser detentor de um forte capital cultural já intrínseco e enraizado.

Esta conclusão vem, também, ao encontro do que Santos (2003, p. 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, p. 77). O mesmo autor, nos seus estudos obteve uma conclusão muito pertinente para o presente estudo: “os perfis sociais dos públicos mantêm-se tendencialmente inalterados, mesmo quando, no geral, se pode verificar um aumento do volume dos mesmos” (Santos, 2003p. 7). A incrementação de uma maior proximidade entre os públicos menos habilitados e a “cultura da arte”, requererá segundo Santos (1993) “um aperfeiçoamento dos processos de familiarização precoce e prolongada com os campos culturais mais selectivos”. (p. 78)

Ainda como conclusão anota-se que o público que visitou este local cultural demonstrou um elevado nível de satisfação, o que demonstra que a visita cultural é do agrado de quem a visita.



Referências bibliográficas

- Alfoldy, Géza (1997) Die mysterien von Panóias (Vila Real, Portugal). *Madrider Mitteilungen*, 38, 176-246 .
- Argote, Jeronymo Contador de (1734). *Memorias para a historia ecclesiastica do arcebispado de Braga, primaz das Hespanhas, dedicadas a Elrey D. Joaão V. Nosso Senhor* (Tomo II). Lisboa Occidental: Officina de Joseph Antonio da Silva.
- Bourdieu, Pierre (2005). *A distinção: Crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Editora Zouk.
- Brant, Leonardo (2002) Faces da cultura: Desenvolvimento social e investimento cultural privado. *Revista Ide Estudos Históricos*, 50, 1-31.
- Costa, António (2004). Dos públicos da cultura aos modos de relação com a cultura: Algumas questões teóricas e metodológicas param uma agenda de investigação. In AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 93-121). Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.
- Fernandez, Alonso (1999). *Introducción a la nueva museologia*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.
- Gomes, Rui (2004). A distinção banalizada? Perfis sociais dos públicos da cultura. In AAVV, *Os públicos da cultura* (pp. 31-41). Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Jorge, Virgolino (2000). Património e identidade nacional. *Engenharia civil*, 9, 1-8.
- Lopes, João (2000). *A cidade e a cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*. Porto: Edições Afrontamento.
- Lopes, João (2004). Experiência estética e formação de públicos. In AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 43-54). Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Ruiz, Ramon (2006). *Historia y evolucion del pensamiento científico*. Disponível em <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/historia-pensamiento-cientifico/historia-pensamiento-cientifico.pdf>.
- Santos, Helena (2003). A propósito dos públicos culturais: Uma reflexão ilustrada para um caso português. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 67, 75-97.
- Santos, Helena (2004). Labirintos: Alguns contextos actuais dos públicos da cultura, com ilustração empírica portuguesa. In R. Gomes (Coord.), *Públicos da cultura* (pp. 153-162). Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.
- UNESCO (2001). Declaração universal sobre a diversidade cultural, Adoptada pela 31ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO. Paris: UNESCO. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>.
- Vlachou, Maria (2011, Fevereiro 14). Por falar em 'novos' públicos... [Web blog post]. Disponível em <http://musingonculture-pt.blogspot.pt/2011/02/por-falar-em-novos-publicos.html>
- Yin, Robert (2005). *Estudo de caso. Planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

