



**Universidade de
Aveiro**
2017

Departamento de Economia, Gestão,
Engenharia Industrial e Turismo

**Márcia Raquel
Martinho da Costa**

**A influência das fontes de informação na
imagem cognitiva do património
arquitetónico: o caso de Aveiro**



**Universidade de
Aveiro**
2017

Departamento de Economia, Gestão,
Engenharia Industrial e Turismo

**Márcia Raquel
Martinho da Costa**

**A influência das fontes de informação na imagem
cognitiva do património arquitetónico: o caso de
Aveiro**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria João Aibéo Carneiro, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e coorientação do Doutor António Nuno Rosmaninho Rolo, Professor Auxiliar com Agregação do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho aos meus pais.

o júri
presidente

Prof. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Maria João Aibéo Carneiro
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Eugénia Cristina Peixoto Godinho Lima Devile
Professora adjunta do Instituto Politécnico de Coimbra

agradecimentos

Para realizar esta dissertação necessitei da colaboração e do apoio de diversas pessoas e entidades que sempre mostraram a paciência e a disponibilidade necessárias para a sua concretização.

À minha orientadora, Professora Doutora Maria João Aibéo Carneiro, e ao coorientador, Professor Doutor António Nuno Rosmaninho Rolo, pela orientação, apoio, conselhos e disponibilidade ao longo da realização desta dissertação.

Ao senhor Vereador da Cultura da Câmara Municipal de Aveiro, Luís Miguel Capão Filipe, e sua secretária, Eugénia Teixeira, pela sua disponibilidade e autorização para a aplicação dos questionários nos edifícios em estudo. Ao senhor Diretor do Museu de Aveiro, José António Christo, pelos seus conselhos e autorização na aplicação dos questionários no edifício do Museu de Aveiro.

Aos meus pais, irmão e irmã, namorado Filipe, pelo apoio, amor e paciência que me deram não só ao longo da dissertação mas também ao longo de todo o meu percurso universitário.

À Maria João e ao José, funcionários dos museus que me apoiaram e fizeram companhia nas longas horas de recolha de questionários.

Ainda aos meus amigos que mesmo longe estiveram sempre presentes quando mais necessitei do seu apoio.

palavras-chave

Fontes de informação, significado cultural, imagem cognitiva, interpretação, património arquitetónico, arquitetura, património cultural, turismo.

resumo

A literatura sugere que as fontes de informação podem contribuir para a aprendizagem sobre o património arquitetónico e podem mesmo induzir o visitante num estado *mindfulness*. A literatura sugere também que a informação pode ter uma influência positiva na formação da imagem cognitiva do património cultural e, em concreto, do património arquitetónico. Embora existam poucos estudos que relacionem a formação da imagem cognitiva do património cultural com a utilização de fontes de informação, a maioria dos estudos restringe-se sobretudo a determinadas fontes de informação como as visitas guiadas e não permitem identificar que aspetos da imagem cognitiva do património cultural são mais influenciados pelas fontes de informação. A investigação relativa à influência das fontes de informação na aprendizagem é também escassa e de âmbito limitado.

Considerando as lacunas anteriormente referidas, os objetivos do presente estudo foram determinar a imagem cognitiva que os visitantes de Aveiro possuem de algum património arquitetónico desta cidade e analisar a influência das fontes de informação na criação da imagem cognitiva do património arquitetónico e na aprendizagem relativamente a este património.

O estudo empírico baseou-se, sobretudo, no inquérito por questionário e no método experimental. O inquérito por questionário foi realizado administrando questionários a visitantes dos edifícios da Sé de Aveiro, do Museu de Aveiro e do Museu de Arte Nova, que se considerou constituírem património arquitetónico de grande valor. O inquérito por questionário foi ainda complementado pelo método experimental, que incluiu a criação de uma brochura para cada um dos edifícios em análise, da qual constava informação referente aos aspetos relacionados com os diferentes valores dos edifícios, que determinam o seu significado cultural. Esta brochura foi fornecida a uma amostra de visitantes dos edifícios em análise, ou seja, apenas a uma parte dos visitantes posteriormente inquiridos através do inquérito por questionário.

Em relação às fontes de informação utilizadas, verificou-se que a Internet foi a fonte de informação mais utilizada. Os visitantes conferiram grande relevância ao fornecimento de informação sobre diversos aspetos do património arquitetónico. A maioria dos inquiridos referiu que as principais informações que tinham obtido através das fontes de informação estavam relacionadas com aspetos históricos, com o facto de os edifícios serem um repositório de arte e conhecimentos, o que se justifica por dois dos edifícios terem funções museológicas e, por último, verificou-se que algumas têm a capacidade de exercer uma influência positiva na criação da imagem do património arquitetónico, nomeadamente no seu significado cultural, e na aquisição de conhecimentos relativamente a esse património. A presente dissertação termina com as principais conclusões e com os contributos teóricos e práticos do estudo.

keywords

Information sources, cultural significance, cognitive image, interpretation, architectural heritage, cultural heritage, architecture, tourism.

abstract

Literature suggests that information sources may contribute to learn about architectural heritage and may even induce the visitor into a *mindfulness* state. The literature also suggests that information can have a positive influence on the formation of the cognitive image of cultural heritage and, in particular, of architectural heritage. Although there are few studies that relate the formation of the cognitive image of cultural heritage with the use of information sources, most studies are restricted mainly to certain information sources such as guided tours and do not allow to identify which aspects of the cognitive image of cultural heritage are more influenced by information sources. It has further been found that interpretation is a medium which contributes to learning and can even induce the visitor into a state *mindfulness*. It is suggested that interpretation may have an influence on the formation of the cognitive image of the cultural heritage and, in particular, of the architectural heritage. Research on the influence of information sources on learning is also scarce and limited in scope.

Considering the limitations before mentioned, the objectives of the present study were to determine the cognitive image that the visitors of Aveiro possess of some architectural heritage of this city and to analyze the influence of the sources of information in the creation of the cognitive image of the architectural heritage and in the learning about this heritage.

The empirical study was based mainly on the questionnaire survey and the experimental method. The questionnaire survey was conducted, administering questionnaires to visitors of the buildings of the Sé de Aveiro, the Aveiro Museum and the Arte Nova Museum, which were considered to be architectural assets of great value. The questionnaire survey was further complemented by the experimental method, which included the creation of a brochure for each of the buildings under analysis, which included information on the aspects related to the different values of buildings, which determine their cultural significance. This brochure was provided to a sample of visitors to the buildings in question, that is, to only a part of the visitors subsequently surveyed through the questionnaire survey.

In relation to the sources of information used, it was found that the Internet was the most used source of information. The visitors gave great importance to the provision of information on various aspects of the architectural heritage. The majority of respondents reported that the main information they had obtained through the sources of information was related to historical aspects, as well as the fact of buildings are a repository of art and knowledge, which is justified by the fact that two of the buildings have museological functions and, finally, the location of the building. Regarding the sources of information, it was found that some of them have a positive influence on the creation of the image of the architectural heritage, namely on its cultural meaning. The present thesis concludes with the main conclusions and the theoretical and practical contributions of the study.

Índice

Parte I – Introdução	1
Capítulo 1 – Introdução	3
1.1. Relevância e objetivos da dissertação	3
1.2. Metodologia	5
1.3 Estrutura da dissertação	6
Parte II – Revisão da literatura	9
Capítulo 2 - Imagem do património arquitetónico	11
2.1. Introdução	11
2.2. Conceito de imagem	11
2.3. Conceito e tipos de património arquitetónico	14
2.3.1. Património cultural	14
2.3.2. Categorias de património cultural	17
2.4. Avaliação da imagem cognitiva do património arquitetónico	19
2.4.1. O conceito de significado cultural	21
2.4.2. Avaliação do significado cultural do património arquitetónico	22
2.5. Conclusão	30
Capítulo 3 - Interpretação, perceção do património arquitetónico e aprendizagem	33
3.1. Introdução	33
3.2. Interpretação	33
3.2.1. O conceito de interpretação	33
3.2.2. Técnicas de interpretação e desenvolvimento de um plano de interpretação	36
3.3. A influência da informação na aprendizagem e na imagem cognitiva do património arquitetónico	40
3.3.1. Influência da informação na aprendizagem	41
3.3.2. Influência da informação na formação da imagem dos destinos turísticos	45
3.3.3. Influência da informação na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico	49
3.4. Conclusão	52
Parte III – Investigação empírica	55
Capítulo 4 - A cidade de Aveiro e o seu património arquitetónico	57
4.1. Introdução	57
4.2. Caracterização geral da cidade de Aveiro	57
4.2.1. Nota histórica sobre a cidade de Aveiro	57
4.2.2. Caracterização demográfica	58
4.2.3. Taxa de emprego e empresas	60
4.3. Atrações turísticas	61
4.4. Infraestruturas e equipamentos de apoio	62
4.5. Caracterização do património arquitetónico de Aveiro que é alvo de análise no estudo empírico	65
4.5.1. Mosteiro de Jesus (Museu de Aveiro)	66
4.5.2. Sé de Aveiro	68

4.5.3. Casa Major Pessoa (Museu da Arte Nova)	70
4.6. Conclusão	71
Capítulo 5 - Objetivos e metodologia de investigação do estudo empírico	73
5.1. Introdução	73
5.2. Objetivo do estudo empírico	73
5.3. Método de recolha de dados	74
5.3.1. Método experimental	74
5.3.1.1. Análise de brochuras da cidade de Aveiro com informação sobre património arquitetónico	75
5.3.1.2. Brochuras turísticas: conceção	77
5.3.2. Inquérito por questionário	80
5.3.2.1. Instrumento de investigação	80
5.3.2.2. Técnica de amostragem	88
5.3.2.3. Método de administração dos questionários	88
5.4. Métodos de análise dos dados	89
5.5. Conclusão	90
Capítulo 6 - Análise e discussão dos resultados	91
6.1. Introdução	91
6.2. Caracterização sociodemográfica dos inquiridos	91
6.3. Experiência de visita	94
6.4. Fontes de informação	95
6.4.1. Fontes de informação utilizadas pelos visitantes	95
6.4.2. Tempo de consulta das fontes de informação	97
6.5. Significado cultural do património arquitetónico da cidade de Aveiro	97
6.5.1. Importância dos edifícios como património cultural	97
6.5.2. Descrições dos edifícios realizadas pelos visitantes	101
6.5.3. O significado cultural dos edifícios visitados	101
6.6. Importância das fontes de informação para o significado cultural	104
6.6.1 Influência das fontes de informação na perceção do significado cultural	104
6.6.2. Conteúdo das fontes de informação: preferências dos visitantes	111
6.6.3- Influência das fontes de informação na aprendizagem	120
6.7. Conclusões	122
Parte IV- Conclusões	125
Capítulo 7 - Conclusões	127
7.1. Conclusões	127
7.2. Contributos	131
7.3. Dificuldades e limitações	132
7.4. Propostas para investigação futura	133
Referências bibliográficas	135

Índice de Figuras

Capítulo 2

Figura 2.1 – Categorias do património	18
---------------------------------------	----

Capítulo 4

Figura 4.1 – Fachada do Museu de Aveiro	67
Figura 4.2 – Frontão do portal central da fachada do Museu de Aveiro	68
Figura 4.3 – Sé de Aveiro	69
Figura 4.4 – Cruzeiro tardo – gótico (cópia à esquerda e original à direita)	69
Figura 4.5 – Museu de Arte Nova (Casa Major Pessoa)	70

Índice de tabelas

Capítulo 2

Tabela 2.1 – Definições de imagem do destino turístico	12
Tabela 2.2 – Atributos utilizados para medir a imagem do destino turístico	20
Tabela 2.3 – Atributos utilizados para avaliar o valor estético	23
Tabela 2.4 – Atributos utilizados para avaliar o valor histórico	24
Tabela 2.5 – Atributos utilizados para avaliar o valor espiritual	25
Tabela 2.6 – Categorias de valores	27

Capítulo 3

Tabela 3.1 – Definições de interpretação (Continua)	34
Tabela 3.2 – Fontes de informação	37
Tabela 3.3 – Definições de <i>mindfulness</i> (Continua)	41

Capítulo 4

Tabela 4.1 – População residente e densidade populacional (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	59
Tabela 4.2 – População residente no município de Aveiro de acordo com a faixa etária	59
Tabela 4.3 – Taxa de emprego de acordo com a faixa etária (NUT I Portugal e na NUT II Região Centro)	60
Tabela 4.4 – Número de empresas em 2012 e 2014 (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	60
Tabela 4.5 – Despesas em cultura (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	61
Tabela 4.6 – Número de bens imóveis (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	61
Tabela 4.7 – Número de estabelecimentos de alojamento turístico (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	63
Tabela 4.8 – Capacidade de alojamento em estabelecimentos de alojamento turístico (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	63
Tabela 4.9 – Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)	64
Tabela 4.10 – Dormidas em estabelecimento de alojamento turístico segundo o país de residência em 2015 (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e NUT IV município de Aveiro)	65

Capítulo 5

Tabela 5.1 – Itens considerados na questão para determinar a importância das fontes de informação utilizadas	81
Tabela 5.2 – Itens para determinar o significado cultural do património arquitetónico (Continua)	82
Tabela 5.3 – Itens para determinar as informações que é mais importante que as fontes de informação transmitam	84

Tabela 5.4– Itens para determinar a percepção subjetiva dos visitantes relativamente à atratividade das fontes de informação utilizadas e à influência das fontes na aquisição de conhecimento	85
Tabela 5.5 – Questões de conhecimento acerca do património arquitetónico (Sé e Museu de Aveiro)	86
Tabela 5.6 – Questões de conhecimento acerca do património arquitetónico (Museu de Arte Nova)	87
Tabela 5.7 – Tipo de questões relativas aos dados sociodemográficos	88

Capítulo 6

Tabela 6.1 – Dados sociodemográficos dos inquiridos	93
Tabela 6.2 Relação entre o edifício visitado e dois constructos sociodemográficos - a formação académica e a situação profissional dos inquiridos	94
Tabela 6.3 – Experiência de visita	94
Tabela 6.4 – Relação entre as fontes de informação utilizadas e o edifício visitado	95
Tabela 6.5 – Relação entre a importância das fontes de informação utilizadas e o edifício visitado	96
Tabela 6.6 – Relação entre o tempo despendido a consultar as fontes de informação e o edifício visitado	97
Tabela 6.7 – Importância patrimonial atribuída ao património arquitetónico	98
Tabela 6.8 – Dimensões do significado cultural	100
Tabela 6.9 – Relação entre o significado cultural e os edifícios visitados	102
Tabela 6.10 – Influência das fontes de informação para a criação da imagem de cada um dos edifícios (continua)	105
Tabela 6.11 – Relação entre o edifício visitado e o conteúdo que as fontes de informação devem conter	111
Tabela 6.12 – Análise de componentes principais sobre a influência do uso das fontes de informação	114
Tabela 6.13 – Influência do uso das fontes de informação para a criação da imagem do património (Continua)	116
Tabela 6.14 - Relação entre as questões corretas e o edifício visitado	121
Tabela 6.15 - Relação entre o conhecimento e o edifício visitado	121

Índice de anexos

ANEXO 1

Brochura concebida para a Sé de Aveiro (português)

Anexo 2

Brochura concebida para a Sé de Aveiro (espanhol)

ANEXO 3

Brochura concebida para a Sé de Aveiro (francês)

ANEXO 4

Brochura concebida para a Sé de Aveiro (inglês)

ANEXO 5

Brochura concebida para o Museu de Aveiro (português)

ANEXO 6

Brochura concebida para o Museu de Arte Nova (português)

ANEXO 7

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (português)

ANEXO 8

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (espanhol)

ANEXO 9

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (francês)

ANEXO 10

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (inglês)

ANEXO 11

Questionário aplicado aos visitantes do Museu de Aveiro (português)

ANEXO 12

Questionário aplicado aos visitantes do Museu de Arte Nova (português)

Glossário

BUGA – *Bicicleta de Utilização Gratuita de Aveiro*

DGPC – *Direção Geral do Património Cultural*

ICOMOS – *International Council of Monuments and Sites*

WOM – *Word-of-mouth*

Parte I – Introdução

Capítulo 1 – Introdução

1.1. Relevância e objetivos da dissertação

Cada vez mais visitantes procuram o património cultural construído como meio de atingir a calma existente num passado distante para atenuar a agitação e ansiedade da exigência das rotinas diárias (Timothy, 2011). A necessidade de qualificações superiores nos meios laborais acompanhada de um aumento salarial, bem como do desenvolvimento e democratização dos meios de transporte, permitiu que os indivíduos viajem à procura de satisfazer as suas necessidades de lazer mas também de conhecimento (Timothy, 2011) sobre a História de determinadas culturas. O património cultural construído encontra-se presente em muitos destinos turísticos. Por exemplo, em Portugal, no ano de 2013, existiam 4 451 imóveis classificados – 3 381 monumentos, 559 conjuntos e 511 sítios (INE, 2016), podendo estes ser uma das importantes razões que levam o visitante a deslocar-se aos destinos em que estes imóveis se localizam (Timothy, 2011).

O principal foco de análise da presente dissertação é a influência das fontes de informação na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico e na aquisição de conhecimentos. É sugerido que as fontes de informação poderão permitir aumentar os conhecimentos de um indivíduo através de meios de comunicação que potenciam o processamento da informação que rodeia o indivíduo (Frauman & Norman, 2004; Kuo, 2002; Moscardo, 2014) e ainda tornar a experiência turística mais satisfatória (Moscardo, 2003). No entanto, os estudos empíricos que relatam a aquisição de conhecimentos proporcionada pelas fontes de informação são escassos e analisam a aquisição de um conjunto muito limitado de conhecimentos.

Torna-se cada vez mais importante compreender as perceções que os visitantes criam dos destinos turísticos e das atrações turísticas, uma vez que, determinar a imagem que um visitante tem sobre um determinado destino turístico permite antecipar as intenções comportamentais do visitante, uma vez que a imagem pode influenciar o processo de seleção do destino a visitar, bem como o seu comportamento durante a viagem (Baloglu & McCleary, 1999; Echtner & Ritchie, 1991; Fakeye & Crompton, 1991; Gartner, 1993; Kock et al., 2016; Middleton, Fyall, Morgan, & Ranchhod, 2009b). O número de estudos sobre a imagem no âmbito do turismo tem aumentado, principalmente o número de estudos relativos à imagem do destino turístico na sua globalidade. Embora o património cultural, e

especificamente o património arquitetónico, possa ser um fator competitivo dos destinos turísticos e, adicionalmente, o número de estudos sobre a imagem em turismo não pare de crescer (Chen & Tsai, 2007; Kock et al., 2016; Pike, 2002), verifica-se que existem relativamente poucos estudos (e.g. Cohen-Aharoni, 2017; Io, 2013; Io & Hallo, 2011; Moscardo, 1996; Nishimura, Waryszak, & King, 2007) sobre a imagem do património arquitetónico. Além de existirem poucos estudos que relacionem a formação da imagem cognitiva do património cultural com as fontes de informação, a maioria restringem-se sobretudo a determinadas fontes como as visitas guiadas e não permitem identificar que aspetos da imagem cognitiva do património cultural são mais influenciados pelas fontes de informação (Cohen-Aharoni, 2017; Io, 2013; Io & Hallo, 2011).

Considerando as lacunas existentes na literatura anteriormente apresentadas, a presente dissertação tem como objetivos principais:

- Determinar a imagem cognitiva que os visitantes de Aveiro possuem de algum património arquitetónico desta cidade;
- Analisar a influência das fontes de informação na criação da imagem cognitiva do património arquitetónico.

Estabeleceram-se também os objetivos específicos que a seguir se apresentam.

Através de uma revisão de literatura pretende-se:

- Compreender o conceito de imagem;
- Perceber como se mede a imagem cognitiva do património arquitetónico;
- Compreender a potencial influência das fontes de informação na formação da imagem cognitiva do património.

Com base na realização de um estudo empírico tem-se com objetivo:

- Analisar a influência dos fatores sociodemográficos (idade, género, formação académica e classe social) na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico;
- Determinar as preferências dos visitantes do património arquitetónico em relação às fontes de informação;
- Determinar o significado cultural atribuído a algum património arquitetónico da cidade de Aveiro;
- Determinar a influência das fontes de informação e, em concreto, da brochura turística, na aprendizagem e, mais especificamente, na perceção do significado cultural do património arquitetónico.

Através de todo o trabalho desenvolvido pretende-se:

- A partir da análise dos resultados obtidos, propor estratégias que potenciem o conhecimento do património arquitetónico e que correspondam às necessidades dos segmentos de visitantes alvo;
- Identificar estratégias que maximizem o potencial turístico do património arquitetónico, incluindo estratégias relativas às fontes de informação.

1.2. Metodologia

Após esclarecer o objetivo da investigação apresenta-se a metodologia utilizada na presente dissertação. Para a revisão de literatura recorreu-se maioritariamente a artigos científicos que abordassem as seguintes temáticas: a imagem dos destinos turísticos, interpretação, aprendizagem e significado cultural. Recorreu-se ainda a outros meios como os anuários estatísticos, capítulos de livros e brochuras turísticas, de modo a caracterizar a cidade de Aveiro e o seu património arquitetónico.

Já o estudo empírico realizado no âmbito da presente dissertação baseou-se, sobretudo, no inquérito por questionário e no método experimental. O inquérito por questionário foi realizado, administrando questionários a visitantes de três edifícios - Sé de Aveiro, Museu de Aveiro e Museu Arte Nova - que se considerou constituírem património arquitetónico de grande valor. O inquérito por questionário foi ainda complementado pelo método experimental, que incluiu a criação de uma brochura para cada um dos edifícios em análise, da qual constava informação referente aos aspetos relacionados com os diferentes valores dos edifícios, que determinam o seu significado cultural. Esta brochura foi fornecida a uma amostra de visitantes dos edifícios em análise, ou seja, apenas a uma parte dos visitantes posteriormente inquiridos através do inquérito por questionário. Este facto gerou, em cada edifício, dois grupos de visitantes em análise – um que correspondia aos visitantes que apenas respondiam a um questionário após a visita ao edifício, e outro que consistia nas pessoas que recebiam uma brochura antes da visita ao edifício e que, depois da visita, respondiam ao questionário.

Várias análises univariadas, bivariadas e multivariadas foram realizadas aos dados obtidos através dos questionários, com o objetivo de analisar o significado cultural dos edifícios e de avaliar a influência da informação consultada na perceção desse significado, bem como nos conhecimentos adquiridos.

1.3 Estrutura da dissertação

A presente dissertação está dividida em quatro partes e, cada uma das partes, encontra-se subdividida em capítulos. A primeira parte corresponde à introdução da dissertação, na qual se identificam os objetivos e a relevância do estudo, os métodos para alcançar os objetivos e, ainda, a estrutura da dissertação.

A parte II da dissertação corresponde à revisão de literatura, que permite a fundamentação teórica dos objetivos de investigação, mas que também suporta a metodologia adotada na recolha de dados da investigação empírica. A parte II divide-se em dois capítulos:

- Capítulo 2: Imagem do património arquitetónico;
- Capítulo 3: Interpretação, perceção do património arquitetónico e aprendizagem.

Como um dos objetivos principais da dissertação é determinar a imagem cognitiva de algum património arquitetónico da cidade de Aveiro que é percebida pelos visitantes desse património, o capítulo 2 foca-se essencialmente na imagem do património arquitetónico. Nesse capítulo confrontam-se definições do conceito de imagem propostas, no âmbito do turismo, por diferentes autores, em que se identificam e definem as principais componentes da imagem. O mesmo acontece com o conceito de património, tendo-se procurado sintetizar a evolução do conceito de património no decorrer dos séculos. Para determinar a imagem cognitiva do património arquitetónico, isto é, a perceção do património, utiliza-se o significado cultural como base para determinar essa imagem. Isto porque o significado cultural do património arquitetónico é determinado com base nos valores estético, histórico, social, espiritual ou científico atribuído a esse património, os quais correspondem a aspetos relevantes do edifício.

Já o segundo objetivo principal é verificar qual a influência das fontes de informação na criação da imagem cognitiva do património arquitetónico de Aveiro. Após explicitar o conceito de interpretação e identificar que técnicas interpretativas são geralmente utilizadas em turismo, procurou-se compreender a potencial relação da interpretação com a imagem dos destinos turísticos, mais especificamente com a imagem cognitiva do património arquitetónico e, por último, com a aprendizagem.

Já a parte III corresponde à investigação empírica. Nesta parte apresenta-se o património que vai ser estudado, bem como a metodologia aplicada para a recolha de dados e análise

dos mesmos. Além disso, analisam-se e discutem-se os resultados. Esta parte da dissertação divide-se em três capítulos:

- Capítulo 4: A cidade de Aveiro e o seu património arquitetónico
- Capítulo 5: Objetivos e metodologia de investigação do estudo empírico
- Capítulo 6: Análise e discussão dos resultados

No capítulo 4 pretende-se caracterizar o contexto em que se insere o património escolhido para este estudo através de uma análise geográfica, demográfica, social, económica e cultural desse contexto. Aspetos como a localização da cidade de Aveiro no território nacional, densidade populacional, empregabilidade, oferta turística e património cultural existente na cidade, são apresentados. Em relação ao património cultural da cidade de Aveiro destacam-se os três edifícios em estudo: o Museu de Aveiro, a Sé de Aveiro e o Museu de Arte Nova. Estes edifícios foram escolhidos para este estudo, não só pela sua importância patrimonial, mas também pela representatividade dos mesmos quer do ponto de vista histórico, artístico ou turístico, que é explicitada através de uma análise dos mesmos.

No capítulo 5 apresenta-se o estudo empírico da presente dissertação. Para alcançar os objetivos deste estudo, já anteriormente referidos, recorreu-se ao método experimental e ao inquérito por questionário. Visitantes dos edifícios em estudo foram questionados através de um questionário com questões de resposta fechada e aberta, que vai permitir recolher dados relativos às fontes de informação utilizadas durante a visita ao edifício e à influência destas fontes na criação de uma imagem do edifício. O método experimental foi aplicado, através da entrega a alguns visitantes aleatoriamente escolhidos, antes da visita ao edifício (e que, portanto, ainda não responderam ao questionário), de uma brochura turística criada exclusivamente para este estudo, com informação relativa ao edifício que vão visitar. Em cada edifício, os visitantes em análise vão, portanto, dividir-se em dois grupos: os que receberam uma brochura e responderam a um questionário e os que apenas responderam ao questionário, não recebendo a brochura. Os resultados do inquérito por questionário irão ser analisados de modo a identificar a imagem cognitiva que os visitantes formam dos edifícios visitados, bem como a influência das fontes de informação e, concretamente, da brochura entregue só a alguns visitantes, na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico da cidade de Aveiro.

No capítulo 6 analisam-se e discutem-se os resultados obtidos através do inquérito por questionário. Neste capítulo é caracterizada, do ponto de vista sociodemográfico, a amostra da população inquirida. Os resultados do inquérito por questionário irão também ser analisados de modo a identificar a imagem cognitiva que os visitantes formam dos edifícios visitados, o tipo e fontes de informação que os visitantes consideram relevantes e, ainda, a determinar qual a influência das fontes de informação e, concretamente, da brochura entregue só a alguns visitantes, na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico da cidade de Aveiro.

A parte IV da dissertação é constituída por um capítulo: Capítulo 7- Conclusões. Neste capítulo são apresentadas as conclusões finais deste estudo, as implicações do mesmo para a investigação em turismo, dificuldades e limitações que decorreram durante a realização do estudo e, ainda, propostas para investigação futura.

Parte II – Revisão da literatura

Capítulo 2 - Imagem do património arquitetónico

2.1. Introdução

O estudo da imagem em turismo tem sido alvo de atenção pela comunidade científica desde a década de 70 do século XX (Pike, 2002) e tem-se focado essencialmente nos destinos (Agapito, Valle, & Mendes, 2013; Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martín, 2004; Bigné Alcañiz, Sánchez García, & Sanz Blas, 2009; Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza, García, & Saura, 2002; Gartner, 1993; Gunn, 1988; Kim & Chen, 2015; Kock, Josiassen, & Assaf, 2016; Vogt & Andereck, 2003). A grande relevância atribuída à imagem do destino turístico deve-se, entre outros aspetos, ao facto desta imagem permitir antecipar as intenções comportamentais do visitante, já que pode influenciar o processo de seleção do destino a visitar (Baloglu & McCleary, 1999; Chen & Tsai, 2007; Echtner & Ritchie, 1991; Fakeye & Crompton, 1991; Gartner, 1993; Kock et al., 2016; Kozak & Kozak, 2008; Middleton et al., 2009b; Molina & Esteban, 2006; Nicoletta & Servidio, 2012). No entanto, esses estudos não se têm focado, especificamente, na imagem de determinados constituintes do destino, como por exemplo o património arquitetónico, nem na influência exercida pelas fontes de informação para a criação da imagem do património arquitetónico.

Considerando as lacunas anteriormente identificadas, o objetivo do presente capítulo é determinar como se pode avaliar a imagem cognitiva do património arquitetónico. Verificou-se que o significado cultural do património arquitetónico é um meio para determinar a imagem que os visitantes atribuem ao património construído.

Após se esclarecer o conceito de imagem, bem como identificar as suas componentes, analisa-se o conceito de património arquitetónico, bem como as diferentes tipologias de património. Discute-se depois a avaliação da imagem cognitiva do património arquitetónico. Com se verificou, para avaliar a imagem cognitiva do património arquitetónico é importante determinar o seu significado cultural. Portanto, a análise do conceito de significado cultural, bem como o modo de o determinar, concluem o presente capítulo.

2.2. Conceito de imagem

A imagem é um constructo mental multidimensional que se altera ao longo do tempo e que varia de sujeito para sujeito (Gallarza et al., 2002). Em grande parte devido a estas

características, ainda não existe unanimidade na comunidade científica em relação a uma definição universal que a concetualize (Lai & Li, 2015). No âmbito do turismo, subsistem ainda diversas definições de imagem dos destinos turísticos que, conforme anteriormente mencionado, é o tipo de imagem que tem sido alvo de maior investigação. Para diminuir essa ambiguidade, os investigadores têm vindo a desenvolver investigação na qual tentam concetualizar a imagem dos destinos (Beerli & Martín, 2004; Bigné Alcañiz et al., 2009; Chen & Tsai, 2007; Echtner & Ritchie, 1991; Kim & Chen, 2015; Kislali, Kavaratzis, & Saren, 2016; Kock et al., 2016; Lai & Li, 2015) (ver Tabela 2.1).

Tabela 2.1 – Definições de imagem do destino turístico

(Echtner & Ritchie, 1991)	“...não se define apenas pelas perceções individuais dos atributos do destino mas também pela impressão holística do destino.”(p.8)
(Chen & Tsai, 2007)	“Perceção subjetiva do visitante acerca da realidade do destino.” (p.1116)
(Bigné Alcañiz et al., 2009)	“... a perceção global de um destino, a representação na mente do turista do que ele/ ela sabem e sentem acerca do destino. Em resumo, consiste em tudo o que o destino evoca no indivíduo: qualquer ideia, crença, sentimento ou atitude que os turistas associam ao local.” (p. 716)
(Kock et al., 2016)	“...concetualizada como um construto reflexivo unidimensional que existe na mente do indivíduo e que pode ser rapidamente extraído da memória” (p. 31)

Apesar desta ambiguidade, o que comprova a natureza complexa da imagem de destinos turísticos (Gallarza et al., 2002), existe conformidade em relação a alguns aspetos, tais

como o de ser um constructo mental (Chen & Tsai, 2007; Echtner & Ritchie, 1991) que abrange o conhecimento e crenças de um indivíduo em relação a um destino turístico - avaliações cognitivas - (Baloglu & McCleary, 1999; Bigné Alcañiz et al., 2009; Gartner, 1993; Lai & Li, 2015; Vogt & Andereck, 2003), bem como os seus sentimentos em relação a ele - avaliações afetivas - (Baloglu & McCleary, 1999; Bigné Alcañiz et al., 2009; Gartner, 1993; Lai & Li, 2015; Vogt & Andereck, 2003) e as suas impressões gerais do destino (Baloglu & McCleary, 1999; Gartner, 1993; Vogt & Andereck, 2003).

O processo de formação da imagem é induzido por agentes externos (e.g. fontes de informação, características sociodemográficas, motivações para viajar) que estimulam respostas cognitivas, afetivas ou globais, interligadas entre si, em relação a um destino (Agapito et al., 2013; Gartner, 1993). As avaliações cognitivas são influenciadas por esses agentes externos como as fontes de informação (Baloglu & McCleary, 1999; Gartner, 1993), pelas características sociodemográficas dos indivíduos (Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martín, 2004), pelas motivações de viagem (Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martín, 2004), a experiência anterior, o número de locais visitados durante a experiência turística (Beerli & Martín, 2004), entre outros aspetos. Considera-se que as avaliações afetivas medeiam as avaliações cognitivas e a imagem global (Vogt & Andereck, 2003).

Não existe concordância quanto à existência de uma dimensão da imagem correspondente comportamental, havendo apenas alguns autores que consideram esta componente da imagem nos seus modelos conceituais (Agapito et al., 2013; Andrade Suárez, 2012; Beerli & Martín, 2004). Esta corresponde à ação, dizendo respeito ao processo de tomada de decisão antes do processo de viagem (Gartner, 1993) ou ainda às atitudes comportamentais após a viagem (e.g. *word-of-mouth*, intenção de regressar) (Agapito et al., 2013; Andrade Suárez, 2012; Beerli & Martín, 2004).

Pode-se determinar a imagem de um destino turístico através de uma avaliação dos seus atributos isoladamente ou do conjunto na sua globalidade (Kock et al., 2016).

É muito importante avaliar a imagem de um destino turístico visto que a imagem afeta as atitudes comportamentais antes (e.g. escolha de destino a visitar), durante (e.g. satisfação) e após (e.g. regresso ao destino e gerar um *word-of-mouth* positivo) a visita ao destino (Agapito et al., 2013; Andrade Suárez, 2012; Baloglu & McCleary, 1999; Bigné Alcañiz et al., 2009; Chen & Tsai, 2007), sendo necessário criar uma imagem positiva e sólida como

fator de competitividade do destino em relação a outros destinos turísticos (Andrade Suárez, 2012). É necessário existir um esforço por parte dos profissionais do *marketing* de modo a identificarem quais as componentes da imagem que influenciam determinados comportamentos dos visitantes e, deste modo, criar imagens do destino que correspondam às suas expectativas (Bigné Alcañiz et al., 2009; Chen & Tsai, 2007).

2.3. Conceito e tipos de património arquitetónico

A importância patrimonial atribuída às obras edificadas no decorrer da História remonta à Época Clássica. Esse interesse adaptou-se às sociedades de cada época ao refletir os seus ideais. Enquanto na Época Clássica esse interesse focou-se no carácter didático dos edifícios erguidos pelas civilizações como o meio para as conhecer, mais tarde, no século XVIII, esse valor didático fez-se acompanhar de outros valores como o valor nacional (Choay, 2000).

2.3.1. Património cultural

As obras construídas pelo Homem adquiriram no século XVIII a designação de monumento histórico. Esta designação foi o culminar de uma longa metamorfose enraizada na Época Clássica e que se manifestou através do interesse pelas construções antigas. Esse interesse pelo monumento histórico, quer ele fosse móvel ou imóvel, já se tinha manifestado anteriormente, no século XVI, através da exibição de coleções particulares (Choay, 2000). Assim que a Revolução Francesa de 1789 terminou, o conceito de *monumento histórico* surgiu no primeiro tomo da *Antiquités Nationales, ou Recueil de Monuments* apresentado à Assembleia Constituinte Francesa por Aubin–Louis Millin em 1790. Nessa obra, para além de fazer uma descrição dos monumentos históricos, procurou evitar que os mesmos entrassem em estado de ruína. O termo *monumento histórico* vai permanecer até meados da década de 60 do século XX para ser substituído pelo conceito de património, tal como refere a Carta de Veneza (Choay, 2000; ICOMOS, 1964). A conferência que ditou a Carta de Veneza (1964) foi realizada para que os governos se responsabilizassem pela proteção e preservação dos edifícios históricos (ICOMOS - Comissão Nacional Portuguesa, 2017). Nela, património é designado como um testemunho civilizacional de um passado comum das sociedades (ICOMOS, 1964):

“Imbuídos com uma mensagem do passado, os monumentos históricos de gerações de pessoas permanecem no presente como testemunho vivo das suas antigas tradições. As pessoas estão cada vez mais a tornar-se conscientes da unidade dos valores humanos e a verem os monumentos como um património comum.”

No decorrer dos séculos XVII e XVIII, preponderava o interesse pelos vestígios da Antiguidade Clássica. No entanto, depois da Revolução Francesa os vestígios nacionais tornaram-se o principal foco de atenção. O valor nacional surge como um dos valores mais importantes atribuídos ao monumento histórico em contexto revolucionário francês do século XVIII (Choay, 2000). A Assembleia Constituinte Francesa, ao promulgar a secularização dos bens do clero, dos imigrantes e do monarca permitiu que o restante património nacional fosse alvo de leis que promovessem a sua proteção e os bens passaram a ser transmitidos geracionalmente sob a forma de herança (Choay, 2000; Vecco, 2010). As Comissões Revolucionárias francesas criaram ainda a Comissão dos Monumentos para a classificação e inventariação dos mesmos e reutilizaram-nos para outros fins que não os seus iniciais (Choay, 2000).

Não foi só a Revolução Francesa que foi importante para a criação do conceito de monumento histórico. A Revolução Industrial, acompanhada de uma alteração de mentalidades, também deixou marcas indeléveis para a sua existência. O reconhecimento do monumento histórico surgiu em vários países da Europa, deixando de ser apenas reconhecido em França. Esse reconhecimento teve início com os textos de Guizot, Ministro do Interior, em que um dos seus objetivos foi instituir um inspetor geral dos monumentos em França, nos quais apresentou o sentimento nacional que o monumento histórico evocava. Apesar de a Revolução Industrial ter-se iniciado em Inglaterra, era a França que proclamava a modernização e o progresso. Em Inglaterra, o monumento permitia uma ligação ao passado num presente cada vez mais agitado, o monumento era um bem fundamental à sociedade no seu quotidiano (Choay, 2000).

Ainda no século XIX, o progresso científico de disciplinas como a Química ou a História da Arte permitiu a autonomização do Restauro enquanto disciplina. Com esta autonomização surgiram opositores e defensores dessa doutrina, dos quais se destacaram o inglês Ruskin e o francês Viollet-Le-Duc, respetivamente. Para além de defender o valor universal dos monumentos, Ruskin defendeu que a intervenção no edifício através das técnicas de

restauro conduziam à perda da sua essência e conseqüente decadência. Esse ideal foi reforçado por determinados problemas que a intervenção nos monumentos suscitou, como a falta de conhecimento no que respeitava às edificações medievais, por parte dos arquitetos que faziam as intervenções. Em França, essas intervenções ficavam ao encargo dos arquitetos que se formavam na Escola de Belas Artes de Paris que seguiam os seus pressupostos academicistas e ainda o facto de o trabalho de restauro carecer de remuneração e não permitir uma intervenção criativa por parte do interveniente (Choay, 2000).

Em França, Violet–Le–Duc, através dos seus ideais revivalistas, sublinhou a necessidade de preservar o que restava dos edifícios erguidos pelas sociedades passadas (Choay, 2000; Howard, 2003).

Na Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural da UNESCO realizada no ano de 1972 em Paris, institui-se que o património cultural inclui os monumentos, conjuntos arquitetónicos e locais de interesse com valor universal, estético ou científico (UNESCO, 1972). A mesma definição de património cultural é evidenciada na Convenção para a Protecção do Património Arquitetónico Europeu realizada em Granada no ano de 1985 (Conselho da Europa, n.d.).

O Conselho da Europa declarou que 1975 seria o ano Europeu da Arquitetura e foram realizados esforços para consciencializar os diferentes países europeus relativamente à importância económica, social e cultural dos edifícios e monumentos (ICOMOS, n.d.). Nesse mesmo ano, o Conselho Europeu aprovou a Carta Europeia do Património Arquitetónico em Amesterdão para que se pudessem formular princípios universais para a protecção do património. Tal como a Convenção para a Protecção do Património Mundial da UNESCO, esta Carta também considera como património cultural os monumentos, conjuntos arquitetónicos e locais de interesse com valor estético ou científico; o valor cultural, social, económico e espiritual e, ainda, o contexto em que o património se insere. Outro aspeto relevante é o papel educacional do património arquitetónico. Os edifícios históricos são uma evidência do passado (e.g. formas, período histórico) (ICOMOS, n.d.).

Em Portugal, de acordo com o artigo 2.º do decreto-lei n. 107/ 2001, de 8 de Setembro, o património cultural é o conjunto de quaisquer bens que evidenciam o desenvolvimento

civilizacional e identitário de um grupo cultural, testemunhando o seu passado (Assembleia da República, 2001).

Mais recentemente, em 2015, realizou-se a 6ª Conferência de Ministros do Património Cultural do Conselho de Ministros do Conselho Europeu na cidade de Namur (Bélgica). O objetivo da mesma foi aprofundar a colaboração internacional, mas também a necessidade de refletir sobre as características da sociedade do século XXI (e.g. crises políticas ou económicas, entre outros), já que os impactos não se refletem apenas na comunidade mas também no património edificado. Nela, se definiu o património cultural como sendo parte da identidade europeia que reflete o passado e que o transmite a gerações futuras sob a forma de conhecimento (Conselho da Europa, 2015).

Após esta síntese que revela o uso do conceito de património em algumas cartas internacionais, demonstrando que o mesmo é algo que possui determinados valores (e.g. estético, social, entre outros) e, como tal, deve ser protegido, constituindo uma memória do passado e parte da identidade de uma sociedade, parte-se agora para a identificação dos diferentes tipos de património.

2.3.2. Categorias de património cultural

O património pode ser cultural ou natural (UNESCO, n.d.). O património cultural ou é imaterial (e.g. tradições, rituais, expressões artísticas, registos de som) ou é material (e.g. edifícios, objetos) (Assembleia da República, 2001; Direção Regional Cultura Norte, n.d.; SIPA, n.d.). Dentro da categoria de património cultural material existem duas subcategorias:

- Património cultural móvel (e.g. esculturas, livros, fotografias) (Assembleia da República, 2001; Direção Regional Cultura Norte, n.d.; UNESCO, n.d.);
- Património cultural imóvel (e.g. monumentos, sítios arqueológicos, conjuntos) (Assembleia da República, 2001; Conselho da Europa, n.d.; Direção Regional Cultura Norte, n.d.; UNESCO, n.d.).

Estas subcategorias podem ainda subdividir-se, conforme a função ou características do património a ser valorizado (Assembleia da República, 2001). No que respeita ao património móvel, e de acordo com o artigo 2.º do decreto-lei nº 107/ 2001 de 8 de Setembro do Diário da República Portuguesa, este património pode-se classificar em:

- Património móvel arqueológico (e.g. vestígios da evolução humana);
- Património móvel arquivístico (e.g. documento redigido por determinada entidade);
- Património móvel bibliográfico (e.g. coleções);
- Património móvel fotográfico (e.g. negativo de fotografia).

Existe ainda uma grande quantidade de tipologias de património imóvel. De acordo com a DGPC (Direção Geral do Património Cultural), dentro da categoria de património imóvel, existem ainda as seguintes subcategorias (DGPC, n.d.-b):

- Património imóvel arqueológico (e.g. anfiteatro);
- Património imóvel de arquitetura civil (e.g. núcleo museológico);
- Património imóvel de arquitetura militar (e.g. muralha);
- Património imóvel de arquitetura mista (e.g. monumento);
- Património imóvel de arquitetura religiosa (e.g. convento);
- Património imóvel de arquitetura industrial (e.g. fábrica).

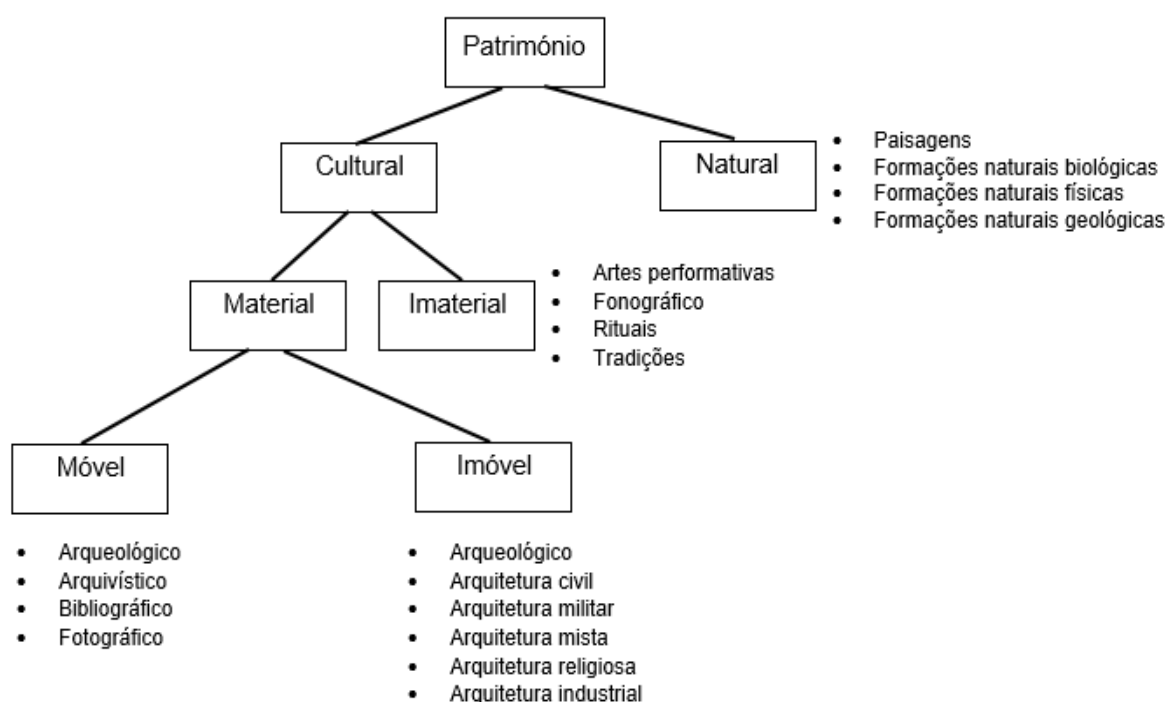


Figura 2.1 – Categorias do património

Fonte: Elaborado com base em Assembleia da República (2001); Conselho da Europa (n.d.); DGPC (n.d.-b); Direção Regional Cultura Norte (n.d.); SIPA (n.d.); UNESCO (n.d.)

Como se pode verificar, a noção de património, enquanto algo que é transmitido geracionalmente e que deve ser preservado não, é uma ideia recente. Já desde a Antiguidade Clássica essa ideia acompanhou as sociedades humanas, alterando-se

conforme os ideais de cada uma delas, isto é, a alteração de mentalidades promoveu a alteração de valores atribuídos às obras de criação humana. Conclui-se assim que a noção de património é um conceito complexo que, para ser compreendido, deve considerar os ideais de cada época.

2.4. Avaliação da imagem cognitiva do património arquitetónico

Após uma análise dos atributos que têm sido identificados para avaliar a imagem do destino turístico, verificou-se que o tipo de atributos utilizado para avaliar a imagem do destino difere, em grande medida, consoante o destino considerado no estudo (Baloglu & McCleary, 1999; Echtner & Ritchie, 1991). Parte dos estudos relativos à imagem do destino turístico que foram analisados na presente dissertação, correspondem a estudos realizados em cidades (Basaran, 2016; Jutla, 2000; Naoi, Airey, Iijima, & Niininen, 2006; Nicoletta & Servidio, 2012; Stylidis, Shani, & Belhassen, 2017). Em todos esses estudos, o atributo “monumentos, edifícios históricos e museus” é utilizado para avaliar a imagem da cidade em análise. Pode verificar-se, mais especificamente, que, nesses estudos, o atributo “monumentos, edifícios históricos e museus” é um dos itens utilizado para: determinar qual a imagem das cidades de Simla (localizada na Índia) (Jutla, 2000) e Rotemburgo (na Alemanha) (Naoi et al., 2006); saber qual a opinião dos turistas em relação às imagens utilizadas para promover a cidade italiana de Amantea (Nicoletta & Servidio, 2012); comprovar as inter-relações existentes entre as componentes da imagem criada pelos turistas acerca da cidade de Safranbolu (na Turquia) (Basaran, 2016) e identificar quais dessas componentes têm mais influência nas intenções comportamentais dos visitantes na cidade de Eilat, em Israel (Stylidis et al., 2017). Considerando agora todos os estudos analisados na presente dissertação, os atributos mais utilizados para avaliar os destinos estão relacionados com os seguintes elementos: atrações/ beleza da paisagem; hospitalidade da comunidade residente; gastronomia; monumentos, edifícios históricos e museus e relação qualidade/ preço (ver Tabela 2.2).

Tabela 2.2 – Atributos utilizados para medir a imagem do destino turístico

Atributos	Autores
Atrações naturais / beleza da paisagem	1; 2; 3; 4; 6; 10; 12; 13; 15; 16
Clima	1; 2; 3; 4; 6; 15; 16
Entretenimento e atividades desportivas	1; 4; 6; 15; 16
Vida noturna	1; 2; 4; 6; 15
<i>Shopping</i>	1; 4; 5; 6; 11; 15; 16
Limpeza	1; 2; 4; 6; 10; 15; 16
Infraestruturas gerais	1; 2; 4; 7; 12; 14; 15; 16
Transportes públicos e privados	1; 4; 6; 10; 12; 13; 16
Monumentos, edifícios históricos, museus	1; 2; 3; 4; 5; 6; 8; 9; 10; 15; 16
Festivais, concertos	1; 4; 6; 8; 11
Gastronomia	1; 2; 4; 6; 8; 10; 11; 13; 15
Costumes e formas de vida	1; 4; 8; 10; 14; 15
Arquitetura	1; 3; 5; 13; 15
Hospitalidade e simpatia da comunidade local	1; 2; 4; 5; 6; 7; 8; 10; 11; 12; 13; 14; 15
Alojamento (nº camas, categoria e qualidade)	2; 4; 6; 10; 11; 15; 16
Acessibilidade	1; 4; 6; 15; 16
Segurança	1; 2; 3; 4; 7; 10; 15; 16
Relação qualidade-preço	1; 2; 4; 6; 10; 11; 13; 15; 16
Relaxante	1; 4; 5; 9

Legenda: 1. Echtner e Ritchie (1991); 2. Baloglu e McCleary (1999); 3. Jutla (2000); 4. Beerli e Martín (2004); 5. Naoi et al. (2006); 6. Bigné Alcañiz et al. (2009); 7. Akyeampong e Yankholmes (2010); 8. Rodríguez–Santos et al. (2011); 9. Nicoletta e Servidio (2012); 10. Suárez–Andrade (2012); 11. Agapito et al. (2009); 12. Xie e Lee (2013); 13. Chi et al. (2015); 14. Guzman Parra, Vila-Oblitas e Maqueda (2016); 15. Basaran (2016); 16. Belhassen, Shani e Stylidis (2017)

Como se pode verificar, o atributo “monumentos, edifícios históricos e museus” é um dos atributos mais utilizados, o que corrobora a importância do património arquitetónico para determinar a imagem do destino turístico. É ainda de salientar que a arquitetura, enquanto

atributo específico, é também considerada em mais de 30% dos estudos analisados, o que reforça a importância de avaliar a imagem associada ao património arquitetónico.

Como já foi anteriormente referido, a imagem cognitiva abrange o conhecimento e crenças de um indivíduo em relação a determinado objeto ou, no caso dos destinos turísticos, em relação a um destino (Baloglu & McCleary, 1999; Gartner, 1993; Goodrich & Goodrich, 2008; Lai & Li, 2015; Montello, 2014; Vogt & Andereck, 2003). A cognição constitui-se através das relações e processamentos de informação inerentes aos sistemas de comunicação, aprendizagem e memória, entre outros (Montello, 2014).

Devido à complexidade da cognição, à influência que a imagem cognitiva pode ter na imagem global e, ainda, ao impacto que já se viu que a imagem pode ter noutros constructos, nomeadamente comportamentos antes, durante e depois da visita a um destino, pretende-se focar o presente estudo na avaliação da imagem cognitiva (perceção) do património arquitetónico e no conhecimento adquirido sobre ele. Após uma revisão da literatura foi possível identificar que, frequentemente, elementos que são utilizados para avaliar a imagem cognitiva do património arquitetónico e o conhecimento relativo a este património estão relacionados com o significado cultural do património arquitetónico. Verificou-se que o significado cultural abrange um conjunto de valores através dos quais se pode avaliar a imagem cognitiva que os turistas possuem do património arquitetónico. Discute-se, em seguida, o conceito de significado cultural, bem como o modo como este significado pode ser medido.

2.4.1. O conceito de significado cultural

Determinar o significado cultural de um edifício é fundamental, não só para o compreender, mas também para compreender os seus diferentes valores, e ainda para demonstrar a sua importância e classifica-lo como património a ser alvo de estratégias de conservação (Fredheim & Khalaf, 2016). Segundo Montello (2014), a arquitetura afeta o comportamento humano e desencadeia respostas cognitivas ou respostas afetivas em relação ao conjunto observado. Essas respostas cognitivas surgem, nomeadamente, em função dos elementos estéticos que constituem o *design* do edifício e traduzem-se em conhecimentos, podendo resultar posteriormente em comportamentos sociais inerentes a um espaço onde circulam pessoas, à atenção que lhe é concedida, memórias ou sentimentos (Montello, 2014).

Para se avaliar, especificamente, o significado cultural do património arquitetónico, tem que se considerar um conjunto de valores que fornecem informação acerca do edifício e que incluem informação relacionada como a sua história, função, material de construção, pessoas ou acontecimentos ligados ao edifício ou, ainda, os significados que lhe são atribuídos pela comunidade (Avrami, Mason, & De la Torre, 2000; Fredheim & Khalaf, 2016; Heritage Collections Council, 2001; ICOMOS, 2013b). É o conjunto desses valores que permite determinar o significado cultural de um edifício (Heritage Collections Council, 2001). Não existe um consenso a nível internacional no que respeita às tipologias de valores que determinam o significado cultural do património arquitetónico (Australia ICOMOS, 1999; Bakri, Ibrahim, Ahmad, & Zaman, 2015; English Heritage to Historic England, 2015; Mason, 2002; Throsby, 2002).

Na próxima secção identificar-se-ão os valores e, concretamente, os aspetos relacionados com esses valores, que são geralmente utilizados para avaliar o significado cultural do património arquitetónico.

2.4.2. Avaliação do significado cultural do património arquitetónico

Vários investigadores e organizações têm apresentado sugestões relativamente ao modo como deve ser avaliado o significado cultural do património arquitetónico. O International Council of Monuments and Sites (ICOMOS) estabeleceu, em 1979, através da *Burra Charter*, critérios que determinam o significado do património cultural, tendo vindo este documento a sofrer algumas revisões até ao ano de 2013 (ICOMOS, 2013a). Vários investigadores têm corroborado a importância dos critérios mencionados na *Burra Charter* e têm sugerido outros critérios a utilizar para determinar este significado. A revisão de literatura feita sugere que os critérios ou valores que permitem avaliar o significado cultural são os seguintes valores: estético (Bakri et al., 2015; Coeterier, 2002; ICOMOS, 2013b; Mason, 2002; Throsby, 2002), histórico (Bakri et al., 2015; Coeterier, 2002; ICOMOS, 2013b; Mason, 2002; Throsby, 2002), científico (Bakri et al., 2015; ICOMOS, 2013b), social (Bakri et al., 2015; ICOMOS, 2013b; Mason, 2002; Throsby, 2002), espiritual (ICOMOS, 2013b; Mason, 2002; Throsby, 2002), económico (Mason, 2002; Throsby, 2002) e político (Mason, 2002).

O critério estético está relacionado com vários aspetos do património que as pessoas são capazes de visualizar (e.g. dimensão, forma, cores, materiais utilizados ou estilo

arquitetónico), com alguns aspetos que tentam inferir com base no que visualizam (e.g. idade) e também com aspetos relacionados com algumas avaliações que os aspetos visuais do património evocam (e.g. atratividade / beleza). A complexidade dos elementos arquitetónicos e a habilidade técnica (por exemplo, no talhe do material escultórico das fachadas) são exemplos de outros elementos que determinam o valor estético. Os atributos mais utilizados para avaliar o valor estético encontram-se sintetizados na Tabela 2.3.

Tabela 2.3 – Atributos utilizados para avaliar o valor estético

Atributos	Autores
Forma	1; 2; 5; 10; 11; 14; 15
Escala / dimensão	1; 2; 5; 10; 11
Cor	1; 3; 5; 11; 14
Textura	1; 3; 11; 12; 14
Material	1; 2; 5; 10; 11; 14
O que se vê	6; 10; 12
Capacidade técnica	1; 6; 9; 10
Originalidade	1; 4; 5
Detalhe	1; 3; 5
Beleza/ atratividade	1; 5; 6; 7; 12
Criatividade	1; 5; 12
Estilo arquitetónico	1; 2; 11
Complexidade da fachada	3; 4; 9
Construção	3; 6; 10; 13
<i>Design</i>	2; 6; 10
Decoração	3; 10; 11
Idade do edifício/ material	2; 3; 6; 8; 9; 10; 12

Legenda: 1. Burra Charter; 2. Hubbard (1996); 3. Herzog (2000); 4. Brown (2001); 5. Coeterier (2002); 6. Mason (2002); 7. Throsby (2002); 8. Feilden (2003); 9. Mura (2006); 10. English Heritage (2008); 11. Askari (2009); 12. Stubbs (2009); 13. Hughes (2013); 14. Bakri (2015); 15. Adiwibow (2015); 16. Ballantyne (2016)

O valor histórico de um edifício determina-se, em grande medida, pela existência de figuras humanas que lhe estiveram associadas, acontecimentos que aí ocorreram ou , pelo facto

de esse edifício ser importante para o desenvolvimento da História. Os atributos mais utilizados para avaliar o valor histórico encontram-se sintetizados na Tabela 2.4.

Tabela 2.4 – Atributos utilizados para avaliar o valor histórico

Atributos	Autores
Associação a figura(s) histórica(s)	1; 4; 7; 11
Relação com evento histórico	1; 4; 7; 9; 10
Relação com evento importante	1; 7; 8; 10
Relação com movimento/ atividade histórica/ período	1; 8; 10
Existência de laços emocionais, familiaridade	2; 3; 6
Potencial arquivístico/ documentação	4; 6; 7
Valor educacional	4; 6; 8
História	3; 5; 6; 8
Raridade	4; 6; 8

Legenda: 1. Burra Charter; 2. Hubbard (1996); 3. Coeterier (2002); 4. Mason (2002); 5. Throsby (2002); 6. Feilden (2003); 7. English Heritage (2008); 8. Stubbs (2009); 9. Hughes (2013); 10. Bakri (2015); 11. Ballantyne (2016)

Quando é possível obter mais conhecimento sobre o património após uma investigação científica estamos perante um edifício com valor científico. Os aspetos que determinam este critério relacionam-se com o tipo e qualidade de informação que pode ser recolhida, incluindo a sua raridade e representatividade. Para avaliar o valor científico dos edifícios é necessário proceder a uma recolha de dados que pode incluir a recolha de amostras para análise (ICOMOS, 2013b). Veja-se o caso do estudo realizado sobre o adobe no distrito de Aveiro. O adobe é um material de construção económico e, aproximadamente 25% das construções existentes neste material no distrito de Aveiro encontram-se situadas na cidade de Aveiro, sendo grande parte reconhecida como património Arte Nova. Através de uma investigação mais profunda que incidiu sobre amostras de adobe, foi possível obter conhecimentos sobre o seu comportamento mecânico e delinear estratégias de conservação e restauro nos edifícios que se encontravam degradados (Silveira, Varum, & Costa, 2007).

Para determinar o valor científico, os atributos que têm vindo a ser mais utilizados dizem respeito à informação que o edifício pode fornecer sobre figuras humanas, acontecimentos a ele associados ou, mesmo, relativa ao contexto do edifício (Ballantyne, Hughes, & Bond, 2016; ICOMOS, 2013b).

O valor social está relacionado com o conhecimento que um edifício possibilita obter sobre uma comunidade e com os significados que ela atribui ao edifício e ao contexto em que este se insere (Byrne, Ireland, & Brayshaw, 2001). Para avaliar o valor social de um edifício têm que se considerar as associações que lhe são atribuídas pela comunidade. Essas associações podem ser de ordem política, religiosa, identitária (Ballantyne et al., 2016; Fadzlin Bakri et al., 2015; Hughes et al., 2013; ICOMOS, 2013b) ou, até mesmo, a noção de que o edifício lhe pertence (ICOMOS, 2013b; Mason, 2002; Mura & Troffa, 2006; Throsby, 2002).

O valor espiritual de um edifício é o conjunto de significados que estão relacionados com o exercício espiritual de determinado grupo e que se manifestam através dessas práticas, de conhecimentos ou até mesmo de manifestações artísticas. O facto de os edifícios terem esse valor pode contribuir para compreender ou desenvolver uma maior identidade espiritual associada a determinadas crenças e pode mesmo contribuir para melhorar o bem-estar espiritual (English Heritage to Historic England, 2015; ICOMOS, 2013b; Mason, 2002; Throsby, 2002). Para determinar o valor espiritual, os autores têm-se focado essencialmente nos aspetos identificados na Tabela 2.5.

Tabela 2.5 – Atributos utilizados para avaliar o valor espiritual

Atributos	Autores
Contributo para a identidade espiritual ou sistema de crença	1; 2; 7
Repositório de conhecimento e arte relacionados com práticas ou grupos	1; 2; 7
Manutenção da saúde espiritual e bem-estar	1; 3; 6; 7
Os seus valores espirituais encontram expressão em práticas culturais, infraestruturas humanas ou trabalhos criativos	1; 6; 7

Legenda: 1. Burra Charter; 2. Mason (2002); 3. Throsby (2002); 4. English Heritage (2008); 5. Stubbs (2009); 6. Hughes (2013); 7. Ballantyne (2016)

Apesar da legislação que é publicada pelas organizações governamentais e não-governamentais, nomeadamente pelo ICOMOS, existem autores que, para determinar o significado cultural de um edifício, sugerem que se considerem outros critérios, ou seja, outro tipo de valores, embora, por vezes, esses valores estejam parcialmente baseados na legislação anteriormente referida ou em paradigmas da sociologia (Du Cros & McKercher, 2002; Fredheim & Khalaf, 2016; Poullos, 2010; Stephenson, 2008).

Para determinar o significado cultural, Du Cros & McKercher (2002), por exemplo, também se referem a valores que o património deve possuir para se considerar que o património tem significado cultural. Tal como a legislação do ICOMOS, defendem a importância do património possuir valor estético, histórico, social e científico. No entanto, acrescentam ainda o valor educacional, a raridade e a representatividade, que na legislação do ICOMOS poderão estar parcialmente inseridos noutras dimensões como o valor científico e o valor histórico, entre outros, não estando, no entanto, representados de forma tão clara e autónoma.

O valor económico é um valor que resulta de uma análise económica, feita sobretudo com base na perspetiva do consumidor individual ou da empresa e que, frequentemente, pode ser quantificado em preços (e.g. associado ao valor dos bilhetes de ingresso para entrar num edifício com importância a nível arquitetónico) (Mason, 2002; Throsby, 2002). Diz ainda respeito ao valor monetário que um indivíduo tem propensão para gastar, quer seja para visitar o património, quer seja para o preservar devido às associações e significados que estabelece com o património (Mason, 2002; Throsby, 2002).

Mason (2002) fala ainda no valor político. No entanto, de acordo com este autor, é difícil separar o valor político de todos os restantes, já que, na realidade, todos os restantes valores resultam da ação de entidades de poder que determinam o futuro do património arquitetónico. Devido a esta subjetividade de valores, o que torna difícil, em alguns casos, estabelecer uma separação concreta entre eles, como acontece com o valor político, algumas categorizações dos valores podem ser consideradas incompletas, o que torna a determinação do significado cultural uma tarefa árdua para a implementação de medidas eficazes no processo de conservação do património (Fredheim & Khalaf, 2016).

Após esta síntese das categorias de valor utilizadas para determinar o significado cultural do património edificado, verifica-se que todas as investigações - quer envolvendo estudo

empírico ou não - e ainda a legislação analisados, apresentam o valor estético como categoria a avaliar na determinação do significado cultural (Tabela 2.6).

Tabela 2.6 – Categorias de valores

Valor/ critério	Autores
Estético	1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16
Histórico	1; 2; 5; 6; 7; 8; 10; 12; 13; 14; 16
Espiritual	1; 2; 6; 10; 12; 13; 16
Social	1; 6; 7; 9; 13; 14; 16
Científico	1; 14
Económico	6; 7
Político	7

Legenda: 1. Burra Charter; 2. Hubbard (1996); 3. Herzog (2000); 4. Brown (2001); 5. Coeterier (2002); 6. Mason (2002); 7. Throsby (2002); 8. Feilden (2003); 9. Mura (2006); 10. English Heritage (2008); 11. Askari (2009); 12. Stubbs (2009); 13. Hughes (2013); 14. Bakri (2015); 15. Adiwibow (2015); 16. Ballantyne (2016)

Apesar de nem todos os autores utilizarem o valor histórico, o valor espiritual e o valor social, todos estes valores acabam por ser também utilizados frequentemente, quer conceitualmente quer empiricamente, o que demonstra a sua importância. Embora com menos ênfase, o valor científico foi considerado na legislação do ICOMOS e num estudo empírico (Bakri et al., 2015). O valor económico e o valor político foram os menos utilizados, sendo apenas referidos em dois artigos sem estudo empírico.

Só foi encontrado um estudo empírico em que, para determinar a imagem cognitiva do património arquitetónico, foram utilizadas a maior parte das dimensões de significado cultural (valores) atrás sintetizados – o estudo realizado por Bakri et al. (2015). Neste estudo, realizado em Kuala Lumpur tentou compreender-se qual a perceção acerca do significado cultural de dois edifícios – o Central Market (1888) e a Kuala Lumpur Railway Station (1911), por parte de visitantes e moradores. Este estudo baseou-se nos princípios da *Burra Charter* ao considerar o valor estético, histórico, científico e social dos edifícios. Assim, para determinar o valor estético, recorreu a atributos como a forma, cor e textura. Para o valor histórico, considerou-se a associação do edifício a um evento histórico. Já

para o valor científico, os autores recorreram à raridade, qualidade e representatividade de informação para investigação. Para determinar o valor social verificaram qual o contributo do edifício para obter informação substancial sobre pessoas, lugares, processos e práticas. Não se considerou, no entanto, o valor espiritual, já que este valor corresponde ao conjunto de significados que estão relacionados com o exercício espiritual de determinado grupo e que se manifestam através de práticas espirituais. Os autores concluíram que os valores que o público em geral atribui aos edifícios, assemelhavam-se aos valores que os profissionais responsáveis pelas políticas de gestão e conservação do património consideravam que esses edifícios possuíam (Bakri et al., 2015).

Verifica-se que estudos empíricos que pretendam determinar o significado cultural do património são escassos. Após a revisão de literatura verificou-se que apenas o estudo empírico de Bakri et al. (2015) pretende determinar o significado cultural dos edifícios através do valor estético, histórico, social e científico. Os restantes estudos analisados utilizam apenas determinadas categorias de valor do significado cultural em contextos diferentes. A maioria dos estudos utiliza as dimensões do valor estético para determinar: qual a importância que os elementos estéticos têm para a criação de uma imagem dos edifícios (Askari & Dola, 2009); investigar como é que um edifício histórico é apreciado pelo público em geral (Coeterier, 2002), determinar quais as necessidades dos visitantes (Hughes et al., 2013) e preferências por técnicas interpretativas (Ballantyne et al., 2016) em contexto de atrações turísticas religiosas; como é que edifícios patrimoniais reutilizados para fins comerciais são apreciados pelos seus observadores (Adiwibowo, Widodo, & Santosa, 2015).

No estudo de Coeterier (2002), desenvolvido nos Países Baixos para determinar qual o valor atribuído a edifícios históricos por parte do público em geral e, em consequência, definir estratégias de preservação para os mesmos, verificou-se que a forma, função, conhecimento e familiaridade/laços emocionais são os aspetos mais utilizados para determinar o valor dos edifícios.

Num outro estudo realizado em Bandung (Indonésia) analisaram-se dois edifícios classificados como edifícios históricos e que servem funções comerciais, funções diferentes daquelas para as quais foram construídos: edifício Edward Forrer e Heritage Factory Outlet (Adiwibowo et al., 2015). Nesse estudo verificou-se que os edifícios atrás mencionados foram utilizados para fins comerciais e que essa utilização e a preservação

das suas características arquitetónicas pode afetar a intenção de um visitante entrar no estabelecimento. Verificou-se que a avaliação global do edifício não é significativamente influenciada pelo conhecimento acerca da história do edifício, mas sim pela existência de uma fachada atrativa, sendo o valor estético que tende a criar uma imagem positiva do edifício (Adiwibowo et al., 2015).

A fachada de um edifício é, na sua maioria das vezes o objeto de avaliação por parte dos visitantes e como tal tem uma grande influência na formação de uma imagem do património. Num estudo realizado na Malásia (Kuala Lumpur), por Askari e Dola (2009) tentou-se verificar quais os elementos visuais que influenciaram a imagem formada acerca das fachadas dos edifícios. Verificou-se que os elementos estéticos como o estilo arquitetónico e a cor foram os elementos visuais que mais influenciam as imagens por parte dos visitantes.

Mura e Troffa (2006) desenvolveram um estudo que pretende verificar até que ponto a idade de um edifício influencia a preferência estética de quem o observa. Este estudo incidiu sobre 21 edifícios não especificados em Cagliari. Os investigadores concluíram que a idade de um edifício é um fator crucial para a preferência relativamente aos edifícios, tendo mais influência que os próprios conhecimentos sobre a história do edifício (Mura & Troffa, 2006).

Através de um estudo feito por Ballantyne et al. (2016) na Catedral de Canterbury, em Inglaterra, em que se inquiriram os visitantes da Catedral de Canterbury, os autores verificaram que deveria ser fornecida informação aos visitantes da Catedral sobre o valor histórico, espiritual e social deste edifício, devendo estes valores estar incluídos num plano interpretativo (na secção 3.2.2. explicar-se-á o que é um plano interpretativo).

Hughes et al. (2013) examinaram as perceções acerca da importância da interpretação, quais são as experiências que os visitantes procuram e quais os elementos chave que é necessário incluir no ambiente interpretativo das catedrais. Através deste estudo, conduzido na catedral de Canterbury, os autores concluíram que os intérpretes e gestores em locais religiosos devem envolver o visitante em atividades através de recreações e participação em serviços e eventos, providenciar informação que seja do interesse dos visitantes através do fornecimento de folhetos informativos, permitir a observação de atividades relacionadas com o local e autorizar a participação dos visitantes em atividades

do local de modo a transmitirem os valores estéticos, históricos, espirituais e sociais que o edifício transmite.

Alguns estudos analisados na revisão de literatura e que aplicam categorias de valor do significado cultural, foram realizados em países europeus como o Reino Unido (Ballantyne et al., 2016; Hughes et al., 2013), Holanda (Coeterier, 2002) e Itália (Mura & Troffa, 2006). Outros ocorreram em países asiáticos como a Indonésia (Adiwibowo et al., 2015) e a Malásia (Askari & Dola, 2009; Bakri et al., 2015). Os estudos incidiram, na sua maioria, sobre edifícios de arquitetura civil (Adiwibowo et al., 2015; Bakri et al., 2015; Coeterier, 2002; Hubbard, 1996), seguindo-se os edifícios de arquitetura religiosa (Ballantyne et al., 2016; Hughes et al., 2013). Nos estudos de Coeterier (2002), Mura e Troffa (2006) e Askari e Dola (2009) não foram especificadas as tipologias de património.

2.5. Conclusão

Através da revisão de literatura verificou-se que a imagem é fundamental para a área do turismo pois influencia o processo de escolha dos destinos a visitar. Não existe um consenso no meio científico em relação ao conceito de imagem em turismo. Apesar da existência de inúmeras definições, existem alguns aspetos que são transversais a todas elas, como o facto de a imagem ser constituída por avaliações cognitivas e avaliações afetivas. Existem ainda autores que defendem o facto de componentes comportamentais constituírem uma terceira dimensão da imagem.

Devido à influência que a imagem cognitiva pode exercer na imagem global ou nos diversos constructos da imagem, focou-se o presente estudo na avaliação da imagem cognitiva do património arquitetónico e no conhecimento adquirido sobre ele.

Após uma revisão de literatura considerou-se que a imagem cognitiva do património arquitetónico deveria ser avaliada determinando o significado cultural dos edifícios. O significado cultural é o reflexo de um conjunto de valores que se reconhece que o edifício possui: estético, histórico, social, espiritual e científico. O significado cultural tem sido utilizado, maioritariamente, para mostrar o valor dos edifícios e, deste modo, ser um meio para a sua preservação e classificação. Após a revisão de literatura verificou-se que apenas um estudo empírico determina o significado cultural do património arquitetónico - o estudo de Bakri et al. (2015) -, considerando a maioria das dimensões (valores) desse

significado. A maioria dos estudos empíricos utilizam as categorias de valor do significado cultural para outros fins ou utilizam só um reduzido número dessas dimensões. A maioria destes estudos têm sido realizados em edifícios de arquitetura civil em países europeus, sendo o valor estético aquele que tem sido mais analisado.

Capítulo 3 - Interpretação, percepção do património arquitetónico e aprendizagem

3.1. Introdução

A presente dissertação foca-se na influência da informação na percepção do património arquitetónico e na aprendizagem sobre este mesmo património. Devido à importância que a interpretação exerce no âmbito do fornecimento de informação para o presente estudo, procurou-se, neste capítulo, definir o conceito de interpretação. Deste modo, serão apresentadas diferentes definições do conceito, quer de autores quer de instituições cuja atividade está relacionada com a interpretação, bem como políticas para a sua implementação efetiva.

São também identificadas diferentes técnicas interpretativas, que se dividem em estratégias suaves e duras e que trazem benefícios para potenciar a aprendizagem, alterar percepções, fomentar a experiência turística e desenvolver atitudes e comportamentos necessários para um turismo sustentável.

No caso do património arquitetónico, assumem grande relevância determinadas consequências da interpretação, tais como a aprendizagem e a alteração da imagem cognitiva do património arquitetónico. Por esse, motivo para finalizar o presente capítulo, é analisada a potencial influência das fontes de informação na determinação da imagem cognitiva do património arquitetónico, incluindo a influência das fontes de informação na aprendizagem, mediada pelo estado *mindful*, isto é, pelo estado mental em que um indivíduo se encontra para processar a informação recebida.

3.2. Interpretação

3.2.1. O conceito de interpretação

Apesar de no meio científico existir uma grande diversidade concetual do termo interpretação, existem aspetos que são transversais à maioria das definições até hoje propostas (ver Tabela 3.1).

Tabela 3.1 – Definições de interpretação (Continua)

Tilden (1977)	“Uma atividade educacional cujo objetivo é revelar significados e relações através do uso de objetos originais, através da experiência, por meios ilustrados, em vez de simplesmente comunicar informação factual.”(p.8)
Moscardo (2002)	“Interpretação é qualquer atividade que procura explicar às pessoas o significado de um objeto, uma cultura ou um lugar.”(p.327)
<i>Burra Charter</i> (2013)	“Interpretação são todos os meios de apresentar o significado cultural de um lugar.” (Artigo 1.17)
Ballantyne et al. (2014)	“Interpretação refere-se aos modos de comunicação com visitantes tais como sinais, exposições, brochuras, conversas e performances que são especificamente concebidas para ajudar os visitantes a compreender, apreciar e envolverem-se com os locais patrimoniais.” (p. 706)
Jacobs e Harms (2014)	“O conceito de interpretação denota educação no lugar enquanto a pessoa se envolve numa atividade guiada.”(p.123)
Interpret Europe (2016)	“Interpretação patrimonial é, na sua essência, uma atividade educacional, mas mais importante, um processo educacional não formal. Ela tem como objetivo providenciar novos conhecimentos e compreensões mais profundas. A interpretação destina-se a pessoas em visitas e viagens de lazer e a sua abordagem informal e pessoal distinguem-na de muitas outras formas de educação.”

Tabela 3.1 – Definições de interpretação (Continuação)

Interpretation Australia (2016)	“Interpretação patrimonial comunica ideias, informação, conhecimento acerca de locais naturais ou históricos de modo a ajudar os visitantes a perceberem o sentido do seu ambiente.”
---------------------------------	--

Pode concluir-se que a interpretação é uma atividade pedagógica informal (Interpret Europe, 2016) que visa comunicar valores e conhecimentos acerca de lugares ou objetos através de meios de comunicação (ICOMOS, 2013a; Interpretation Australia, 2016; Jacobs & Harms, 2014; Gianna Moscardo, 2002; Tilden, 1977). Esses meios de comunicação são diversos e incluem, entre outros aspetos, todo o material que permite ao visitante, não só compreender o que o rodeia mas também aumentar os seus conhecimentos, podendo provocar também a sua curiosidade por mais informação (Moscardo, 2002). Por último, a interpretação pode ser uma medida de gestão de visitantes que, quando efetiva, conduz à alteração de atitudes e comportamentos para o visitante fruir a experiência turística de um modo mais satisfatório e ter um comportamento sustentável (Ballantyne, Hughes, Ding, & Liu, 2014).

A comunidade científica tem vindo a interessar-se cada vez mais pelo estudo das relações existentes entre a interpretação e outros aspetos como as estratégias de conservação, gestão efetiva dos visitantes, aprendizagem durante a experiência turística ou a competitividade entre atrações (Ballantyne et al., 2016; Dutt & Ninov, 2016a; Hughes et al., 2013; Moscardo, 1996; Noor, Rasoolimanesh, Ganesan, & Jaafar, 2015; Van Winkle & Lagay, 2012; Williams, 2013).

Como se pode verificar, a interpretação potencia o fornecimento de informação aquando da experiência turística e, como tal, ir-se-á analisar que meios podem ser utilizados para transmitir essa informação.

Contudo, a interpretação pode também assumir um importante papel na gestão dos visitantes. De facto, apesar dos benefícios do setor do turismo (e.g. sociais, culturais, económicos e ambientais), existem também efeitos negativos que podem prejudicar determinadas atrações turísticas e os destinos turísticos em geral. A grande afluência de visitantes a determinadas atrações origina um congestionamento no local; outras vezes os

visitantes tocam em superfícies que não são para serem tocadas e existem atrações que acabam por ser danificadas (Kuo, 2002; Moscardo, 1996). Como tal, é importante uma interpretação efetiva para reduzir esses e muitos outros impactes negativos da atividade turística, mas também para que o visitante processe a informação ativamente e se consciencialize da necessidade de salvaguardar esse património (Dutt & Ninov, 2016b; Frauman & Norman, 2004; Ganesan, Noor, & Jaafar, 2014; Gianna Moscardo, 1996; Williams, 2013).

Ao mesmo tempo que as estratégias de visitantes como a interpretação minimizam os efeitos negativos e potenciam os efeitos positivos do turismo, elas vão contribuir para uma experiência satisfatória estimulando a aprendizagem e limitando certas atitudes comportamentais por parte do visitante, que podem prejudicar o património (Caldeira, 2006). Essas estratégias podem classificar-se em duras ou suaves (Kuo, 2002). As primeiras restringem determinadas condutas dos visitantes, existindo a imposição de determinadas regras de conduta. Alguns exemplos de estratégias de gestão de visitantes duras, de acordo com Kuo (2002), são:

- Imposição de um número limite de entrada de visitantes nas épocas em que existe uma maior afluência;
- Alterações do valor das taxas de ingresso conforme o dia da semana, do mês ou do ano;
- Restrições de acesso e do uso de equipamentos como máquinas fotográficas.

Já as estratégias suaves pretendem alertar o visitante das consequências dos seus comportamentos e visam motivar o visitante a alterar os mesmos. Tem-se como exemplos de estratégias suaves a interpretação (Kuo, 2002) e a promoção de outras atrações próximas a serem visitadas (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert, & Shepherd, 2008).

3.2.2. Técnicas de interpretação e desenvolvimento de um plano de interpretação

Como já foi referido, a interpretação é um meio que permite a transmissão de conhecimentos e, como tal, é necessário o desenvolvimento de um plano interpretativo que determine quais os meios que irão comunicar o significado cultural do património.

Existem diferentes técnicas de interpretação tais como: visitas guiadas, centros de interpretação, postos de informação, painéis interpretativos, atividades educacionais,

sinalética, fotografias, publicações, placas de identificação, entre outras fontes que as pessoas podem ter consultado para obter informação sobre o edifício (ver Tabela 3.2.). Estas fontes representam fontes que podem ser utilizadas para recolher informação sobre o património em geral e sobre o património arquitetónico, em particular.

Tabela 3.2 – Fontes de informação

Fontes de informação	Autores
Amigos e familiares	1; 11;12
Comunicação informal com staff da atração	4; 21
Folhetos e brochuras turísticas	1; 3; 7; 8; 11; 12; 13; 14; 15; 17
<i>Internet</i>	10; 12; 13
Guias turísticos (publicações)	1; 2; 17; 18
Notícias, documentários, filmes	1; 11
Operadores e agências de viagens	10; 12; 13
Painéis ou placas interpretativos	4; 17; 18; 21
Sinalética	2; 5; 9; 17; 18; 21
Televisão, rádio	1; 11
Trilhos de visita	4; 21
Visitas guiadas	6; 11; 16; 17; 19; 20; 21

Legenda: 1. Gartner (1993); 2. Moscardo (1996); 3. Zhou (1997); 4. Hall e McArthur (1998); 5. Kuo (2002); 6. Moscardo (2003); 7. Frauman e Norman (2004); 8. Molina e Esteban (2006); 9. Cooper et al. (2008); 10. Frías et al. (2008); 11. Andrade Suárez (2012); 12. Middleton et al. (2009); 13. Jalil (2010); 14. Francesconi (2011); 15. Rozier–Rich e Santos (2011); 16. Williams (2013); 17. ICOMOS (2013); 18. Hughes et al. (2013); 19. Ganesan (2014); 20. Jacobs e Harms (2014); 21. Ballantyne et al. (2016)

Duas técnicas interpretativas que têm sido bastante estudadas no âmbito do turismo são as visitas guiadas e o material promocional e informacional. Devido à constante alteração das necessidades dos públicos, deve-se realizar frequentemente uma revisão das políticas interpretativas estabelecidas nas atrações patrimoniais para que estas políticas acompanhem as tendências, nomeadamente as do mercado turístico. As técnicas de interpretação como as apresentadas anteriormente devem seguir um planeamento que é

regularmente avaliado e readaptado (Australia ICOMOS, 2013; Ballantyne et al., 2014; Van Dijk & Weiler, 2009). Esse plano deve focar-se na investigação e delimitação dos valores que irão ser transmitidos através de técnicas de interpretação direcionadas para um público-alvo. Esse plano deve ainda conter informações relativas ao modo como os valores vão ser apresentados, considerar limitações que possam ocorrer no local e, ainda, considerar o tempo e capital disponíveis, sem esquecer o cumprimento de uma política de gestão de visitantes eficaz (Australia ICOMOS, 2013). Neste âmbito, devem também ser realizados esforços para atender a necessidades específicas dos visitantes. Alguma pesquisa foi já desenvolvida neste sentido. Por exemplo, Ballantyne et al. (2014) conduziram um estudo cujo objetivo foi identificar as diferenças e similaridades culturais entre os visitantes Chineses e visitantes internacionais em relação aos seus motivos, preferências e perceções acerca da interpretação providenciada por cinco locais de interesse patrimonial em Beijing, para deste modo ser possível realizar uma interpretação que fosse adequada para ambos os tipos de visitantes. Para facilitar a implementação de um plano interpretativo, inclusivamente a determinação dos significados a transmitir, pode-se recorrer a diferentes métodos de pesquisa como o método de Delphi. Através dessa metodologia é possível determinar, de um modo consensual, quais os significados a serem transmitidos tendo em consideração o tempo e capitais disponíveis, podendo ainda confrontar as preferências dos gestores e visitantes e, deste modo, criar um plano interpretativo eficaz (Ballantyne et al., 2016).

As linhas de ação subjacentes a um plano de interpretação devem, portanto, permitir transmitir os significados do património através de mensagens claras e atrativas, ao mesmo tempo que induzem o sentimento de que há algo importante a preservar, isto é, potenciam a alteração de comportamentos para que os comportamentos sejam mais sustentáveis. Devem ainda permitir que todos os *stakeholders*, incluindo a comunidade local, participem na preservação e promoção do património (Australia ICOMOS, 2013; Jacobs & Harms, 2014; Moscardo, 2014).

O guia turístico narra os significados do património através de uma visita guiada permitindo compreender um lugar que antes era ininteligível (Williams, 2013) ou sobre o qual a informação captada era limitada. A importância que a visita guiada tem como método interpretativo verifica-se no número de estudos que se debruçam sobre esta técnica (podem destacar-se, entre estes, os de Ballantyne et al., 2014; Kuo, Chang, Cheng, & Lin, 2016; Moscardo, 1996; Poudel & Nyaupane, 2013; Roberts, Mearns, & Edwards, 2014;

Williams, 2013). A interpretação assume também particular relevância, já que o papel desempenhado pelo guia, bem como a informação providenciada, influenciam a satisfação do visitante (Ballantyne et al., 2014; Kuo et al., 2016; Roberts et al., 2014) e também as suas atitudes e comportamentos (Poudel & Nyaupane, 2013).

A eficácia desta técnica interpretativa altera-se conforme as características do guia (e.g. conhecimentos), do grupo que visita (e.g. tamanho) e ainda da própria visita (e.g. duração) (Durão, 2009; Moscardo, 1996). Como exemplo veja-se o estudo empírico de Cohen–Aharoni (2017), realizado em Jerusalém entre Julho de 2013 e Setembro de 2014, em três locais com valor patrimonial: Túneis do Muro Ocidental, Instituto do Templo e Centro Davidson (Parque Arqueológico de Jerusalém). Nestes três locais é analisada a performance do guia turístico, sendo um dos objetivos do guia transparecer a autenticidade dos três locais que estão relacionados com o inexistente Templo de Jerusalém e que se encontram afastados geograficamente do local onde este templo esteve edificado. Como meio de transmitir essa autenticidade, o guia turístico adequa a sua atitude ao local. Assim, no Centro Davidson ele transmite conhecimentos relativos ao sítio arqueológico que demonstrem a sua importância para o Templo, o mesmo sucedendo com o Instituto do Templo. Este é um museu cujo acervo contém objetos dos Antigos Templos de Jerusalém e ainda objetos que viriam a ser utilizados no terceiro Templo que não foi construído. Já nos Túneis do Muro Ocidental ele procura estratégias que estabeleçam uma ligação física e emocional entre o visitante e o local. Um guia que consiga transmitir a autenticidade e conhecimento destes três locais a um público que, na maioria, é específico, devido às suas convicções religiosas, torna a visita guiada nesses espaços eficaz e cria uma experiência turística satisfatória (Cohen-Aharoni, 2017).

Quando não recorre à visita guiada, o visitante pode ser direcionado e informado por outros meios que fornecem informação tais como o material promocional e informacional impresso, tendo o visitante uma maior liberdade para realizar a sua visita conforme o seu tempo disponível e motivações (Nishimura, Waryszak & King, 2007). Nishimura, Waryszak & King (2007) realizaram um estudo com turistas japoneses na Austrália entre 2001 e 2002, com o objetivo de determinar qual a informação que os turistas japoneses procuram ao utilizar um guia (publicação). Os resultados demonstram que existem diferentes motivações para o uso deste material interpretativo. A principal motivação relaciona-se com a obtenção de informações práticas sobre serviços. A segunda motivação, que conduz ao uso do guia (publicação) é obter mais informações sobre o local a ser visitado, o que

demonstra novamente a importância do material interpretativo em fomentar o conhecimento.

Para além da aprendizagem (Hughes et al., 2013; Moscardo, 2014; Tubb, 2003; Weiler & Smith, 2009), a interpretação pode trazer outros benefícios tais como promover uma melhor experiência turística (Ballantyne et al., 2016; Kang et al., 2012; Kuo et al., 2016; McIntosh, 1999; Moscardo, 2002; Zhou, 1997) e a alteração de atitudes e de comportamentos (Austrália ICOMOS, 2013; Kim, Airey, & Szivas, 2011; Kuo et al., 2016; Moscardo, 2014; Tubb, 2003; Weiler & Smith, 2009).

A experiência turística encontra-se muito associada aos meios interpretativos e, quando essa interpretação é eficaz, resulta numa experiência turística satisfatória (McIntosh, 1999; Moscardo, 2014). Zhou (1997) conduziu um estudo entre 1993 e 1994 em que procurou verificar qual a eficácia das brochuras turísticas para o destino Frankenmuth no Michigan. Entre outros objetivos do estudo empírico, ele testou a relação existente entre o uso da brochura e a satisfação com a experiência turística. Os resultados mostraram que os visitantes do destino Frankenmuth que utilizaram a brochura durante a sua experiência turística vivenciaram uma experiência mais satisfatória do que os que não utilizaram esta técnica de interpretação, o que por sua vez influenciou as suas atitudes comportamentais futuras, já que os que utilizaram a brochura demonstraram ter uma maior propensão para gerar um *WOM* positivo.

Como se pode verificar, o fornecimento de informação, através da interpretação, com base em diversas fontes de informação, pode trazer benefícios que tornam a experiência turística mais rica, podendo conduzir à aprendizagem, e esta, à alteração de atitudes, culminando na alteração de comportamentos (Moscardo, 2014). Assim, a aprendizagem e a alteração da imagem que os visitantes possuem do património, são possíveis consequências do fornecimento de informação sobre o património arquitetónico e serão analisadas nas secções seguintes.

3.3. A influência da informação na aprendizagem e na imagem cognitiva do património arquitetónico

Existe ainda pouca pesquisa sobre a influência do fornecimento de informação no desenvolvimento de uma imagem cognitiva do património cultural. No entanto, existe já

bastante pesquisa sobre o impacto da informação na formação da imagem dos destinos turísticos que poderá dar alguma perspectiva relativamente à influência da interpretação anteriormente referida. Por este motivo, na secção seguinte é analisada a influência da informação na determinação da imagem dos destinos turísticos.

3.3.1. Influência da informação na aprendizagem

Quando o visitante é exposto a um conjunto de fontes de informação, ele pode ficar mais interessado em aprofundar os conhecimentos relativos ao objeto de interpretação, pode adquirir uma atitude crítica em relação à informação que lhe é transmitida e, questionando-a, o visitante atinge um estado de *mindfulness* (Moscardo, 1996). Tal como acontece nos conceitos já apresentados anteriormente, não existe uma definição consensual no que respeita ao conceito de *mindfulness* (ver Tabela 3.3).

Tabela 3.3 – Definições de *mindfulness* (Continua)

Moscardo (1996)	<i>“Uma pessoa em estado mindful processa a informação e questiona o que acontece num local.”</i> (p.381)
Frauman e Norman (2004)	<i>“Mindfulness representa um estado mental expresso pelo processamento ativo de informação (e.g. brochuras) relacionando com o ambiente que o rodeia...”</i> (p. 381)
Ganesan et al (2014)	<i>“Mindfulness refere-se ao estado mental em que a pessoa processa ativamente informação.”</i> (p. 49)
Noor et al. (2015)	<i>“Visitantes mindful são mais suscetíveis de se interessar e ser educados e aprender acerca do local; o estado mindfulness pode ter um papel importante na formação de interpretações eficazes.”</i> (p. 263)

Tabela 3.3 – Definições de *mindfulness* (Continuação)

Dutt e Ninov (2016)	“ <i>Mindfulness</i> é a capacidade de um indivíduo para processar ativamente informação que o rodeia com o objetivo de utilizar essa informação para obter conclusões novas ou distintas.” (p. 81)
---------------------	---

Apesar da existência de diferentes definições, existem alguns aspetos em comum nas definições apresentadas pelos diferentes autores, podendo definir-se o estado *mindfulness* como um estado mental em que um indivíduo se encontra capaz de processar ativamente informação, assumindo uma posição crítica ao indagar sobre a informação que lhe é apresentada e ao relacioná-la com o contexto em que se insere

A interpretação visa criar no visitante um estado *mindfulness*, isto é, tornar os visitantes mais interessados, críticos e alerta em relação ao património, incluindo o património arquitetónico, o que por sua vez contribui para que a experiência turística seja satisfatória e para que os visitantes sejam envolvidos num processo de aprendizagem relativamente ao património em causa (Frauman & Norman, 2004; Ganesan et al., 2014; Moscardo, 1996). A interpretação permite atingir um estado de *mindfulness* através da transmissão ativa de informação diferente e significativa para o visitante e que este desconhecia. Quando acontece o oposto do apresentado anteriormente, o visitante entra num estado de *mindlessness* (Moscardo, 1996). Neste caso, a informação recebida é colocada na memória de curto prazo que, após uns instantes, é eliminada (Moscardo, 1996; Schiffman & Kanuk, 2000).

A interpretação tem sido relacionada com a teoria do estado *mindfulness* (Frauman & Norman, 2004; Ganesan et al., 2014; Moscardo, 1996; Noor et al., 2015), também para esclarecer o processo de aprendizagem aquando da experiência turística (Io, 2013; Io & Hallo, 2011; Jacobs & Harms, 2014; Moscardo, 2014; Poudel & Nyaupane, 2013). Deste modo, a interpretação deve transmitir informações diferentes, globais e significativas (Ballantyne et al., 2014; Interpret Europe, 2016; Moscardo, 1996; Tilden, 1977) através de uma comunicação adequada ao tipo de visitante (Ballantyne et al., 2014; ICOMOS, 2013a; Moscardo, 2003; Tilden, 1977) que o provoque (Interpret Europe, 2016; Tilden, 1977) através de ações dinâmicas (Moscardo, 1996) em que o visitante participe (ICOMOS, 2013a; Interpretation Australia, 2016; Gianna Moscardo, 1996; Williams, 2013) e em que

controle a informação que quer receber (Gianna Moscardo, 1996), de modo a potenciar o seu conhecimento (ICOMOS, 2013a; Interpret Europe, 2016; Interpretation Australia, 2016; Jacobs & Harms, 2014).

Para compreender a relação existente entre o fornecimento de informação e o estado cognitivo de *mindfulness* ou de *mindlessness*, Moscardo (1996) desenvolveu um modelo concetual que relaciona a interpretação existente no destino (e.g. guias turísticos, brochuras, sinalética) com algumas características do visitante (e.g. interesse, conhecimentos, formação académica, familiaridade). O local onde vai decorrer o fornecimento de informação contém determinadas características que, conjugadas com certas determinantes dos indivíduos, podem induzir o estado *mindfulness*. Assim, o tipo de informação e características interpretativas que já foram anteriormente explicitadas (e.g. informação significativa, providenciar informações no início da atividade sobre temas que podem ser importantes para compreender a atividade), conjugadas com o interesse que o visitante tem na temática, bem como o facto de não sentir cansaço no momento da atividade e, ainda, os seus interesses educacionais, tendem a induzir o estado *mindfulness*.

Frauman e Norman (2004) relacionaram o constructo de *mindful* com a gestão dos visitantes em destinos turísticos, num estudo realizado em parques estaduais costeiros no sudeste da Carolina do Sul. Estes investigadores identificaram três grupos de visitantes em relação ao seu nível no estado *mindfulness*: muito *mindful*, *mindful* e não *mindful*. Comparando estes três grupos, os investigadores concluem que o grau de *mindful* atingido relaciona-se com os benefícios da aprendizagem, bem como com as informações que os guias fornecem ao visitante e as questões que lhe colocam para não se sentirem desorientados e aprender o que lhes foi transmitido. Verificou-se ainda que os visitantes preferiram serviços que fornecessem informação significativa e diferente de um modo dinâmico, ao mesmo tempo que controlavam a informação que queriam receber, tal como anteriormente tinha defendido Moscardo (1996) no seu modelo concetual.

Ganesan et al. (2014) também estudaram a relação da comunicação de informação através dos meios interpretativos com o estado *mindful* em Malaca, Malásia. Através da administração de 200 questionários a turistas na cidade concluíram que os meios interpretativos devem apresentar características como apresentarem informação significativa e diferente de modo dinâmico, permitindo ao visitante envolver-se com a

informação que o rodeia (Ganesan et al., 2014), tal como vem sendo defendido por outros autores (Frauman & Norman, 2004; Moscardo, 1996).

Como se pode verificar, o fornecimento de informação tem um papel fundamental no âmbito do património e, como tal, a comunidade científica tem procurado estudar a eficácia da interpretação e identificar quais os aspetos que deverão ser melhorados (Ballantyne et al., 2014; Ballantyne et al., 2016; Hughes et al., 2013). Hughes et al. (2013) realizaram um estudo na catedral de Canterbury para determinar qual a importância que os visitantes atribuem à interpretação do espaço de modo a delinear estratégias interpretativas eficazes, isto é, que correspondam às motivações dos seus visitantes. Nesse estudo, os autores concluíram que os intérpretes e gestores devem introduzir técnicas interpretativas dinâmicas e que permitam a participação do visitante, bem como transmitir informação que seja do seu interesse. Os autores avaliaram o desempenho de vários métodos interpretativos (e.g. visitas guiadas, atividades recreativas para crianças, sinalética), embora não tenham relacionado os métodos interpretativos com a transmissão de informação sobre as diferentes temáticas, não determinando qual a eficiência de cada um dos métodos interpretativos disponíveis na catedral para o fornecimento de informação sobre cada temática. Apesar de não terem estabelecido essa relação, importa salientar que os visitantes inquiridos referiram que a visita à catedral, em conjunto com os métodos interpretativos, proporcionou aprendizagem, tendo referido que adquiriram novos conhecimentos sobre aspetos relacionados com a catedral durante a visita guiada (Hughes et al., 2013).

A aprendizagem resulta do processamento de informação consciente ou inconsciente, por parte de um indivíduo, e resulta na alteração de comportamentos, atitudes e conhecimentos. O processo de aprendizagem é influenciado pelas preferências e sentimentos que o indivíduo tem em relação ao que provoca o estímulo, mas também pelas características do que proporciona o estímulo e as capacidades cognitivas do indivíduo para o processar (Hawkins, Best, & Coney, 1998). São vários os fatores que contribuem para esse processo e podem ser intrínsecos ao indivíduo, como a sua cultura, mas também externos a ele, como a sua classe social, experiências prévias, influência de grupos de referência ou amigos através do *WOM*, entre outros (Hawkins et al., 1998).

De acordo com a Psicologia, existem diferentes teorias que avaliam o processo de aprendizagem. Existem aquelas que se baseiam na aprendizagem comportamental, isto é,

aquelas que se focam nas alterações comportamentais após a exposição a estímulos externos e outras que se baseiam na aprendizagem cognitiva, cujo foco de interesse é o processo mental que decorre aquando da aprendizagem e não o processo comportamental de resposta (Hawkins et al., 1998; Schiffman & Kanuk, 2000).

A teoria da aprendizagem cognitiva sugere que a aprendizagem é a informação relativa a determinado objeto e que é processada pelo indivíduo quando exposto a essa informação, ou estímulo. Esse processamento de informação é influenciado pela familiaridade com o objeto de aprendizagem (Blackwell, Miniard, & Engel, 2001; Hawkins et al., 1998; Schiffman & Kanuk, 2000), pelo que nesta dissertação se considera que poderá ser influenciada pela familiaridade com o objeto de análise - os edifícios que são alvo de estudo. O processamento de informação ocorre por fases e, como tal, é do acordo geral a existência de duas divisões na memória - a de curto e a de longo prazo -, onde a informação é armazenada. Quando um indivíduo é confrontado com muita informação, ele tem dificuldade em selecionar uma imagem para representar o objeto alvo de aprendizagem (Frías, Rodríguez, & Castañeda, 2008; Schiffman & Kanuk, 2000). Assim que se é exposto a nova informação, um mecanismo de relações entre a nova informação e aquela que se encontra guardada na memória vai iniciar-se de modo a reorganizar a já existente (Schiffman & Kanuk, 2000).

3.3.2. Influência da informação na formação da imagem dos destinos turísticos

Segundo Gunn (1988), o sistema turístico é um conjunto constituído por três dimensões que são: a procura turística, isto é, os visitantes; a oferta turística, que forma, no seu todo, o destino turístico, e engloba não só as atrações a serem visitadas mas também os restantes serviços de apoio como o alojamento ou os transportes; e, por último, a promoção e o fornecimento de informação acerca do destino turístico aos visitantes ou turistas. A promoção e fornecimento de informação são geridos por um conjunto de gestores e responsáveis pelo *marketing*, entre outros técnicos, que vão geralmente desenvolver esforços no sentido de criar uma imagem do destino e, em alguns casos, alertar o possível visitante para a existência do destino (Gunn, 1988). O visitante, ao criar uma representação mental sobre o local, pode incluir esse destino no conjunto de possíveis destinos a visitar, que irá depois avaliar e de onde selecionará o destino que melhor corresponde às suas motivações (Baloglu & McCleary, 1999; Echtner & Ritchie, 1991; Molina & Esteban, 2006).

A imagem pode mesmo ser criada quer o indivíduo tenha viajado ou não, visitado o destino ou não, o que pode levar à concepção de imagens bastante díspares e, até, de imagens que não correspondam muito à realidade (Fakeye & Crompton, 1991). Após a tomada de decisão de viajar, o potencial turista pode recorrer a fontes de informação que vão também contribuir para a formação de uma imagem do destino (Middleton, Fyall, Morgan, & Ranchhod, 2009a). As fontes de informação utilizadas podem ser impressas (e.g. brochuras, guias impressos, entre outros) (Gartner, 1993; Middleton et al., 2009a) ou não impressas (e.g. WOM, Internet, entre outros) (Gartner, 1993; Middleton et al., 2009a) e destinam-se a alertar os possíveis consumidores para a existência de determinado produto turístico para além de incutirem a ideia de materialização do mesmo, já que os produtos turísticos são muito intangíveis (Middleton et al., 2009a).

As fontes de informação, para além de terem a função de informar e promover, podem também determinar parcialmente a experiência turística ao influenciar o comportamento, aprendizagem e atitudes do visitante (Middleton et al., 2009a). Estudos no âmbito do turismo têm-se focado em vários aspetos relacionados com a procura de informação, tais como: a relação entre a procura de informação e os dados sociodemográficos (Baloglu & McCleary, 1999) e propósito de viagem (Frías et al., 2008; Kozak & Kozak, 2008); a relação entre a procura de informação e a formação da imagem (Baloglu & McCleary, 1999; Frías et al., 2008; Jeong & Holland, 2012; Vogt & Andereck, 2003); a associação entre a experiência anterior de visita e as fontes de informação utilizadas (Kerstetter & Cho, 2004); influência do material promocional (e.g. brochuras) na formação de uma imagem do destino e a escolha do mesmo (Molina & Esteban, 2006); e ainda a correspondência entre a imagem que é promovida pelos destinos e a que é emitida pelos *mass media* (Campo & Alvarez, 2013). Outras pesquisas têm procurado determinar: a eficácia dos tipos de material promocional como as brochuras (Molina & Esteban, 2006; Zhou, 1997); motivos pelos quais os turistas utilizam determinada fonte de informação, neste caso os guias impressos (Nishimura et al., 2007); ou a influência do tempo de exposição ao material promocional (Jeong & Holland, 2012).

O tipo e quantidade de fontes de informação utilizadas pode alterar-se conforme as características sociodemográficas (Gartner, 1993) como a faixa etária, formação académica (Kozak & Kozak, 2008) e propósito de visita (Kozak & Kozak, 2008; Nishimura et al., 2007), conhecimento anterior (Kerstetter & Cho, 2004), necessidades e tipos de

turistas (Nishimura et al., 2007). Contudo, outros investigadores verificaram empiricamente que os fatores sociodemográficos não tiveram influência no uso de determinados meios de informação (Nishimura et al., 2007; Zhou, 1997).

Considerando a influência da informação recebida pelos visitantes na formação da imagem dos destinos, Gartner (1993) identificou que há diferentes tipos de imagens do destino que se vão formando na mente dos visitantes como resultado da informação recebida através de vários tipos de fontes de informação. Conforme a fonte de informação que é utilizada cria-se uma imagem. Quando um indivíduo é exposto a informação emitida por agentes promocionais do destino (e.g. operador turístico), é-lhe inculcida uma imagem do destino – imagem induzida. A imagem do destino pode ainda ser alterada por informação disponibilizada em fontes de informação utilizadas pelo indivíduo sobre as quais os responsáveis pela área de destino não têm controlo - fontes autónomas (e.g. notícias, filmes ou documentários). Assim que concretiza a viagem, o visitante vai verificar se as suas expectativas correspondem às percepções que obteve criando uma imagem orgânica do destino (Gartner, 1993). Se tal acontecer, o visitante irá sentir satisfação com a qualidade da experiência (Chen & Tsai, 2007; Gartner, 1993). Molina e Esteban (2006) realizaram um estudo em Madrid, Espanha, de modo a identificar quais os elementos das brochuras turísticas que mais contribuem para a criação da imagem do destino turístico, que por sua vez vai influenciar a escolha do destino a visitar. Concluíram que o formato visual ou *layout* da brochura é o aspeto que mais contribui para a formação de uma imagem, através de elementos atrativos como fotografias com uma boa qualidade de imagem e fáceis de recordar (Molina & Esteban, 2006)

Beerli e Martín (2004) e Frías et al. (2008) investigaram qual a influência exercida pelas fontes de informação na criação da imagem do destino turístico e demonstraram empiricamente que a imagem criada apenas pela informação providenciada pelos operadores turísticos é mais positiva do que a providenciada pela Internet, em grande medida por causa da quantidade de informação fornecida por esta última. A Internet tem sido, cada vez mais, preferida por muitos visitantes devido à sua rapidez, acessibilidade em qualquer local, quantidade de informação disponível e atualização da mesma. Neste contexto, coloca-se a questão se a Internet irá substituir o contato humano providenciado pelas agências de viagens (Beerli & Martín, 2004; Middleton et al., 2009a; Molina & Esteban, 2006). Para alguns autores, o *WOM* e a publicidade são as fontes mais influentes no processo de formação da imagem (Baloglu & McCleary, 1999). Baloglu e McCleary

(1999) demonstraram empiricamente, ao estudar as imagens de quatro destinos turísticos (Turquia, Grécia, Itália e Egito), que a quantidade e tipo de informação, conjuntamente com outros fatores - idade, formação e motivações – influenciam a formação da imagem, tanto as avaliações cognitivas como afetivas, e que as avaliações cognitivas influenciam tanto a imagem afetiva como a imagem global. Após a análise dos resultados concluíram que a quantidade de fontes de informação utilizadas influencia positivamente a imagem cognitiva criada e que o tipo de fonte de informação que mais contribui para a criação da imagem cognitiva do destino é o *WOM*, daí ser importante a existência de esforços por parte dos agentes do destino em providenciar uma experiência satisfatória ao visitante (Baloglu & McCleary, 1999).

Outros autores (e.g. Jeong & Holland, 2012) demonstraram empiricamente que o tempo que o possível turista se expõe às diferentes fontes de informação é importante para a criação da imagem do destino. Quanto maior for o tempo de exposição, mais positiva tenderá a ser a imagem criada. No entanto, esse tempo deve ser limitado para o indivíduo não atingir a sua exaustão (Jeong & Holland, 2012).

Muitas vezes, a imagem que é promovida pela informação promocional (controlada pelos responsáveis pelo marketing turístico) não corresponde à imagem que é comunicada pelos *media*. Tal acontece por motivos de ordem política ou económica, existindo alguns aspetos que, se mencionados no material promocional, não seriam apelativos nem influenciariam positivamente a escolha do potencial turista (Campo & Alvarez, 2013).

As dimensões cognitiva e afetiva alteram-se durante a aprendizagem que decorre durante o consumo de experiências turísticas de viagem (Vogt & Andereck, 2003). De facto, apesar de Gunn (1988) ter defendido que a imagem é um constructo mental que permanece durante um longo período de tempo na memória do visitante, não se pode esquecer que a mesma é dinâmica (Gallarza et al., 2002; Gunn, 1988) e que se altera ao longo do tempo e do espaço, sendo necessária uma resposta efetiva por parte dos responsáveis pelo *marketing*, que tenha em consideração estas alterações da imagem, de modo a existir uma maior captação de mercado (Gunn, 1988).

Para realizar uma promoção eficaz é importante que se conheça o público-alvo e, como tal, transmitir uma imagem sólida ao longo do tempo. É importante conhecer, por exemplo, as motivações dos diferentes grupos e considerar aspetos culturais que os diferenciam,

bem como utilizar fontes de informação e linguagem adequadas para atender às suas necessidades. A promoção de uma imagem positiva favorece a procura turística e gera benefícios económicos para a comunidade residente. É necessário identificar quais os pontos fortes do destino para transmitir uma imagem consistente, positiva e eficaz (Molina & Esteban, 2006; Zhou, 1997).

Como se pode verificar, o fornecimento de informação aos visitantes sobre o destino é um elemento fundamental para a criação da imagem, nomeadamente para a criação de uma imagem positiva dos destinos (Campo & Alvarez, 2013; Jalil, 2010; Jeong & Holland, 2012).

3.3.3. Influência da informação na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico

A influência que o fornecimento de informação e, concretamente, a interpretação, exerce na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico, ainda carece de uma investigação mais profunda, já que a maioria dos estudos que relacionam estas duas variáveis aplicam-se ao património natural (Jacobs & Harms, 2014; Madin & Fenton, 2004; Poudel & Nyaupane, 2013; Tubb, 2003; Weiler & Smith, 2009) e os existentes no âmbito do património cultural (Cohen-Aharoni, 2017; Io, 2013; Io & Hallo, 2011) focam-se essencialmente em apenas um método interpretativo – as visitas guiadas.

O fornecimento de informação pode trazer benefícios que tornam a experiência turística mais significativa. A informação pode, como já foi referido, conduzir à aprendizagem e, ao mesmo tempo, assegurar que os visitantes criam uma imagem positiva do património, levando esta à alteração de atitudes e comportamentos (Jacobs & Harms, 2014; Moscardo, 2014; Poudel & Nyaupane, 2013), embora segundo alguns autores (Jacobs & Harms, 2014) a componente afetiva possa potenciar mais essa alteração do que a componente cognitiva. Essa imagem altera-se positivamente quando o fornecimento de informação é eficaz (Madin & Fenton, 2004; Tubb, 2003; Van Dijk & Weiler, 2009; Weiler & Smith, 2009). Como consequência, a interpretação pode criar ou alterar a imagem cognitiva do património na mente do indivíduo (Frauman & Norman, 2004; Kuo, 2002; Moscardo, 2014; Schiffman & Kanuk, 2000), ou seja, o visitante adquire conhecimentos e crenças em relação ao património que é alvo de interpretação

A transmissão de informação permite aumentar os conhecimentos de um indivíduo através de meios de comunicação que potenciam o processamento da informação que rodeia o indivíduo (Frauman & Norman, 2004; Kuo, 2002; Moscardo, 2014) e ainda tornar a experiência turística mais satisfatória (Moscardo, 2003). Para essa transmissão ser eficaz ela não pode cativar apenas a atenção do visitante ou provocar o seu interesse, o conteúdo tem também de ser organizado de modo a direcionar o visitante e facilitar o processamento das informações transmitidas (Moscardo, 2003). Tilden (1977) e Moscardo (2003) defende que a interpretação deve comunicar informação generalizada e ser relacionada com informações mais detalhadas ao longo da experiência interpretativa e deve apresentar a atração turística ao visitante ao explicitar certos conceitos que irão ser fundamentais para este a compreender.

Conforme já referido, existem vários estudos que analisam a influência da informação na formação da imagem cognitiva do património natural. Como exemplo destes estudos tem-se o estudo de Madin e Fenton (2004). Para determinar a relação existente entre as técnicas interpretativas e o conhecimento, Madin e Fenton (2004), através de questionários antes e após a visita ao Great Barrier Reef Marine Park, verificaram quais as alterações do conhecimento que ocorreram após a experiência turística. Concluíram que o conhecimento alterou-se com a realização da visita e variou conforme o número de atividades interpretativas em que os visitantes participaram, tendo adquirido mais conhecimentos os visitantes que participaram em mais atividades no Parque.

No entanto, considerando que a presente dissertação tem como foco de análise a influência da informação na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico, serão analisados nesta secção, sobretudo estudos que avaliem a influência da interpretação na imagem cognitiva do património cultural. Um estudo realizado na cidade de Macau analisou o contributo das visitas guiadas às Ruínas de São Paulo para a imagem cognitiva de turistas chineses acerca das Ruínas e da cidade de Macau. Nesta pesquisa analisou-se, concretamente, o conhecimento adquirido quer em relação às Ruínas de São Paulo quer em relação à própria cidade como resultado dessa atividade interpretativa (Io & Hallo, 2011). Após avaliarem a performance dos guias turísticos nas Ruínas de São Paulo através do método de observação e da entrevista, verificaram que os guias raramente relacionaram as Ruínas com o seu contexto, ou seja, com a cidade, atualmente Património Mundial da Humanidade pela UNESCO, e com as restantes atrações que se encontram próximas. Através da administração de um questionário a 105 turistas chineses concluíram que a

maioria dos turistas não estabeleceu qualquer relação entre as Ruínas de São Paulo e a cidade, bem como demonstraram desconhecer a existência de outras atrações de igual interesse patrimonial. O guia turístico transmitiu antes a ideia de valor e preferiu instigar o visitante a procurar informação relativamente à atração *per si*. Os visitantes também demonstraram desinteresse em conhecer outras atrações na cidade (Io & Hallo, 2011). Este estudo, tal como Moscardo (2003) defendeu, mostra a importância da comunicação da informação para a imagem cognitiva do património. Assim, se a informação dos guias turísticos não se tivesse focado essencialmente nas Ruínas, mas também no seu contexto, e tivesse relacionado essa atração com outras existentes na cidade, bem como transmitido o significado cultural da cidade, os turistas teriam, provavelmente, criado uma imagem cognitiva mais positiva em relação à cidade, isto é, teriam adquirido mais conhecimentos (Io & Hallo, 2011).

Um outro estudo, realizado em diferentes atrações turísticas de Jerusalém, teve como objetivo investigar as motivações dos turistas ao visitar a cidade (Poria, Biran, & Reichel, 2007). Este estudo comprovou a importância da inclusão do significado cultural do património na interpretação, já que essa informação era um dos fatores que os turistas mais procuravam ao realizarem as suas visitas (Poria et al., 2007).

Io (2013) desenvolveu um modelo concetual no qual relaciona as características-chave de um guia turístico para uma interpretação eficaz, com a imagem criada pelo turista após a atividade interpretativa. O guia turístico deve comunicar de um modo claro e organizado o seu conhecimento sobre o património e ter a capacidade para lidar com o visitante, considerando os seus conhecimentos e a sua cultura. Essa atitude tem tendência a resultar no enriquecimento de conhecimentos, na criação de emoções e atitudes comportamentais que, quando positivos, constituem uma experiência de qualidade. Após a criação desse modelo para uma interpretação eficaz, o autor comprovou empiricamente o modelo concetual através de um estudo também realizado nas Ruínas de São Paulo em Macau, a turistas chineses. Os resultados comprovam que o significado cultural da atração foi transferido pelos guias turísticos com as características antes apresentadas (Io, 2013).

Outro exemplo é o estudo de Cohen-Aharoni (2017), realizado em Jerusalém, que demonstra a importância da informação para a imagem cognitiva do Antigo Templo de Jerusalém, atualmente inexistente. Nesta investigação pretende verificar-se como é que as técnicas interpretativas, neste caso concreto a visita guiada, demonstram a autenticidade

de três atrações – Western Wall Heritage Tunnels, Temple Institute e Davidson Center (Parque Arqueológico de Jerusalém) - que estão relacionadas com o Antigo Templo de Jerusalém. Este estudo comprovou o modelo conceitual proposto por Io (2013) para uma interpretação eficaz na criação de uma imagem do património. Os guias turísticos consideram o contexto espacial e temporal em que se inserem as atrações e adequam o modo como realizam a interpretação ao espaço em que se encontram. No Wester Hall Heritage Tunnels, o guia procura induzir uma imagem afetiva no visitante ao estabelecer uma ligação física e espiritual com o espaço. No Temple Institute e no Davidson Center o guia comunica conhecimentos de um modo claro e organizado sobre o património material exposto (Temple Institute). Outro aspeto é a capacidade que o guia demonstra ao lidar com os turistas ao considerar as convicções religiosas dos grupos culturais que visitam o local e tornar ainda mais autêntica a experiência turística no local (Cohen-Aharoni, 2017).

Como já mencionado anteriormente, a pesquisa relativamente à influência da informação na imagem cognitiva do património cultural, incluindo o património arquitetónico, centra-se na análise da influência de uma técnica de interpretação – a visita guiada -, sendo necessário alargar-se esta pesquisa a outras técnicas de interpretação. Para além disso, a pesquisa realizada analisa sobretudo a influência da informação na imagem cognitiva global do património cultural, não permitindo identificar, especificamente, a influência da interpretação em cada uma das dimensões desta imagem.

3.4. Conclusão

Apesar da divergência conceitual em relação ao conceito de interpretação, esta pode-se definir como sendo o meio através do qual os significados inerentes a um objeto ou a um espaço são transmitidos através de atividades educativas. Existem inúmeras técnicas interpretativas como visitas guiadas ou brochuras turísticas, que permitem aumentar a curiosidade do visitante, potenciar o seu processo de aprendizagem aquando da experiência turística e alterar a imagem cognitiva que os visitantes possuem do património.

Verificou-se, através da revisão de literatura, que grande parte dos estudos no âmbito do turismo que relacionam a imagem dos destinos com as fontes de informação focam-se na influência da brochura turística para a criação dessa imagem, bem como as atitudes comportamentais que provocam no indivíduo, o que mostra a importância da informação para a criação de uma imagem.

Embora existam poucos estudos que relacionem a formação da imagem cognitiva do património cultural com a interpretação, verificou-se que a interpretação é um meio que contribui para a aprendizagem e pode mesmo permitir induzir o visitante num estado *mindful*. Isto é, o visitante ao receber informação pode adquirir uma atitude crítica e procurar informações mais detalhadas acerca do património que o rodeia. Esse estado permite que o visitante esteja mais alerta para processar novas informações e, ao conjugar essa nova informação com outra pré-existente, ele cria conhecimentos que irá armazenar na sua memória, decorrendo assim o processo de aprendizagem. A revisão de literatura feita, sugere que a informação pode ter uma influência na formação da imagem cognitiva do património cultural e, em concreto, do património arquitetónico. Contudo, como já mencionado, os estudos que relacionam a informação com a imagem cognitiva do património cultural são muito escassos, restringem-se sobretudo a determinadas fontes de informação como as visitas guiadas e não permitem identificar que aspetos da imagem cognitiva do património cultural são mais influenciados pela informação. O estudo empírico realizado no âmbito da presente dissertação, que será apresentado na próxima parte da dissertação, pretende alargar os conhecimentos neste âmbito, analisando a influência de diferentes fontes de informação na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico, tanto no que concerne à imagem geral do património, como às diferentes dimensões desta imagem.

Parte III – Investigação empírica

Capítulo 4 - A cidade de Aveiro e o seu património arquitetónico

4.1. Introdução

Neste capítulo pretende-se caracterizar a cidade de Aveiro e o seu património para, deste modo, conhecer melhor o património arquitetónico analisado e o contexto onde este se insere.

O capítulo tem início com uma caracterização geral do município de Aveiro a nível geográfico, demográfico, patrimonial e historiográfico. Os indicadores da empregabilidade e turismo são também analisados para evidenciar o desenvolvimento do município.

Conclui-se o capítulo com uma análise mais detalhada do património arquitetónico analisado na dissertação - a Sé Catedral de Aveiro, o Mosteiro de Jesus (Museu de Aveiro), e a Casa Major Pessoa (Museu Arte Nova).

4.2. Caracterização geral da cidade de Aveiro

Do ponto de vista geográfico, a cidade de Aveiro situa-se no centro litoral português, na região de Aveiro e é banhada pela ria de Aveiro. Esta ocupa aproximadamente uma área de 11 mil hectares, tendo uma extensão aproximada de 45 km (Norte–Sul). A ria é o resultado da união da foz do rio Vouga com o oceano Atlântico (Almeida & Belo, 2007).

4.2.1. Nota histórica sobre a cidade de Aveiro

A primeira referência a Aveiro de que há conhecimento remonta ao ano de 959 e encontra-se no testamento de Mumadona Dias, concedido ao Castelo de Guimarães. Nele, Mumadona Dias legou-lhe Aveiro e as suas salinas (Almeida & Belo, 2007). A população começou a proliferar a partir de uma igreja que já foi derrubada, atual espaço da Praça da República, que se situava no espaço intramuros de uma muralha que foi erguida por iniciativa de Dom Pedro já no século XV. A urbe sofreu reestruturações ao longo dos séculos, motivadas em parte pelas águas da ria e de movimentos migratórios da população devido a crises económicas e sociais. As reformas urbanísticas mais significativas

decorreram durante o final do século XIX e início do século XX (Almeida & Belo, 2007; Gonçalves, 1959; Neves, 1997a).

Essa reestruturação urbana foi potenciada por diversos fatores associados a uma política autárquica de modernização da urbe no início do século XX como: a reabertura da barra, que possibilitou novamente a fixação populacional que até então tinha decrescido devido a uma crise social e económica que devastou a cidade entre os séculos XVII e XIX; a política de Fontes Pereira de Melo, com o desenvolvimento dos caminhos-de-ferro; fábricas como a Jerónimo Pereira Campos, atual centro de Congressos e sede do Turismo da Região Centro, tiveram o seu auge de produção para atender ao fervor construtivo da época; proliferaram novas construções ecléticas e burguesas que tornaram a cidade num dos principais centros do movimento Arte Nova (e.g. Hospital da Misericórdia, Mercado Manuel Firmino, Casa Major Pessoa, Escola Industrial Fernando Caldeira) em Portugal e construiu-se a Avenida Lourenço Peixinho (Neves, 1997a).

As águas da ria não contribuíram apenas para a configuração da malha urbana ao longo dos seus braços, mas também para a economia da região. Quando a sua maré baixava, uma mistura vegetal de espécies marinhas e fluviais que se designava por moliço era recolhida para fertilizar os terrenos agrícolas cujo cultivo vai sendo abandonado (Almeida & Belo, 2007). A produção de sal foi outro fator de desenvolvimento económico e a ele encontra-se associado o barco mercantel. O barco moliceiro é um barco à vela que apresenta cores garridas e uma popa arqueada, servindo atualmente outra atividade económica – o Turismo. Para além disto, a ria é rica em fauna piscícola e flora (Almeida & Belo, 2007).

4.2.2. Caracterização demográfica

O município de Aveiro tem uma área de 197,58 km². A União de Freguesias da Glória e Vera Cruz circunscreve o perímetro da área urbana da cidade de Aveiro (ver Figura 4.1). No ano de 2015, o município tinha 76 882 residentes, que representavam 3,4% dos residentes da Região Centro, e uma densidade populacional de 389 habitantes por Km² (ver Tabela 4.1) (INE, 2015).

Tabela 4.1 – População residente e densidade populacional (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

			NUT I Portugal	NUT II Região Centro	Aveiro
População residente	2011	N	10 028 234	2 319 530	78 461
		%	100,00%	23,13%	0,78%
	2015	N	9 839 140	2 256 364	76 882
		%	100, 00%	22, 93%	0,78%
	Var% (2011 – 2015)			-1,89%	-2,72%
Densidade populacional	2011	Hab/ Km2	112, 6	82,3	397,1
	2015	Hab/ Km2	110,40	80,00	389,10
	Var% (2011-2015)			-1,95%	-2,79%

Fonte: INE (2011, 2015)

Como se pode confirmar na Tabela 4.1., a densidade populacional decresceu, tanto em Portugal como na região Centro e no município de Aveiro, sendo o decréscimo na região Centro o mais significativo, com uma taxa de decréscimo de 2,79% em relação ao ano de 2011, tendo nesse ano uma densidade populacional de 82,3. O município de Aveiro também não verificou uma redução populacional muito significativa, com um decréscimo de 2,01%. No ano de 2011 o município tinha uma população residente de 78 461 habitantes e no ano civil de 2015 tinha 76 882 habitantes residentes (INE, 2012, 2015).

No município de Aveiro, o panorama reflete um decréscimo populacional entre 2011 e 2015 em todas as faixas etárias exceto nas faixas etárias acima de 64 anos de idade, que sofreu um acréscimo de cerca de 4,66%. A faixa etária com uma redução maior foi a compreendida entre os 0 e os 14 anos de idade, cujo decréscimo foi cerca de 4,83% (ver Tabela 4.2) (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.2 – População residente no município de Aveiro de acordo com a faixa etária

	Aveiro				
	2011		2015		Var%
	N	%	N	%	
Total	78 461	100, 00%	76 882	100, 00%	-2,01%
0-14 Anos	11 383	14, 51%	10 833	14, 09%	-4, 83%
15-24 Anos	8 464	10, 79%	8 090	10, 52%	-4, 42%
25-64 Anos	44 988	57, 34%	43 473	56, 55%	-3, 37%
65 + Anos	20 252	25, 81%	21 196	27, 57%	4, 66%

Fonte: INE (2011, 2015).

4.2.3. Taxa de emprego e empresas

Em Portugal, entre 2011 e 2015 verificou-se que a taxa de emprego aumentou nas faixas etárias compreendidas entre os 25 e os 34 anos e ainda entre os 35 e os 44 anos. A taxa de emprego diminuiu, no entanto, nas faixas etárias compreendidas entre os 15 e os 24 anos e acima de 44 anos. O aumento mais significativo decorreu entre os 35 e os 44 anos com uma taxa de aumento de aproximadamente 1,7%. A diminuição mais significativa decorreu nas faixas acima de 44 anos com uma taxa de 8,8% (ver Tabela 4.3) (INE, 2012, 2015).

Na região Centro o panorama é semelhante, diferindo nos valores das taxas de aumento e decréscimo, sendo o decréscimo mais significativo na faixa etária dos 15 aos 24 anos com o valor de 3,5% e o aumento mais significativo na faixa etária entre os 35 e os 44 anos, com uma taxa de aumento de 3,6% (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.3 – Taxa de emprego de acordo com a faixa etária (NUT I Portugal e na NUT II Região Centro)

Faixa	NUT I Portugal			NUT II Região Centro		
	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%
	%	%		%	%	
15 - 24	27,2	23,0	-4,2	26,6	23,1	-3,5
25 - 34	78,1	78,3	0,2	77,6	79,9	2,3
35 - 44	81,0	82,7	1,7	81,2	84,8	3,6
45 +	42,6	33,8	-8,8	47,6	45,4	-2,2

Fonte: INE (2011, 2015).

Esses valores são, em parte, explicados pelo decréscimo do número de empresas entre 2012 e 2014 nas três regiões, sendo o decréscimo no município de Aveiro - uma redução de cerca de 6,75% das empresas existentes (ver Tabela 4.4) – mais acentuado do que o verificado em Portugal e na Região Centro (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.4 – Número de empresas em 2012 e 2014 (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

NUT I Portugal					NUT II Região Centro					Aveiro				
2012		2014		Var%	2012		2014		Var%	2012		2014		Var%
N	%	N	%		N	%	N	%		N	%	N	%	
1 096 832	100,0	1 079 247	98,4	-1,6	248 071	100,0	244 600	- 98,6	1,4	9 497	100,0	8 856	93,3	-6,8

Fonte: INE (2011, 2015).

4.3. Atrações turísticas

Verifica-se que nas três áreas geográficas – Portugal, Região Centro e município de Aveiro - houve um acréscimo das despesas com a cultura, estando a maioria dessas despesas relacionadas com os museus (ver Tabela 4.5) (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.5 – Despesas em cultura (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

Despesas em cultura									
2011					2015				
Euros €	Museus	Património	Total	%	Museus	Património	Total	%	Var%
NUT I Portugal	24 226 000	23 516 000	47 742 000	100	36 167 360	19 315 851	55 483 211	100	14
NUT II Região Centro	4 953 000	4 886 000	9 839 000	21	7 676 851	3 692 863	11 369 714	20,5	13,5
NUT IV Aveiro (Município)	304 000	0	304 000	0,6	404 642	37 319	441 961	0,8	31,2

Fonte: INE (2011, 2015).

O município de Aveiro foi a área onde se observou um maior aumento de gastos com a cultura, tendo-se em 2015 gasto mais 31,2% do que em 2011.

No município de Aveiro havia, em 2015, um total de 20 imóveis classificados, sendo a maior parte deles (75%) monumentos e estando a maior parte deles (75%) classificados como imóveis de interesse público (ver Tabela 4.6). É de considerar que neste município existiam já 4 monumentos nacionais (representando 20% dos imóveis classificados).

Tabela 4.6 – Número de bens imóveis (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

	NUT I Portugal		NUT II Região Centro		Aveiro	
	2011	2015	2011	2015	2011	2015
Categoria dos bens imóveis						
Monumentos	2 500	2 929	778	869	12	15
Conjuntos	468	546	124	139	4	5
Sítios	439	511	88	105	0	0
Categoria de proteção						
Monumento nacionais	778	810	181	187	4	4
Imóveis de interesse público	2 164	2 660	605	709	10	15
Imóveis de interesse municipal	465	516	204	217	2	1

Fonte: INE (2011, 2015)

Em 2011, o município de Aveiro tinha 12 bens imóveis que se classificavam em monumentos. Já no ano de 2015, o número de imóveis classificados como monumentos aumentou, passando a haver 15 bens imóveis com essa classificação. No que respeita a conjuntos de bens imóveis, o concelho possuía 4 em 2012 e em 2015 já 5 tinham sido classificados como tal. O número de imóveis de interesse público também aumentou, tendo passado a existir mais 5. O número de imóveis com a categoria de monumentos nacionais manteve-se. O número de imóveis de interesse público decresceu, sendo este o único caso de decréscimo no município (ver Tabela 4.6) (INE, 2012, 2015).

Com os resultados apresentados verifica-se uma preocupação crescente, não só por parte do município, mas também das restantes regiões portuguesas, com a preservação do património imóvel, ao classifica-lo de modo a exigir a sua conservação.

A cidade de Aveiro é rica em património arquitetónico do estilo Arte Nova e, para além desses edifícios, congrega edifícios religiosos como igrejas. Possui ainda vários museus: Museu da Arte Nova, Museu da Cidade, Museu de Aveiro e Eco Museu da Troncalhada.

Uma visita à cidade de Aveiro permite ainda conhecer outras atrações e atividades que são muito procuradas pelos visitantes, que são a Ria de Aveiro, o passeio de moliceiro e a degustação do doce tradicional de Aveiro – os ovos-moles de Aveiro (Região de Turismo Rota da Luz, 2008; SIPA, n.d.; Turismo do Centro, 2015a, 2015b).

4.4. Infraestruturas e equipamentos de apoio

Além de possuir diversas atrações turísticas, Aveiro também possui infraestruturas e equipamentos de acesso que permitem aos visitantes chegar a Aveiro, aí permanecer e desfrutar das diversas atrações aí existentes.

É possível chegar à cidade de Aveiro através de diferentes meios de transporte e por diferentes vias. Os visitantes estrangeiros cujo avião em que se deslocaram aterre no aeroporto Francisco Sá Carneiro no Porto, podem deslocar-se até à cidade de Aveiro através de comboio, já que em Aveiro existe uma estação de comboios que faz parte da Linha do Norte. Podem ainda deslocar-se de carro pelas autoestradas A1 e A25. Os visitantes que cheguem a Portugal e que iniciem o seu percurso a partir do aeroporto de Lisboa podem também recorrer ao comboio ou ao carro, deslocando-se pelas autoestradas

A1-Norte e estrada nacional EN235. Uma outra alternativa é o autocarro, já que a cidade possui uma paragem na qual autocarros provenientes de diferentes zonas do país param. No interior da cidade, o visitante pode recorrer a diferentes meios de transporte para se deslocar, como o táxi, autocarro ou BUGA (Bicicleta de Utilização Gratuita de Aveiro) (Universidade de Aveiro, 2017).

De acordo com a Tabela 4.7, o número de alojamentos locais no município de Aveiro aumentou entre 2011 e 2015. Em 2015 o município de Aveiro possuía 23 estabelecimentos de alojamento turístico (12 hotéis e 11 alojamentos locais), isto é, mais 6 estabelecimentos (de alojamento local) que em 2011 (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.7 – Número de estabelecimentos de alojamento turístico (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

	Número de estabelecimentos de alojamento turístico											
	Total			Hotéis			Alojamento Local			Outros		
	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%
NUT I Portugal	1 752	3 615	106,34	770	1 378	78,96	591	1 074	81,73	391	1 163	197,44
NUT II Região Centro	414	854	106,28	218	304	39,45	155	250	61,29	41	300	631,71
Aveiro	17	23	35,29	12	12	0	5	11	120	0	0	0

Fonte: INE (2011, 2015)

Como foi apresentado na Tabela 4.7, o número de meios de alojamento aumentou e, como tal, a capacidade de alojamento também aumentou. No ano de 2011, o município de Aveiro tinha uma capacidade para 1 488 pessoas e já em 2015 o número subiu para 1 681. Apesar do número de hotéis no município de Aveiro se ter mantido, a capacidade nesta tipologia de alojamento aumentou em 2 pessoas. No que respeita ao alojamento local, o seu aumento foi praticamente o dobro, passando a ter uma capacidade para 391 pessoas, ou seja, 95,5% a mais que em 2011 (ver Tabela 4.8) (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.8 – Capacidade de alojamento em estabelecimentos de alojamento turístico (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

	Capacidade de alojamento											
	Total			Hotéis			Alojamento Local			Outros		
	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%
NUT I Portugal	251 137	317 912	26,59	138 294	253 677	83,43	27 603	44 091	59,73	85 240	20 144	-76,4
NUT II Região Centro	40 733	50 495	23,97	28 404	35 544	25,14	7 106	10 035	41,22	5 223	4 916	-5,88
Aveiro	1 488	1 681	12,97	1 288	1 290	0,16	200	391	95,5	0	0	0

Fonte: INE (2011, 2015)

De acordo com os dados apresentados na Tabela 4.9, o número de dormidas aumentou em todas as tipologias de alojamento no município de Aveiro, sendo este acréscimo aproximadamente de 46,1%. As dormidas em alojamentos locais foram as que tiveram um maior aumento no município de Aveiro, sendo os hotéis aqueles que tiveram um aumento mais pequeno no número de dormidas (INE, 2012, 2015) (Ver Tabela 4.9).

Tabela 4.9 – Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e da NUT IV município de Aveiro)

	Dormidas em estabelecimentos de alojamento turístico								
	NUT I Portugal			NUT II Região Centro			Aveiro		
	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%	2011	2015	Var%
Total	32 841 504	44 709 708	36,14	4 043 543	5 058 446	25,1	190 587	278 438	46,1
Hotéis	19 910 396	38 947 688	95,61	3 115 247	4 086 584	31,2	176 154	236 943	34,5
Alojamento Local	2 296 444	278 438	-87,9	435 649	236 943	-45,6	14 433	41 495	187,5
Outros	10 634 664	1 133 501	-89,3	492 647	267 321	-45,7	0	0	0

Fonte: INE (2011, 2015).

De acordo com a Tabela 4.10, a maioria das dormidas dos turistas em estabelecimentos de alojamento turístico no município de Aveiro são geradas por Portugueses (44,8%) ou por europeus, sem considerar Portugal (46,5%). Já os países emissores que geram menor número de dormidas no município de Aveiro são os países da Oceânia (INE, 2012, 2015).

Tabela 4.10 – Dormidas em estabelecimento de alojamento turístico segundo o país de residência em 2015 (NUT I Portugal, na NUT II Região Centro e NUT IV município de Aveiro)

	Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico segundo o país de		
	NUT I	NUT II	Aveiro
	Portugal	Região	
	2015	2015	2015
Portugal	14 868 159	2 966 945	124 782
Europa (excluindo Portugal)	25 044 108	1 643 960	129 457
União Europeia	23 819 650	1 577 033	125 155
África	518 121	19 758	2 244
América	2 996 437	272 077	16 389
Ásia	1 035 331	134 644	4 653
Oceânia	247 552	21 062	913

Fonte: INE (2011, 2015).

4.5. Caracterização do património arquitetónico de Aveiro que é alvo de análise no estudo empírico

O património da cidade de Aveiro é, na sua maioria, arquitetura civil do movimento Arte Nova. Este movimento surgiu entre o final do século XIX e inícios do século XX, tendo um período de vida muito curto (Neves, 1997b). Contudo, como se viu anteriormente, a urbe sofreu um processo de reorganização precisamente durante essa época, o que contribuiu para a quantidade e diversidade de edifícios Arte Nova, com os regionalismos estéticos evidenciados em obras de autores na sua maioria desconhecidos e espalhados um pouco por todo o distrito (Neves, 1997b). O município de Aveiro promoveu a criação, em 2006, de uma Rede Nacional de Municípios Arte Nova que incluiu diferentes cidades portuguesas com património Arte Nova de modo a divulgar esse movimento artístico e, como tal, promover a sua salvaguarda (Moreira, 2006). A cidade pertence ainda à Rede Internacional de Cidades Arte Nova, que foi fundada em 1999 por iniciativa do Departamento de Sítios Históricos e Monumentos da região de Bruxelas, com o objetivo de criar uma rede de colaboração internacional entre cidades com o mesmo objetivo da Rede Nacional de Municípios Arte Nova (Réseau Art Nouveau Network Association, 2009).

A inclusão do município nessas redes de cooperação demonstra o interesse crescente na salvaguarda do património construído da cidade. No entanto, esta preocupação nem

sempre esteve patente e, na década de 90 do século XX, o património arquitetónico começou a ser demolido para serem construídos novos edifícios, porque o seu valor era ignorado (Fernandes, 2000). Os materiais foram reaproveitados para outras construções, tal como aconteceu com os destroços da muralha que foram reaproveitados na barra. Contudo, surgiu a necessidade de promoção e sensibilização do património construído (Dias, 2006).

A presente dissertação e o estudo empírico que vai ser realizado no âmbito da presente dissertação pretende contribuir para a preservação do património arquitetónico, analisando a influência da interpretação na formação da imagem cognitiva deste património. Escolheram-se como casos de análise para o estudo empírico três edifícios que pudessem representar a arquitetura civil e religiosa existente na cidade. Para representar a arquitetura civil escolheu-se a Casa Major Pessoa (Museu Arte Nova) classificada como imóvel de interesse público. Já para a arquitetura religiosa escolheu-se a Sé de Aveiro, antigo mosteiro da ordem dominicana, e o antigo mosteiro de Jesus, atual Museu de Aveiro, os dois classificados como imóveis de interesse público.

4.5.1. Mosteiro de Jesus (Museu de Aveiro)

No dia 23 de Fevereiro de 1461, o Papa Pio II autorizou a construção de um mosteiro para albergar as religiosas profetas da ordem dominicana na cidade de Aveiro (Figueiredo, 2002). A este convento, esteve ligada uma figura histórica de grande valor para a cidade de Aveiro, sendo atualmente a padroeira da cidade - a Princesa Santa Joana, filha de Dom Afonso V. Devido à sua devoção, ingressou no mosteiro de Jesus onde veio a falecer a 12 de Maio de 1694, na Casa de Labor do convento, ao qual legou a maioria dos seus bens. Em sua honra foi erguida uma capela para sua devoção no convento e a Princesa veio a ser beatificada em 12 de Maio de 1694. Encontra-se sepultada num túmulo desenhado pelo arquiteto régio João Antunes, concebido entre 1699 e 1711 (Gaspar, 1988).

A vida religiosa ultimou nesse cenóbio com o falecimento da última religiosa em 1874, mas também devido ao decreto publicado pelo Regime Liberal, que determinou a extinção das ordens religiosas em Portugal no ano de 1834. O convento converteu-se em colégio feminino - o Colégio de Santa Joana -, cessando essa função em 1910. Em 1911 o espaço transformou-se em museu de arte sacra – Museu de Aveiro - e, atualmente, ainda tem essa função (Figueiredo, 2002).

A fachada principal constitui-se em dois registos (ver Figura 4.1) e em cinco panos simetricamente separados entre si por pilastras. Na fachada existem três portais. No primeiro registo e ao centro da fachada encontra-se um portal delimitado por duas pilastras e o portal é rematado por um frontão interrompido sobre o qual, ao centro, se identifica o escudo e a coroa real entre dois anjos, já no segundo registo (ver Figura 4.2). De igual modo, no lado direito e esquerdo da fachada existem os outros dois portais, também eles rematados por um frontão interrompido e encimados por um óculo quadrilobado.



Figura 4.1 – Fachada do Museu de Aveiro

Fonte: Elaboração própria (2016)

O segundo registo, isto é, o primeiro piso, apresenta janelões retangulares gradeados e também eles coroados por frontões interrompidos. A fachada é acabada em cornija e platibanda. No lado direito da fachada encontra-se a entrada da igreja. A entrada é constituída por uma colunata de três colunas coríntias rematadas em cornija, platibanda e cinco pináculos (Rodrigues, Sousa, & Bonifácio, 2005).



Figura 4.2 – Frontão do portal central da fachada do Museu de Aveiro

Fonte: Elaboração própria (2016)

Devido ao seu valor estético, histórico e religioso, o edifício foi classificado como monumento nacional pelo Decreto 16-06-1910, DG nº 136, de 23 Junho 1910 (Diário do Governo, 1910).

4.5.2. Sé de Aveiro

No dia 13 de Março de 1423, o papa Martinho V autorizou a construção de um mosteiro da ordem masculina de São Domingos na cidade de Aveiro como resultado da aparição da Virgem a Afonso Domingos, o Velho. Este edifício de arquitetura religiosa sofreu reestruturações durante os séculos XVII, XVIII e XX, sendo neste último aí instalada a Sé de Aveiro, no que restava de um incêndio de grandes proporções ocorrido no século XIX (Figueiredo, 2012). A fachada da igreja apresenta um registo tripartido e cada divisão é separada por pilastras. As pilastras terminam em pináculos bolbosos. Os pináculos bolbosos delimitam um espaldar com volutas rematado em plinto com cruz latina. No centro da fachada existe um portal delimitado por quatro colunas maneiristas e rematadas por uma tabela, também ela maneirista, com a representação das Três Virtudes (Caridade, Esperança e Fé) e um óculo ovalado.

No lado direito da fachada encontra-se adossada uma torre sineira e do lado esquerdo um museu. A fachada principal da torre sineira apresenta três registos separados entre si por friso e cornija, no primeiro registo encontra-se a porta de entrada, no segundo registo existe

o mostrador do relógio e no terceiro registo situa-se o sino. A torre sineira é rematada por pináculos cónicos (Rodrigues et al., 2005) (Ver Figura 4.3)



Figura 4.3 – Sé de Aveiro

Fonte: Elaboração própria (2016)

Da construção inicial do mosteiro subsistem alguns elementos arquitetónicos como um cruzeiro tardo-gótico (ver Figura 4.4) que se encontra na capela lateral do Evangelho, do qual se encontra uma cópia no exterior em frente à Sé e que foi classificado como Monumento Nacional em 1910 (DGPC, n.d.-c).

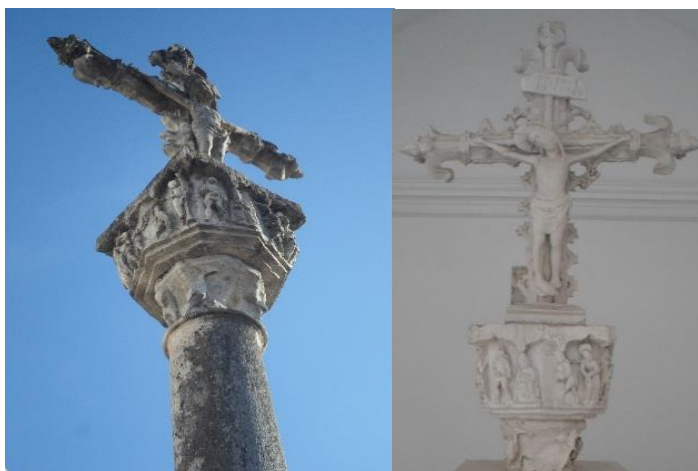


Figura 4.4 – Cruzeiro tardo – gótico (cópia à esquerda e original à direita)

Fonte: Elaboração própria (2016)

A Sé foi classificada como imóvel de interesse público por Decreto n.º 2/96, DR, 1.ª série-B, n.º 56, de 06 março 1996 e atualmente é de propriedade privada (Figueiredo, 2012).

4.5.3. Casa Major Pessoa (Museu da Arte Nova)

Este edifício de arquitetura civil (DGPC, n.d.-a) foi projetado pelo arquiteto Silva Rocha (Fernandes, 2000) em cooperação com o arquiteto Ernesto Korrodi (Região de Turismo Rota da Luz, 2008) e construído entre 1907 e 1909 (DGPC, n.d.-a; Dias, 2006).

A fachada é esculpida em pedra policromática de cores vivas. A decoração da fachada apresenta motivos florais como lírios, girassóis ou folhas de acanto (DGPC, n.d.-a). O edifício é constituído por três registos. O primeiro registo, no rés-do-chão, é formado por um conjunto de grades em ferro forjado decorado com motivos florais que abrigam três vãos. O terceiro registo contém uma arcada que percorre toda a fachada e que é protegida por um varandim também ele em ferro. A fachada é rematada por um óculo e acima do óculo existe a escultura de uma águia que segura com as suas garras uma serpente (Rodrigues et al., 2005) (Ver Figura 4.5).

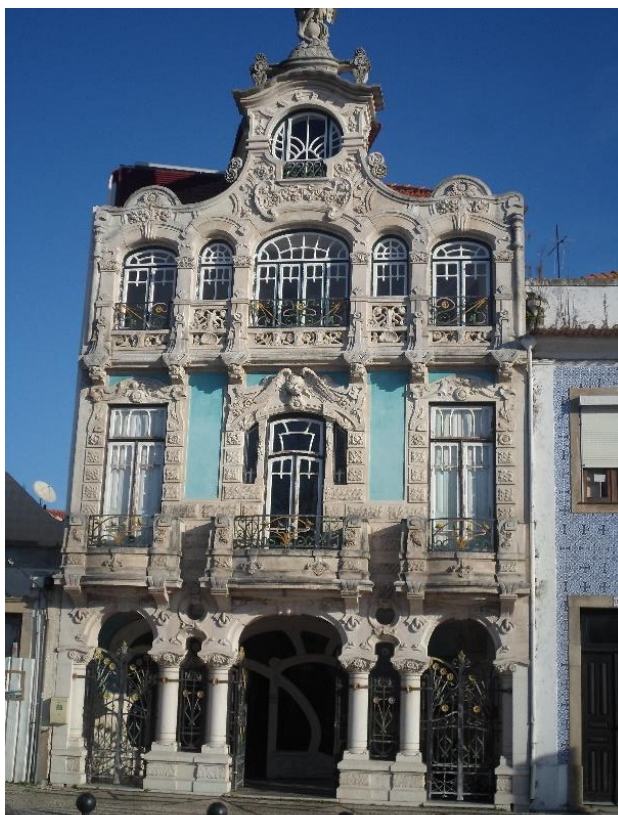


Figura 4.5 – Museu de Arte Nova (Casa Major Pessoa)

Fonte: Elaboração própria (2016)

Em 1985, a Câmara Municipal teve como objetivo a reabilitação da urbe que antigamente se encontrava no interior das muralhas, bem como a zona correspondente ao Rossio e ao Bairro da Beira-Mar e, por este motivo, comprou alguns edifícios que se encontravam devolutos como a casa Major Pessoa. Esta, devoluta até 2004, foi reabilitada para atualmente conservar o Museu de Arte Nova e a Casa de Chá. A sua reabilitação esteve a cargo do arquiteto Mário Dias. A casa acabou por ser classificada como imóvel de interesse público pelo Decreto-Lei nº 67/ 97 de 31 de Dezembro (Neves, 1997b).

4.6. Conclusão

A cidade de Aveiro localiza-se no centro litoral português e é banhada pela ria de Aveiro. Esta não só contribuiu para a organização da malha urbana, mas também para a economia da cidade, nomeadamente para a agricultura, produção de sal e, atualmente, para o turismo.

O município de Aveiro apresenta uma área de 197,58 km² e 76 882 residentes. A cidade de Aveiro é rica em património arte nova e, para além desses edifícios, congrega outras atrações turísticas como os edifícios religiosos (e.g. Sé de Aveiro) ou outros museus (e.g. Museu da Cidade de Aveiro), bem como outras atividades como o passeio de moliceiro.

No presente estudo escolheram-se como alvo de análise, três edifícios classificados como imóveis de interesse público: edifício da Sé, edifício do Museu de Aveiro e edifício do Museu de Arte Nova. O edifício da Sé foi construído no século XV e atualmente tem funções da prática cristã. O Museu de Aveiro está instalado num antigo mosteiro da ordem dominicana e, nesse convento, viveu uma figura de grande importância para a cidade - a Princesa Santa Joana -, atualmente padroeira da cidade. O edifício do Museu de Arte Nova foi construído no início do século XX e foi uma casa de habitação; este congrega as características principais do movimento arte nova como sejam a decoração e as cores típicas deste movimento.

Capítulo 5 - Objetivos e metodologia de investigação do estudo empírico

5.1. Introdução

Para responder aos principais objetivos da presente dissertação realizou-se um estudo empírico. Nesse estudo recorreu-se a um método de recolha de dados que inclui o inquérito por questionário e o método experimental.

O questionário incluiu questões de resposta aberta e fechada que estão relacionadas com as fontes de informação utilizadas, significado cultural, conhecimentos e dados sociodemográficos. Os questionários foram aplicados aos visitantes de cada um dos três edifícios em análise: Sé, Museu de Aveiro e Museu Arte Nova. O método experimental consistiu na entrega de uma brochura turística à entrada do edifício a uma amostra de visitantes para, deste modo, ser possível analisar a influência das brochuras turísticas na imagem cognitiva do património arquitetónico e na aquisição de conhecimentos.

Para a análise dos resultados recorreu-se a técnicas de análise de dados univariadas (frequências, médias, desvio padrão, variância e normalidade), bivariadas (teste do Qui-quadrado, Teste t, ANOVA) e multivariada (Análise fatorial).

5.2. Objetivo do estudo empírico

Os objetivos do estudo empíricos são, especificamente:

- Analisar a influência dos fatores sociodemográficos (idade, género, formação académica e classe social) na formação da imagem cognitiva do património arquitetónico;
- Determinar as preferências dos visitantes do património arquitetónico em relação aos meios de informação;
- Determinar o significado cultural atribuído a algum património arquitetónico da cidade de Aveiro;
- Determinar a influência das fontes de informação e, em concreto, da brochura turística, na aprendizagem e, mais especificamente, na perceção do significado cultural do património arquitetónico.

5.3. Método de recolha de dados

Para recolher os dados recorreu-se a uma metodologia na qual se combinou o método experimental com a administração de questionários. Estes métodos vão ser explicados mais detalhadamente nas secções seguintes.

5.3.1. Método experimental

No estudo empírico realizado foi aplicado o método experimental. Isto é, para cada edifício existem dois grupos de visitantes, sendo um sujeito a determinadas condições controladas pelo investigador, enquanto o outro não é sujeito a essas condições (Aaker & Day, n.d.). Deste modo, em cada edifício, um grupo de visitantes recebeu uma brochura relativa ao edifício que ia visitar e, posteriormente, respondeu ao questionário. O outro grupo de visitantes só respondeu ao questionário.

As brochuras turísticas criadas para a recolha de dados visam informar o público em geral sobre aspetos relativos ao significado cultural dos três edifícios existentes na cidade de Aveiro que foram alvo de análise no estudo empírico - Museu de Aveiro (antigo Convento de Jesus), Sé Catedral de Aveiro e Museu de Arte Nova (Casa Major Pessoa). Deste modo, procurou-se desenvolver uma brochura para cada um destes edifícios que captasse a atenção do público e que fosse fácil de ler, compreender e que pudesse influenciar a imagem cognitiva que o visitante cria do edifício e provocar alterações nas atitudes comportamentais do leitor, criando, por exemplo, a vontade de saber mais acerca do edifício e de o visitar (Middleton et al., 2009a; Pennisi, Gunawan, Major, & Winder, 2011). Através de testes realizados, pretendeu-se também verificar se, em cada edifício, os visitantes que tinham recebido brochura tinham mais conhecimento sobre o edifício visitado, do que os que não tinham recebido brochura.

Na brochura entregue ao visitante, utilizou-se uma linguagem simples e clara, já que se pressupõe que os visitantes podem não estar familiarizados com a informação histórica e artística providenciada na brochura e que se pretendia que a mesma fosse breve e significativa, para não provocar aborrecimento (Francesconi, 2011; Smith & Yang, 2004).

O *layout* da brochura deve ser atrativo (e.g. conter cores vivas ou informação inesperada) para captar a atenção do leitor e para que, deste modo, ele se envolva com a informação providenciada e a processe (Francesconi, 2011; Smith & Yang, 2004).

Nas próximas secções descreve-se o processo de conceção das brochuras utilizadas no método experimental. Primeiro analisam-se brochuras da cidade de Aveiro com informação sobre património arquitetónico. Depois descreve-se a conceção das brochuras propriamente ditas.

5.3.1.1. Análise de brochuras da cidade de Aveiro com informação sobre património arquitetónico

Para desenvolver as brochuras começou, primeiro, por se consultar as brochuras e folhetos já existentes relativos ao património de Aveiro e analisou-se o seu conteúdo, para que deste modo se criasse uma brochura que providenciasse informação atraente e relevante (Middleton et al., 2009a; Smith & Yang, 2004).

A brochura *Arte Nova & Ecologia* da *Réseau Art Nouveau Network* reserva duas páginas para referir o surgimento do movimento Arte Nova na cidade de Aveiro, bem como para evidenciar o contraste decorativo entre o exterior e o interior dos edifícios. Na parte superior das duas páginas encontram-se fotografias que compreendem o último registo da fachada da Casa Major Pessoa, sendo esta a imagem de maior dimensão. Encontram-se ainda outras três fotografias a cores de pormenores da Cooperativa Agrícola de Aveiro, da Pensão Ferro e da Residência Francisco da Silva Rocha. Na parte final da página encontram-se informações úteis como o sítio na Internet da Câmara Municipal de Aveiro e a morada e contactos do Museu de Arte Nova (Réseau Art Nouveau Network Association, n.d.).

Já na brochura *Museu da Cidade de Aveiro* encontra-se também uma referência à existência de edifícios característicos do movimento Arte Nova com especial referência à Casa Major Pessoa. A acompanhar essa nota textual encontra-se uma fotografia do topo da fachada da Casa Major Pessoa (Museu da Cidade de Aveiro, n.d.).

Já no *Roteiro de Arquitetura* publicado pelo Turismo Centro de Portugal, a imagem da capa é uma imagem cortada do último registo da casa Major Pessoa e que se encontra representada com grande pormenor e ocupa a página inicial inteira. No seu interior encontra-se uma pequena nota referente à Casa Major Pessoa na qual se indica que é um dos edifícios mais representativos do movimento Arte Nova da cidade de Aveiro e a acompanhar esta nota textual encontra-se uma fotografia de parte da fachada. São ainda

providenciados a morada e os contactos do museu. No que respeita ao Museu de Aveiro, encontra-se uma nota textual que refere a fundação do museu e a existência do túmulo de Santa Joana Princesa. Para além dessa referência, encontra-se a sua morada e contactos do museu (Turismo Centro de Portugal, n.d.).

Numa outra brochura criada pelo Turismo Centro de Portugal e que agrega informação relativa às quatro regiões do Centro (Castelo Branco, Coimbra, Ria de Aveiro e Viseu/ Dão Lafões), encontra-se apenas uma referência ao movimento Arte Nova na cidade de Aveiro com referência à Casa Major Pessoa e sem qualquer imagem do património Arte Nova (Turismo Centro de Portugal, 2009).

Há uma brochura da casa Major Pessoa (Museu Arte Nova) que apresenta um texto no qual se refere o nome do arquiteto que desenhou a casa, bem como o nome do proprietário. O texto restante sintetiza o movimento Arte Nova na sua globalidade. Na brochura encontra-se ainda um mapa da cidade, bem como um mapa do interior do museu. Na última página encontram-se informações como a morada, contactos e horário de funcionamento (Núcleo Arte Nova, n.d.).

Numa brochura publicada pelo Turismo Rota da Luz - *Rota da Arte Nova – Aveiro, Portugal* - são inventariados todos os edifícios Arte Nova existentes no distrito de Aveiro. Nessa nota textual encontra-se informação relativa aos edifícios, nomeadamente à sua história, personagens a eles ligadas e aos seus elementos estéticos (Região de Turismo Rota da Luz, 2008).

Na brochura *Sentir Aveiro*, da empresa de animação turística com o mesmo nome, existe apenas referência à existência de edifícios do movimento Arte Nova e destaca-se uma fotografia panorâmica sobre o Canal Central, de onde se pode observar a fachada do edifício da Cooperativa Agrícola de Aveiro (Sentir Aveiro, n.d.).

O Museu de Aveiro encontra-se referenciado em duas páginas de uma brochura, sem título, feita pela Câmara Municipal de Aveiro. A brochura começa com uma pequena descrição da cidade de Aveiro e das atividades que se podem realizar, fazendo ainda referência ao movimento Arte Nova, na qual se destaca apenas a Casa Major Pessoa, sem qualquer imagem que a relacione com o texto. As duas páginas são ocupadas por uma fotografia que capta parte da fachada do Museu a preto e branco e informação que sintetiza

a importância da Princesa Santa Joana para o enriquecimento do espólio do mosteiro aquando da sua vida de celibatária. A brochura finaliza com um pequeno mapa da cidade e com algumas informações de contactos que podem ser úteis, relativos a entidades relacionadas com a cultura e património aveirenses (Câmara Municipal de Aveiro, n.d.).

Após analisar as brochuras existentes relativamente ao património arquitetónico da cidade de Aveiro, verifica-se que existe uma lacuna no que respeita à existência de material informacional, especialmente sobre a Sé de Aveiro, não surgindo informação sobre a mesma. As brochuras que se referem ao património Arte Nova incluem nos seus elementos textuais o nome da Casa Major Pessoa sem providenciar outra informação relevante sobre a Casa. No que respeita ao Museu de Aveiro, apenas é providenciada informação relativa a Santa Joana e à existência do seu túmulo.

5.3.1.2. Brochuras turística: conceção

Os elementos gráficos de uma brochura turística incluem gráficos, texto, fotografias, formas ou cores constituindo, no seu todo, o *design* da brochura. Para a brochura ser eficaz, os seus elementos têm de estar conjugados de modo a que capte a atenção do seu utilizador (Francesconi, 2011; Middleton et al., 2009a; Pennisi et al., 2011).

Para evitar que o leitor sinta confusão, a informação que está relacionada entre si deve estar afastada de informação não relacionada (Pennisi & Winder, 2011).

Nas brochuras criadas cada página contém espaços em branco em torno do texto e da imagem e o uso de negrito em algumas palavras foi utilizado para dar ênfase à informação. Os elementos mais importantes foram colocados sempre no início ou no meio da página. Procurou-se utilizar ainda cores frias como o caso do azul e do verde, bem como pouca variedade de elementos gráficos, para não provocar confusão no leitor, repetindo-se as cores e o mesmo tipo de elementos gráficos.

Os elementos textuais têm uma ligação com os elementos visuais e evitou-se colocar o texto todo na mesma página para provocar interesse e não tornar a leitura aborrecida. Evitou-se ainda variedade de alinhamentos textuais, o que é sugerido por alguns autores (Pennisi & Winder, 2011).

Quanto ao tipo e tamanho de letra, utilizaram-se letras de maiores dimensões no título e o restante texto foi escrito em letra Arial Narrow e tamanho 12 (como aconselhado por Francesconi, 2011; Pennisi & Winder, 2011).

A nível da cor, quanto maior é o contraste, mais fácil é a leitura do texto. Por este motivo, utilizou-se maioritariamente texto preto sobre fundo branco e evitou-se utilizar muita cor, o que é sugerido por alguns autores (Francesconi, 2011; Pennisi & Winder, 2011).

Os elementos textuais utilizados nas brochuras foram os que a seguir se descrevem.

Brochura do Museu de Aveiro

O Museu de Aveiro encontra-se no antigo Convento de Jesus da Ordem Dominicana que foi fundado por Dona Brites Leitão e Dona Mecia Pereira na segunda metade do século XV (Figueiredo, 2002).

Em 23 de Fevereiro de 1461, o Papa Pio II autorizou a sua construção e em 1462 o monarca Dom Afonso V lançou a primeira pedra para dar início à sua construção (Figueiredo, 2002).

A este convento, esteve ligada uma figura histórica de grande valor para a cidade de Aveiro, sendo atualmente a padroeira da cidade - a Princesa Santa Joana -, filha de Dom Afonso V (Gaspar, 1988).

Santa Joana faleceu no mosteiro a 12 de Maio de 1460 na Casa de Labor onde se encontra uma capela para sua devoção. Está sepultada num túmulo desenhado pelo arquiteto régio João Antunes e criado entre 1699 e 1711 (Gaspar, 1988).

Entre o século XVI e XVIII o edifício sofreu algumas remodelações arquitetónicas e enriqueceu o seu espólio artístico que pode ser visitado na exposição permanente do museu (Rodrigues et al., 2005).

A vida de clausura no Convento de Jesus terminou em 1874, quando faleceu a última religiosa, já que os ideais liberais da época determinaram a extinção das ordens religiosas. Em 1911 foi instalado o núcleo museológico (Figueiredo, 2002).

Atualmente restam apenas algumas dependências monásticas como o refeitório, o coro alto ou o claustro (Figueiredo, 2002).

Brochura da Sé Catedral de Aveiro

No dia 13 de Março de 1423, o papa Martinho V autorizou a construção de um mosteiro da ordem masculina de São Domingos por causa da aparição da Virgem a Afonso Domingos, o Velho (Figueiredo, 2012).

Este edifício de arquitetura religiosa sofreu reestruturações durante os séculos XVII, XVIII e XX, sendo neste último aí instalada a Sé de Aveiro no que restava de um incêndio de grandes proporções ocorrido no século XIX (DGPC, n.d.-c).

Da construção inicial do mosteiro restam alguns elementos arquitetónicos como um cruzeiro tardo-gótico que se encontra na capela do Evangelho no interior da igreja, do qual se encontra uma reconstituição no exterior em frente à Sé. O cruzeiro foi classificado como Monumento Nacional em 1910 (DGPC, n.d.-c).

No centro da fachada existe um portal delimitado por quatro colunas maneiristas e rematadas por uma tabela também ela maneirista com a representação das Três Virtudes (Caridade, Esperança e Fé) (Rodrigues et al., 2005).

Brochura do Museu de Arte Nova

Este edifício de arquitetura civil foi projetado pelo arquiteto Silva Rocha em cooperação com o arquiteto Ernesto Korrodi e construído entre 1907 e 1909 (Região de Turismo Rota da Luz, 2008).

A decoração da fachada apresenta motivos florais como lírios, girassóis e folhas de acanto. O edifício constitui-se por três registos. A fachada é rematada por um óculo e, acima do óculo, existe a escultura de uma águia que segura com as suas garras uma serpente (Rodrigues et al., 2005).

Em 1985, a Câmara Municipal iniciou obras de reabilitação da urbe que antigamente se encontrava no interior das muralhas bem como a zona correspondente ao Rossio e ao Bairro da Beira-Mar e comprou alguns edifícios que se encontravam devolutos como a casa Major Pessoa. Esta, devoluta até 2004, foi reabilitada para atualmente conservar o Museu de Arte Nova e a Casa de Chá. A sua reabilitação esteve ao encargo do arquiteto Mário Dias. A casa acabou por ser classificada como imóvel de interesse público (Dias, 2006).

Em duas das brochuras criadas – brochuras relativas ao Museu de Aveiro e à Sé Catedral de Aveiro – utilizou-se um *quizz* no final para tornar a brochura interativa. Em todas as brochuras criadas colocou-se um mapa com a localização do edifício, bem como os contactos do respetivo edifício e do Posto de Turismo, para os turistas obterem mais informações caso estejam interessados. Pode ser encontrada uma cópia de cada brochura no anexo (Anexo 1 a 6).

5.3.2. Inquérito por questionário

5.3.2.1. Instrumento de investigação

O questionário foi aplicado aos visitantes da cidade de Aveiro à saída de cada um dos edifícios de património arquitetónico considerados relevantes, que são alvo de análise no estudo empírico (Anexo 7 a 12). O questionário foi entregue aos visitantes após terem visitado o respetivo edifício. O questionário estrutura-se em três partes: introdução, onde se indicam, entre outros aspetos, o objetivo da aplicação do questionário e normas de preenchimento; questões relacionadas com a visita ao edifício, com as fontes de informação utilizadas, importância atribuída ao edifício, significado cultural e conhecimento adquirido; e, por último, colocaram-se as questões sobre as características sociodemográficas do visitante.

A primeira parte é constituída pela introdução do questionário, na qual se explica o objetivo do questionário e onde vai ser utilizado. Para além de se esclarecerem as regras de preenchimento, refere-se a importância de o inquirido responder às questões, bem como a confidencialidade no tratamento dos dados recolhidos. Fazem parte da introdução outros três elementos que são: o número do questionário, apenas preenchido pelo inquiridor; a data e o local onde o questionário foi administrado.

A segunda parte do questionário é constituída, maioritariamente, por questões de resposta fechada, mas também por questões de resposta aberta. Optou-se pelo uso de ambas as questões para obter um conjunto de dados mais vasto, uma vez que as questões de resposta aberta permitem ao inquirido responder sem ser influenciado pelo inquiridor ou limitado pelas categorias de respostas existentes nas perguntas de resposta fechada. Para evitar estas influências as questões de resposta aberta antecederam as questões de resposta fechada.

Em primeiro lugar perguntou-se ao inquirido se já tinha visitado o edifício antes. A questão apresenta duas categorias de resposta (Sim/ Não) e, no caso de a resposta ser afirmativa, solicita-se ao indivíduo que indique quantas vezes já visitou o edifício anteriormente.

As questões foram adaptadas para cada um dos questionários, alterando-se a denominação do edifício.

Posteriormente seguia-se uma questão fechada em que se apresentava aos inquiridos uma lista de 12 fontes de informação e se pedia aos inquiridos para dizerem se tinham utilizado ou não cada uma dessas fontes para obter informação sobre o edifício visitado e, no caso de terem utilizado, solicitava-se que mencionassem a importância da fonte para criar a imagem que tinham, nesse momento, do edifício. Foi utilizada uma escala de tipo *Likert* de 7 pontos que varia entre 1 – “Nada importante” a 7 – “Muito importante”. A mesma questão foi colocada para as fontes de informação em geral. A questão foi elaborada com base em Andrade Suárez (2012), Ballantyne et al. (2016), Cooper et al. (2008), Francesconi (2011), Frauman e Norman (2004), Frías et al. (2008), Ganesan (2014), Gartner (1993), Hall e McArthur (1998), Hughes et al. (2013), ICOMOS (2013), Jacobs e Harms (2014), Jalil (2010), Kuo (2002), Middleton et al. (2009), Molina e Esteban (2006), Moscardo (1996), Moscardo (2003), Rozier–Rich e Santos (2011), Williams (2013) e Zhou (1997). Os itens que foram utilizados para essa questão (que incluem os diferentes tipos de fontes de informação) encontram-se na tabela 5.1.

Tabela 5.1 – Itens considerados na questão para determinar a importância das fontes de informação utilizadas

Amigos e familiares
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício
Brochura que me foi entregue à entrada do edifício
Outros folhetos ou brochuras turísticas
<i>Internet</i>
Guias turísticos (publicações)
Operadores ou agências de viagens
Painéis ou placas interpretativos
Postos de informação turística
Sinalética
Televisão, rádio, jornais, revistas
Visitas guiadas
Outras. Qual (s)? _____
O conjunto de todas as fontes de informação utilizadas

No sentido de, como já foi explicado anteriormente, evitar influenciar a resposta dos inquiridos às questões abertas, logo a seguir à segunda questão foram colocadas duas questões de resposta aberta para identificar as informações mais relevantes que os inquiridos tinham obtido através de fontes de informação e para saber como os inquiridos descreveriam o edifício que tinham acabado de visitar.

Para determinar se o visitante considera ou não o edifício em causa como sendo património cultural importante determinou-se o grau de concordância, solicitou-se aos inquiridos que utilizassem uma escala de tipo *Likert* de 7 pontos que varia entre 1 – “Discordo completamente” a 7 – “Concordo completamente”, para responderem à questão “Em que medida considera que [o edifício X] seja património cultural importante?”. O edifício X corresponde sempre ao edifício visitado. A questão foi precedida por uma questão de resposta aberta de modo a que o inquirido justificasse, por suas palavras, o motivo que o levava a considerar ou não considerar o edifício como património cultural importante.

Para determinar qual o significado cultural que o visitante atribui ao edifício que visitou, solicitou-se que o visitante indicasse a sua concordância relativamente ao facto de o edifício poder ser descrito através de 24 itens (ver Tabela 5.2) que expressam diferentes dimensões do significado cultural: valor estético, valor histórico, valor espiritual, valor social e valor científico.

Tabela 5.2 – Itens para determinar o significado cultural do património arquitetónico (Continua)

Valor estético	Tem uma forma atrativa
	Tem uma grande dimensão
	Tem uma combinação de cores atrativa
	Integra materiais atrativos
	Parece ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica
	É bonito
	É representativo de um estilo arquitetónico
	Tem um estilo arquitetónico bonito
	É muito antigo
Valor histórico	Está associado a alguma(s) personalidade(s) histórica(s) relevante(s)
	Tem relevância em termos históricos
	Está associado a um evento importante
	Encontra-se associado a um período histórico importante
	É raro

Tabela 5.2 – Itens para identificar o significado cultural do património arquitetónico
(Continuação)

Valor social	É um importante símbolo do local onde se localiza
	É parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural
	É importante para a comunidade local
	É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas locais ou práticas de grupos culturais
Valor espiritual	Contribui para alcançar um bem-estar espiritual
	Contribui para criar uma identidade espiritual num grupo de pessoas
	É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas espirituais
Valor científico	Pode fornecer informação importante para investigação futura
	Fornecer informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas
	Fornecer informações importantes sobre alguns aspetos históricos

Recorreu-se, nesta questão, a uma escala de concordância de tipo *Likert* que varia entre 1 – “Discordo totalmente” a 7 – “Concordo totalmente”. A questão foi elaborada com base em Adiwibow (2015), Askari (2009), Ballantyne (2016), Bakri (2015), Burra Charter (2013), Coeterier (2002), English Heritage (2008), Feilden (2003), Herzog (2000), Hubbard (1996), Hughes (2013), Mason (2002), Mura (2006), Stubbs (2009) e Throsby (2002).

Pediu-se também aos inquiridos que mencionassem o tipo de informação que é importante que as fontes de informação forneçam sobre o edifício que visitaram. Os 17 itens utilizados para representar o tipo de informação que deve ser fornecido estão relacionados com as diversas dimensões do significado cultural consideradas no questionário e foram identificados com base em Adiwibow (2015), Askari (2009), Bakri (2015), Ballantyne (2016), Burra Charter (2013), Coeterier (2002), English Heritage (2008), Feilden (2003), Herzog (2000), Hubbard (1996), Hughes (2013), Mason (2002), Mura (2006), Stubbs (2009) e Throsby (2002). Os itens estão representados na tabela 5.3. Neste caso foi adotada uma escala de importância do tipo *Likert* de 7 pontos que varia entre 1 – “Nada importante” e 7 – “Muito importante”.

Tabela 5.3 – Itens para determinar as informações que é mais importante que as fontes de informação transmitam

Forma/ design
Dimensão/tamanho
Cor(es)
Materiais de construção
Técnicas de construção
Características únicas
Detalhes do edifício
Estilo arquitetónico
Data de construção
Associação do edifício a figura(s) histórica(s)
Relação com evento importante
Relação com período histórico
Raridade deste tipo de edifício
Aspetos que fazem com que o edifício seja parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural
Contributo do edifício para a identidade espiritual ou religião de um grupo de pessoas
Práticas espirituais associadas ao edifício
Práticas culturais associadas ao edifício

De modo a analisar a perceção subjetiva dos visitantes relativamente à atratividade das fontes de informação utilizadas e à influência exercida pelas fontes de informação na aquisição de conhecimento sobre o edifício visitado, criou-se uma pergunta em que se pedia aos visitantes para manifestarem a sua concordância com o facto de as fontes de informação poderem ser descritas por um conjunto de 12 itens representados na tabela 5.4. Nesta questão os inquiridos tinham que utilizar a escala de tipo *Likert* de 7 pontos que varia entre 1 – “Discordo totalmente” a 7 – “Concordo totalmente”. Os itens foram identificados com base numa revisão da bibliografia de vários autores como Io (2013), Kim et al. (2011), Kuo et al. (2016), Noor et al. (2015) e Van Dijk e Weiler (2009).

Tabela 5.4– Itens para determinar a percepção subjetiva dos visitantes relativamente à atratividade das fontes de informação utilizadas e à influência das fontes na aquisição de conhecimento

Provocaram o meu interesse
Permitiram adquirir os conhecimentos que procurava
Tinham um conteúdo educativo
Continham informação interessante
Continham informação clara
Continham informação variada
Tinham um conteúdo adaptado a diferentes tipos de turistas
Fizeram-me relacionar a informação com conhecimentos anteriores
Permitiram-me relacionar-me melhor com o edifício
Permitiram-me relacionar o património da minha zona de residência com o edifício que visitei
Fizeram-me estabelecer ligações com o meu passado e o presente
Encorajaram-me a fazer mais questões sobre o local

Solicitou-se ainda aos inquiridos, que mencionassem, em média, o tempo que passaram a consultar as fontes de informação utilizadas, pedindo-lhes que escolhessem uma de três opções: 1 a 5 minutos, 6 a 10 minutos e mais de 10 minutos. A questão foi elaborada com base nos trabalhos dos autores Jeong e Holland (2012), Kerstetter e Cho (2004) e Vogt e Andereck (2003).

Para testar mais objetivamente os conhecimentos dos inquiridos relativamente aos edifícios visitados utilizaram-se também questões de resposta fechada com diferentes categorias de resposta para cada um dos edifícios (ver Tabela 5.5 e 5.6).

Tabela 5.5 – Questões de conhecimento acerca do património arquitetónico (Sé e Museu de Aveiro)

Questões incluídas no questionário relativo ao edifício da Sé	Questões incluídas no questionário relativo ao edifício do Museu de Aveiro
<p>A Sé Catedral foi construída no...</p> <p>a) Século XV. b) Século XVII. c) Século XIX. d) Não sei.</p>	<p>Em que edifício se encontra instalado o Museu de Aveiro?</p> <p>a) Sé Catedral de Aveiro. b) Antigo Convento de Jesus da Ordem Dominicana. c) Igreja da Misericórdia. d) Não sei.</p>
<p>Qual o Papa que autorizou a construção da Sé Catedral?</p> <p>a) Papa Martinho I. b) Papa Martinho III. c) Papa Martinho V. d) Não sei.</p>	<p>Que figura histórica de grande importância para a cidade de Aveiro está associada ao antigo mosteiro?</p> <p>a) Princesa Santa Joana. b) Dom Afonso V. c) Rainha Santa Isabel. d) Não sei.</p>
<p>O que levou ao desaparecimento do mosteiro de São Domingos?</p> <p>a) Alguns incêndios ao longo dos séculos. b) Um incêndio de grandes proporções em 1843. c) Um terramoto. d) Não sei.</p>	<p>Em que ano se instalou o Museu no antigo convento?</p> <p>a) 1511. b) 1711. c) 1911. d) Não sei.</p>
<p>O cruzeiro que está em frente à Sé é uma representação do Gótico Tardio?</p> <p>a) Sim. b) Não. c) Não sei.</p>	<p>O refeitório, o claustro e o coro alto do antigo mosteiro ainda existem?</p> <p>a) Sim. b) Não. c) Não sei.</p>

Tabela 5.6 – Questões de conhecimento acerca do património arquitetónico (Edifício do Museu Arte Nova)

Questões incluídas no questionário relativo ao edifício do Museu de Arte Nova
<p>Quem projetou a Casa Major Pessoa?</p> <p>a) Arquitetos Silva Rocha e Ernesto Korrodi.</p> <p>b) Arquiteto Silva Rocha.</p> <p>c) Arquiteto Ernesto Korrodi.</p> <p>d) Não sei.</p>
<p>Em que ano foi construída a Casa Major Pessoa?</p> <p>a) Entre 1900 e 1901.</p> <p>b) Entre 1907 e 1911.</p> <p>c) Entre 1912 e 1915.</p> <p>d) Não sei.</p>
<p>Que tipo de elementos decorativos apresenta a Casa Major Pessoa?</p> <p>a) Elementos geométricos.</p> <p>b) Elementos geométricos e animais.</p> <p>c) Elementos vegetais como lírios, girassóis ou folhas de acanto.</p> <p>d) Não sei.</p>
<p>A Casa Major Pessoa sofreu um processo de reabilitação e agora é um estabelecimento comercial?</p> <p>a) Sim.</p> <p>b) Não.</p> <p>c) Não sei.</p>

A terceira parte do questionário é constituída pelas questões de resposta fechada e resposta aberta relativas aos dados sociodemográficos dos inquiridos (ver Tabela 5.7).

Tabela 5.7 – Tipo de questões relativas aos dados sociodemográficos

Variável	Tipologia de questão
Género	Fechada
País de residência	Aberta
Idade	Aberta
Habilitações literárias	Mista
Situação profissional atual	Mista
Profissão	Aberta

5.3.2.2. Técnica de amostragem

A população do presente estudo é constituída pelos visitantes da cidade de Aveiro que tenham visitado os edifícios em análise no estudo empírico – Sé de Aveiro, Museu de Aveiro e Museu de Arte Nova – classificados como património imóvel da cidade. Os residentes da comunidade local foram excluídos e a população é constituída por visitantes (turistas ou excursionistas da cidade de Aveiro que visitaram os edifícios). Os inquiridos têm que ter uma idade maior ou igual a 16 anos. A técnica de amostragem utilizada para selecionar os inquiridos foi uma amostragem aleatória multietapas. Selecionaram-se, aleatoriamente, para cada edifício, alguns dias (dias úteis e dias durante o fim de semana) durante o período de realização do questionário e, nesses dias, selecionou-se aleatoriamente um período do dia (manhã ou tarde), tendo-se inquirido todos os visitantes (turistas ou excursionistas) que visitaram o edifício durante esse período.

5.3.2.3. Método de administração dos questionários

A recolha de dados decorreu entre o dia 15 de fevereiro de 2017 e o dia 12 de maio de 2017. O questionário foi administrado pessoalmente, diretamente aos visitantes, após a sua visita ao interior do edifício, tendo sido preenchido pelos próprios inquiridos, embora nalguns casos os visitantes tenham solicitado a leitura das questões e o preenchimento por parte da investigadora. O questionário foi aplicado pela mestranda, autora da presente dissertação. Foram obtidos 342 questionários, dos quais 115 (33,6%) correspondem a questionários preenchidos por visitantes do edifício da Sé, 111 (32,5%) por visitantes do edifício do Museu de Aveiro e 116 (33,9%) por visitantes do edifício do Museu de Arte Nova.

A administração dos questionários decorreu durante o dia, entre a hora de abertura e a hora de fecho ao público dos respetivos edifícios, sempre que as condições climatéricas permitiram a administração dos questionários.

5.4. Métodos de análise dos dados

Os dados dos questionários foram tratados através do programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Para analisar os dados recorreu-se a diferentes tipos de análises conforme o número de variáveis analisadas. Na análise univariada as variáveis analisaram-se isoladamente, nas análises bivariadas analisou-se a existência de relações entre duas variáveis e, por último, na análise multivariada analisaram-se relações entre mais do que duas variáveis.

Os métodos de análise univariada permitem: caracterizar os visitantes dos edifícios em estudo, na medida em que nos indicam se os visitantes já tinham visitado anteriormente o edifício e o número de vezes caso já o tenham visitado; verificar quais as fontes de informação mais utilizadas e quais as consideradas mais importantes para criar uma imagem acerca do edifício; determinar as informações recolhidas através da consulta dessas fontes; identificar os aspetos mais recorrentemente utilizados para descrever os edifícios; compreender o significado cultural atribuído aos edifícios pelos visitantes; os conhecimentos que os visitantes possuem sobre o edifício visitado; e caracterizar a amostra sob um ponto de vista sociodemográfico.

As análises bivariadas, especificamente o teste do Qui-quadrado, permitiu verificar se existia relação entre:

- O edifício visitado e alguns dados sociodemográficos;
- O edifício visitado e a utilização de fontes de informação;
- O edifício visitado e o tempo dispensado a consultar fontes de informação.

Recorreu-se ainda ao teste t para analisar:

- A influência da utilização das fontes de informação para a criação da imagem cognitiva do património arquitetónico;
- A relação entre a utilização das fontes de informação e a atratividade das mesmas;

- A influência da utilização das fontes de informação nas atitudes dos visitantes.

Utilizou-se ainda a ANOVA e o teste de Kruskal-Wallis para determinar a existência de diferenças significativas entre os edifícios visitados ao nível dos seguintes aspetos:

- Importância patrimonial atribuída aos edifícios;
- A perceção do significado cultural dos edifícios;
- O conteúdo informacional que as fontes de informação devem conter.

A análise multivariada que foi utilizada na dissertação foi a análise fatorial. Uma análise foi realizada para identificar um reduzido número de fatores, que correspondem aos valores (dimensões) do significado cultural. A outra análise fatorial foi feita para identificar duas dimensões relacionadas com as fontes de informação – uma relativa à atratividade das fontes e outra relativa à sua influência sobre as atitudes dos visitantes.

5.5. Conclusão

No estudo empírico realizado foi aplicado o método experimental e o inquérito por questionário. No que respeita ao método experimental, em cada edifício um grupo de visitantes recebeu uma brochura com informação relativa ao edifício que ia visitar e, posteriormente, respondeu ao questionário. Outro grupo de visitantes apenas respondeu ao questionário, sem receber qualquer brochura. O questionário continha sobretudo questões relativas às fontes de informação utilizadas, significado cultural atribuído ao edifício e conhecimentos sobre o edifício, sob a forma de pergunta aberta e fechada. Para analisar os resultados obtidos através dos questionários recorreu-se a análises de dados univariadas, bivariadas e multivariadas.

Capítulo 6 - Análise e discussão dos resultados

6.1. Introdução

O presente capítulo é um capítulo muito relevante na presente dissertação pois fornece um importante contributo para responder aos objetivos da dissertação. São apresentadas as análises dos dados recolhidos através do inquérito por questionário realizado entre fevereiro e maio de 2017, aos visitantes da cidade de Aveiro, mais concretamente à entrada dos edifícios da Sé de Aveiro, do Museu de Aveiro e do Museu de Arte Nova. Deste modo, são apresentados os dados sociodemográficos dos visitantes desses edifícios, bem como outros dados que nos permitem relacionar o uso das fontes de informação com a criação da imagem cognitiva do património arquitetónico em análise e com os conhecimentos relativamente a esse património.

6.2. Caracterização sociodemográfica dos inquiridos

O perfil sociodemográfico dos inquiridos vai ser analisado na presente secção. Por observação da Tabela 6.1. verifica-se que a maioria dos visitantes são do sexo feminino (57,6%). A amostra de elementos do sexo masculino representa 42,4% da população.

Já em relação à faixa etária dos inquiridos verifica-se que 31,5% da amostra tem uma idade compreendida entre 25 e 34 anos, sendo esta a faixa etária mais representada na população. Segue-se a faixa etária compreendida entre os 15 e os 24 anos de idade (21,3%). Após esta, e representando 15% da população, tem-se a faixa etária compreendida entre os 55 e 64 anos de idade. Depois vem a faixa etária compreendida entre os 35 e os 44 anos (12,9%) e a faixa etária que se situa entre os 45 e os 54 anos de idade (9,6%). A faixa etária com menos representação corresponde aos indivíduos com uma idade superior a 65 anos.

Em relação ao país de residência verificou-se que grande parte dos inquiridos são europeus, sendo muitos deles portugueses (38,6%) e uma quantidade muito significativa brasileiros (21,1%). O mercado espanhol representa 12%, enquanto o francês corresponde a 5,8% da amostra. Os outros mercados emissores, com menos relevo, integram a categoria Outros e representam 22,5% da população.

Em relação às habilitações literárias, a maior parte da amostra tem o ensino superior (79,2%). Da população em estudo, 16,6% da população tem como habilitação académica o ensino secundário, seguindo-se o ensino básico representado por 3,3%. Identificaram-se ainda 3 indivíduos com outro tipo de habilitação literária, sendo essa a menos significativa (0,9%).

As habilitações literárias estão certamente muito associadas à situação profissional dos inquiridos, estando 55,7% da população empregada e sendo 25,1% da população ainda estudante. Para além destas situações, 11,1% da população está reformada e 6,3% está desempregada. Foram ainda identificadas outras situações profissionais sob a categoria de Outra(s), que representa 1,8% da população.

A categoria profissional que se encontra mais representada corresponde às profissões que se relacionam com profissões científicas e intelectuais (60%). Apesar de esta ser a categoria mais representada existem outras duas que também têm uma percentagem considerável: técnicos e profissionais de nível intermédio (13,2%) e representantes do poder legislativo e similares (12,1%). As restantes categorias profissionais não têm grande relevo na população em análise: trabalhadores dos serviços pessoais e similares (3,7%), trabalhadores não qualificados (3,7%), pessoal administrativo (2,1%), trabalhadores qualificados da indústria e similares (2,1%), profissionais das Forças Armadas (1,6%), agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura e pesca (0,5%), operadores de instalações e similares (0,5%) e trabalhadores qualificados da indústria e similares (0,5%).

Tabela 6.1 – Dados sociodemográficos dos inquiridos

Características demográficas	Frequência	Percentagem
Género		
Masculino	145	42,4%
Feminino	197	57,6%
Idade		
15-24	85	21,3%
25-34	105	31,5%
35-44	43	12,9%
45-54	35	9,6%
55-64	51	15,0%
≥ 65	22	6,6%
País de residência		
Portugal	132	38,6%
Espanha	41	12,0%
França	20	5,8%
Brasil	72	21,1%
Outros	77	22,5%
Habilitações literárias		
Básico	11	3,3%
Secundário	56	16,6%
Superior	267	79,2%
Outra(s)	3	0,9%
Situação profissional		
Empregado	186	55,7%
Desempregado	21	6,3%
Reformado	37	11,1%
Estudante	84	25,1%
Outra	6	1,8%
Profissão		
Representantes do poder legislativo e similares	23	12,1%
Profissões intelectuais e científicas	114	60,0%
Técnicos e profissionais de nível intermédio	25	13,2%
Trabalhadores qualificados da indústria e similares	4	2,1%
Profissionais das Forças Armadas	3	1,6%
Trabalhadores dos serviços pessoais e similares	7	3,7%
Pessoal administrativo	4	2,1%
Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura e pesca	1	0,5%
Operadores de instalações e similares	1	0,5%
Trabalhadores qualificados da indústria e similares	1	0,5%
Trabalhadores não qualificados	7	3,7%

A partir da análise da tabela 6.2 pode verificar-se que não existe associação entre o edifício visitado e dois constructos sociodemográficos - a formação académica e a situação profissional dos inquiridos.

Tabela 6.2 Relação entre o edifício visitado e dois constructos sociodemográficos - a formação académica e a situação profissional dos inquiridos

Formação académica	Sé de Aveiro		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total		Qui - Quadrado	
	N	%	N	%	N	%	N	%	Valor do teste	p
Básico	6	5,2%	2	1,9%	3	2,6%	11	3,3%	4,441	0,617
Secundário	18	15,7%	18	16,8%	20	17,4%	56	16,6%		
Superior	90	78,3%	85	79,4%	92	80%	267	79,2%		
Outro	1	0,9%	2	1,9%	0	0%	3	0,9%		
Situação profissional	Sé de Aveiro		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total		Qui - Quadrado	
	N	%	N	%	N	%	N	%	Valor do teste	p
Empregado	63	57,8%	57	53,3%	66	58,9%	186	56,7%	5,692	0,459
Desempregado	10	9,2%	6	5,6%	5	4,5%	21	6,4%		
Reformado	12	11%	16	15%	9	8%	37	11,3%		
Estudante	24	22%	28	26,2%	32	28,6%	84	25,6%		

6.3. Experiência de visita

Para verificar se o visitante já tinha visitado anteriormente o edifício, recorreu-se a uma questão de resposta fechada (sim/ não). Dos questionários recolhidos verificou-se que 315 (92,1%) inquiridos nunca tinham visitado antes o edifício e 27 (7,9%) já tinham visitado anteriormente o edifício. Concluiu-se que existiu um maior número de visitantes repetidos no edifício do Museu de Aveiro (Tabela 6.3).

Tabela 6.3 – Experiência de visita

	Sé de Aveiro		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Visitou Antes								
Não	107	93%	100	90,1%	108	93,1%	315	92,1%
Sim	8	7%	11	9,9%	8	6,9%	27	7,9%

6.4. Fontes de informação

6.4.1. Fontes de informação utilizadas pelos visitantes

A fonte de informação mais utilizada foi mesmo a Internet, em todos os edifícios - Sé de Aveiro (59,1%), Museu de Aveiro (61,3%) e Museu de Arte Nova (52,6%). Em geral, as fontes de informação menos utilizadas pelos visitantes para os três edifícios foram Outras Fontes de Informação (7,1%), no entanto, das fontes especificadas no inquérito foram a Televisão, rádio, jornais e revistas (25,1%) as fontes de informação menos utilizadas.

Pretendeu-se determinar se existia alguma relação entre a utilização das fontes de informação e o edifício visitado. Para isso recorreu-se ao teste do Qui-quadrado.

Observou-se que existia associação entre o edifício visitado e o facto de se terem utilizado os seguintes meios interpretativos (com $p < 0,05$): comunicação informal com empregados que trabalham no edifício, operadores ou agências de viagens, painéis ou placas interpretativos e visitas guiadas. Os painéis ou placas interpretativos são mais utilizados no edifício do Museu de Aveiro. A comunicação informal com empregados que trabalham no edifício, os operadores ou agências de viagens e as visitas guiadas foram as fontes de informação mais utilizadas no edifício do Museu de Arte Nova (Ver Tabela 6.4).

Tabela 6.4 – Relação entre as fontes de informação utilizadas e o edifício visitado

	Sé de Aveiro		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total		Qui- Quadrado	
	N	% por coluna	N	% por coluna	N	% por coluna	N	% por coluna	Valor do teste	p
Amigos e familiares	42	36.5%	42	37.8%	40	34.5%	124	36.3%	0.282	0.869
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	26	2.6%	50	45.0%	56	48.3%	132	38.6%	18.932	0.000
Brochura turística que me foi entregue à entrada	58	50.4%	47	42.3%	53	45.7%	158	46.2%	1.506	0.471
Outros folhetos ou brochuras turísticas	58	50.4%	49	4.1%	51	44.0%	158	46.2%	1.251	0.535
Internet	68	59.1%	68	61.3%	61	52.6%	197	57.6%	1.914	0.384
Guias turísticos (publicações)	46	40.0%	47	42.3%	49	42.2%	142	41.5%	0.165	0.921
Operadores ou agências de viagens	28	24.3%	26	23.4%	46	39.7%	100	29.2%	9.227	0.010
Painéis ou placas interpretativos	35	30.4%	55	49.5%	42	36.2%	132	38.6%	9.131	0.010
Postos de informação turística	44	38.3%	47	42.3%	41	35.3%	132	38.6%	1.180	0.554
Sinalética	48	41.7%	45	40.5%	45	38.8%	138	40.4%	0.211	0.900
Televisão, rádio, jornais, revistas	31	27.0%	22	19.8%	33	28.4%	86	25.1%	2.545	0.280
Visitas guiadas	23	20.2%	19	17.1%	45	39.1%	87	25.6%	17.014	0.000
Outras	11	9.8%	7	6.3%	6	5.2%	24	7.1%	2.022	0.364

Após se ter analisado a utilização das fontes de informação, ir-se-á analisar, em seguida, a importância das fontes que os inquiridos utilizaram. Das fontes de informação que foram apresentadas no questionário, conclui-se que as três fontes de informação utilizadas pelos visitantes para obterem informação sobre o edifício que foram consideradas mais importantes foram:

- A brochura entregue à entrada do edifício (com médias de importância para a Sé, o Museu de Aveiro e o Museu de Arte Nova de 5,86, 5,68 e 5,11, respetivamente);
 - A Internet (com médias de importância para a Sé, o Museu de Aveiro e o Museu de Arte Nova de 5,32, 5,66 e 5,44, respetivamente);
 - Outros folhetos e brochuras turísticas para a Sé (5,03);
 - Os painéis e placas interpretativos para o edifício do Museu de Aveiro (5,51);
 - Os guias turísticos (publicações) (5,13) para o edifício do Museu de Arte Nova.
- (Tabela 6.5).

Tabela 6.5 – Relação entre a importância das fontes de informação utilizadas e o edifício visitado

	Sé		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total	
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média
Amigos e familiares	42	3,9	42	4,6	40	4,13	124	4,21
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	26	3,27	50	4,38	56	3,96	132	3,98
Brochura entregue à entrada do edifício	58	5,86	47	5,68	53	5,11	158	5,56
Outros folhetos e brochuras turísticas	58	5,03	49	4,69	51	4	158	4,59
Internet	68	5,32	68	5,66	61	4,64	197	5,23
Guias turísticos (publicações)	46	4,7	46	4,7	47	5,13	142	4,52
Operadores e agências de viagens	28	3,79	26	3,58	46	3,2	100	3,46
Painéis e placas interpretativos	35	4,2	55	5,51	42	3,69	132	4,58
Postos de informação turística	44	4,75	47	4,96	41	4,02	132	4,6
Sinalética	48	4,38	45	4,67	45	3,84	138	4,3
Televisão, rádio, jornais e revistas	31	3,1	22	3,68	33	3	86	3,21
Visitas guiadas	23	2,65	19	4,21	45	4,09	87	3,74

6.4.2. Tempo de consulta das fontes de informação

Em geral, mais de metade da população inquirida (52,8%) concedeu apenas entre 1 a 5 minutos da sua atenção ao conjunto das fontes de informação utilizadas (Tabela 6.6). Para determinar se havia alguma relação entre o tempo que o visitante despendeu a consultar as fontes de informação e o edifício visitado, realizou-se o teste do Qui-quadrado (Tabela 6.6).

Tabela 6.6 – Relação entre o tempo despendido a consultar as fontes de informação e o edifício visitado

	Sé de Aveiro	Museu de Aveiro	Museu de Arte Nova	Total	Qui-quadrado	
					Valor do teste	p
1 a 5 minutos	64,4%	38,8%	54,9%	52,8%	21,634	0,000
6 a 10 minutos	26,0%	33,0%	34,3%	31,1%		
Mais de 10 minutos	9,6%	28,2%	10,8%	16,2%		

Nota: N=309

Por observação da tabela 6.6, verifica-se que existe associação entre o edifício visitado e o tempo concedido à consulta das fontes de informação utilizadas ($p=0,000$). Foi no edifício da Sé que os visitantes concederam menos tempo às fontes (a maioria entre 1 a 5 minutos). Foi para o edifício do Museu de Aveiro que os visitantes concederam maior tempo da sua atenção às fontes de informação.

6.5. Significado cultural do património arquitetónico da cidade de Aveiro

6.5.1. Importância dos edifícios como património cultural

Pediu-se aos inquiridos que indicassem, numa escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente) em que medida consideravam que o edifício que estavam a visitar era património cultural importante. Todos os edifícios foram considerados como património arquitetónico consideravelmente relevante, uma vez que as médias dos três foram superiores a 5,9.

No entanto, para determinar se existia alguma diferença entre os três edifícios visitados pelos inquiridos relativamente à importância que os visitantes lhes conferiam enquanto

património cultural, realizou-se um teste ANOVA. Como existiam mais de 50 casos no grupo de visitantes de cada um dos edifícios e o número de casos do maior grupo (visitantes do Museu Arte Nova - Casa Major Pessoa) não era 1,5 vezes maior que o número de casos do menor grupo (visitantes do Museu de Aveiro) não foi necessário verificar se a variável que representava “a importância dos edifícios enquanto património cultural” tinha uma distribuição normal e uma variância homogénea nos grupos de visitantes dos três edifícios. Foi possível, assim, realizar a ANOVA. Foi ainda feito o teste de Scheffe para verificar, especificamente, entre que grupos existiam diferenças estatisticamente significativas (Ver Tabela 6.7).

Tabela 6.7 – Importância patrimonial atribuída ao património arquitetónico

	Sé		Museu de		Museu de		Total		ANOVA	
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média	Valor do teste	p
Património cultural importante	115	5,93 ^a	111	6,40 ^b	116	5,96 ^a	342	6,09	4,846	0,008

Nota: As médias assinaladas com diferentes letras são médias entre as quais existem diferenças estatisticamente significativas.

Como o valor de p do teste ANOVA é igual a 0,008 (<0,05) concluiu-se que existiam diferenças significativas entre os 3 edifícios.

Através do teste de Scheffe, verifica-se que o edifício do Museu de Aveiro é o edifício ao qual é conferida uma maior importância como património cultural (6,40).

Solicitou-se ainda aos inquiridos que explicassem o porquê de considerarem o edifício visitado como património cultural importante através de uma resposta aberta. A maioria das explicações relaciona-se com:

- a importância para a comunidade local: “*Représant bien la culture locale*” (Sé de Aveiro, questionário nº 9); “*El arte es muy importante como icono para la ciudad.*” (Museu de Arte Nova, questionário nº76); “*Part of the town*” (Museu de Arte Nova, questionário nº225)
- a relevância em termos históricos: “*É um monumento histórico, representativo da arte antiga e praticada pelos portugueses e representa, ainda, a crença que residia antigamente*” (Sé de Aveiro, questionário nº6); “*Por se tratar de um prédio histórico*” (Museu de Arte Nova, questionário nº64); “*Retrata uma estética e uma arte*

correspondente a um período da História de Portugal” (Museu de Arte Nova, questionário nº231).

- o contributo para criar uma identidade espiritual num grupo de pessoas: *“Mantém intacta parte da História coletiva da cidade; importante Templo de oração; significado que tem para a comunidade; exemplo de cultura para as crianças”* (Sé de Aveiro, questionário nº36); *“Es un edificio religioso importante para la comunidad de creyentes. Tiene también el valor de lo patrimonial”* (Sé de Aveiro, questionário nº 37); *“It’s important because this capture traditional religious costumes from the city and also explain the importance of St. Joana.”* (Museu de Aveiro, questionário nº 77)

A perceção do significado cultural foi avaliada através de uma escala tipo Likert de 7 pontos que variou entre 1 (Discordo totalmente) e 7 (Concordo totalmente). Para facilitar a análise do significado cultural atribuído a cada um dos edifícios realizou-se uma análise de componentes principais com rotação varimax de modo a encontrar um conjunto reduzido de fatores (dimensões) que representassem o significado cultural. Assim, após essa análise verificou-se a existência de quatro dimensões (extraídas através do método de *eigenvalue*) que se designaram por:

- Valor histórico – relacionado com acontecimentos ou personagens históricas associadas ao edifício;
- Valor estético – relacionado com aspetos como a forma e as cores do edifício;
- Valor espiritual – relacionado com práticas ou manifestações espirituais de um grupo religioso;
- Valor social – associado a manifestações de um grupo cultural e à identidade da comunidade local.

Através da tabela 6.8 verifica-se que a variância de cada uma das variáveis era consideravelmente explicada pelo conjunto das outras variáveis, já que os valores das comunalidades são todos superiores a 0,5.

O nível de significância que está associado ao teste de esfericidade de Bartlett é de 0,000, demonstrando que existe correlação entre as variáveis. Em seguida realizou-se o teste KMO (Kaiser-Meyer–Olkin) para determinar as correlações existentes entre as diferentes variáveis. O valor deste teste é de 0,903 o que demonstra que existe uma elevada correlação entre as diferentes variáveis.

Através da variância total explicada verifica-se que as quatro dimensões identificadas, em conjunto, explicam 71,376% da variância das variáveis consideradas na análise. Verifica-se ainda que existe uma forte correlação entre as variáveis de cada fator, uma vez que o valor de Cronbach's alpha é >0,7 em todos os fatores.

Tabela 6.8 – Dimensões do significado cultural

Itens	Comunalidades	Valor histórico	Valor estético	Valor espiritual	Valor social
Está associado a alguma(s) personalidade(s) histórica(s) relevante(s)	0.669	0.779			
Tem relevância em termos históricos	0.74	0.755			
Está associado a um evento importante	0.598	0.732			
Encontra-se associado a um período histórico importante	0.665	0.698			
Fornecer informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas	0.699	0.676			
Fornecer informações importantes sobre alguns aspetos históricos	0.664	0.665			
Tem uma grande dimensão	0.534	0.652			
Pode fornecer informação importante para investigação futura	0.705	0.634			
Tem um estilo arquitetónico bonito	0.778		0.865		
É bonito	0.78		0.858		
Tem uma forma atrativa	0.652		0.803		
É representativo de um estilo arquitetónico	0.696		0.797		
Tem uma combinação de cores atrativa	0.616		0.771		
Parece ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica	0.594		0.716		
Integra materiais atrativos	0.542		0.555		
Contribui para criar uma identidade espiritual num grupo de pessoas	0.888			0.878	
Contribui para alcançar um bem-estar espiritual	0.846			0.867	
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas espirituais	0.834			0.799	
É parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural	0.868				0.805
É um importante símbolo do local onde se localiza	0.788				0.779
É importante para a comunidade local	0.833				0.771
% de variância explicada		22.99	22.433	14.445	11.51
% de variância explicada acumulada		22.99	45.424	59.868	71.38
Cronbach's alpha		0.912	0.913	0.922	0.906
KMO	0.903				
Bartlett's Test of Sphericity (p)	0.000				

Nota: N=294. Só estão representados na tabela os *factor loadings* superiores a 0,3.

6.5.2. Descrições dos edifícios realizadas pelos visitantes

Solicitou-se então aos inquiridos que descrevessem o edifício que estavam a visitar. Apresentam-se algumas descrições realizadas pelos inquiridos. No que respeita à descrição dos edifícios, os inquiridos tendem sobretudo a referir-se a determinados aspetos como:

- a sua beleza (31,9%): “*É simples, mas bonito e bem conservado*” (Sé de Aveiro, questionário nº 2); “*Bonito*” (Museu de Aveiro, questionário nº99); “*Muito interessante, muito bonito e com muitas informações*” (Museu de Aveiro, questionário nº103); “*Beautiful*” (Museu de Arte Nova, questionário nº112); “*Muito bonito e bem aproveitado*” (Museu de Aveiro, questionário nº140).
- a forma/design (23,1%): “*Edifício de linhas interessantes, detalhes lindos e rebuscados*” (Museu de Arte Nova, questionário nº 59); “*Um edifício muito interessante principalmente no que diz respeito sobre o restauro do edifício e a mistura do original com o contemporâneo. Fiquei muito impressionada com a qualidade do projeto arquitetónico*” (Museu de Aveiro, questionário nº118); “*Arquitetura mista entre simples/ moderno e clássico*” (Sé de Aveiro, questionário nº169).
- a preservação (13,7%): “*Igreja bem preservada, bem iluminada, tranquilidade*” (Sé de Aveiro, questionário nº 134); “*Very well preserved and maintained...*” (Museu de Arte Nova, questionário nº204); “*Beautiful and well preserved house*” (Museu de Arte Nova, questionário nº208).

6.5.3. O significado cultural dos edifícios visitados

Pediou-se aos inquiridos que indicassem, numa escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente) em que medida concordavam com os diferentes aspetos do significado cultural relativamente ao edifício que visitaram. Para determinar qual a relação existente entre o significado cultural e o edifício visitado, realizou-se um teste ANOVA.

Como existiam mais de 50 casos no grupo de visitantes de cada um dos edifícios não foi necessário verificar se a variável que representava “a importância dos edifícios enquanto património cultural” tinha uma distribuição normal e uma variância homogénea nos grupos de visitantes dos três edifícios. Foi possível, assim, realizar a ANOVA. Foi ainda feito o

teste de Scheffe para verificar, especificamente, entre que grupos existiam diferenças estatisticamente significativas (Ver Tabela 6.9).

Tabela 6.9 – Relação entre o significado cultural e os edifícios visitados

	Sé		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total		ANOVA	
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média	Valor do teste	p
Valor estético	115	4,94 ^a	111	5,58 ^b	116	5,96 ^b	342	5.44	22.720	0.000
Tem uma forma atrativa	115	5,20 ^a	110	5,55 ^a	115	6,19 ^b	340	5.65	14.863	0.000
Tem uma grande dimensão	114	4,29 ^a	111	5,74 ^b	112	3,85 ^a	337	4.62	45.004	0.000
Tem uma combinação de cores atrativa	114	4,44 ^a	111	4,96 ^b	116	5,76 ^c	341	5.06	21.606	0.000
Integra materiais atrativos	114	4,75 ^a	110	5,41 ^b	115	5,17 ^a	339	5.11	5.084	0.007
Parece ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica	115	4,98 ^a	111	5,54 ^b	116	5,62 ^b	342	5.38	6.560	0.002
É bonito	115	5.29	111	5.97	115	6.37	341	5.87	20.403	0.000
É representativo de um estilo arquitetónico	114	4,93 ^a	111	5,76 ^b	116	6,24 ^b	341	5.65	22.240	0.000
Tem um estilo arquitetónico bonito	114	4,97 ^a	107	5,86 ^b	113	6,39 ^c	334	5.74	30.474	0.000
É muito antigo	112	4,61 ^a	108	5,32 ^b	114	4,84 ^a	334	4.92	5.365	0.005
Valor histórico	115	4,77 ^a	111	5,80 ^b	116	4,51 ^a	340	5.03	33.110	0.000
Está associado a alguma(s) personagem(s) histórica(s) relevante(s)	108	4,57 ^a	109	6,01 ^b	112	4,11 ^a	329	4.89	37.362	0.000
Tem relevância em termos históricos	113	5,12 ^a	111	6,21 ^b	115	5,04 ^a	339	5.45	18.904	0.000
Está associado a um evento importante	109	4,38 ^b	109	5,55 ^a	103	3,58 ^c	321	4.52	36.211	0.000
Encontra-se associado a um período histórico importante	111	4,95 ^a	110	5,77 ^b	113	4,81 ^a	334	5.18	10.399	0.000
É raro	113	4,02 ^a	109	4,94 ^b	116	5,03 ^b	338	4.66	11.032	0.000
Valor social	115	5,57 ^{a,b}	111	6,01 ^b	116	5,32 ^a	340	5.59	6.469	0.002
É um importante símbolo do local onde se localiza	114	5,55 ^a	111	6,10 ^b	116	5,33 ^a	341	5.65	6.951	0.001
É parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural	114	5,52 ^a	109	5,93 ^b	112	5,33 ^a	335	5.59	4.048	0.018
É importante para a comunidade local	114	5,65 ^a	111	6,05 ^b	113	5,34 ^a	338	5.67	5.855	0.003
É um repositório de conhecimentos e artes relacionados com práticas locais ou grupos culturais	114	4,96 ^a	109	5,66 ^b	116	4,89 ^a	339	5.16	7.086	0.001
Valor espiritual	114	5,38 ^b	111	5,16 ^b	116	4,14 ^a	341	4.67	21.674	0.000
Contribui para alcançar um bem-estar espiritual	114	5,55 ^c	110	4,82 ^b	115	3,86 ^a	339	4.74	25.076	0.000
Contribui para criar uma identidade espiritual em um grupo de pessoas	113	5,62 ^c	111	4,97 ^b	113	3,65 ^a	337	4.74	36.597	0.000
É um repositório de conhecimentos e artes relacionados com práticas espirituais	114	5,28 ^b	111	5,31 ^b	113	3,66 ^a	338	4.75	32.752	0.000
Pode fornecer informação importante para investigação futura	115	4,89 ^a	110	5,58 ^b	115	4,70 ^a	340	5.05	7.693	0.001
Fornecer informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas	113	4,81 ^a	111	5,60 ^b	115	4,67 ^a	339	5.02	9.778	0.000
Fornecer informações importantes sobre alguns aspetos históricos	114	5,12 ^a	111	5,94 ^b	116	4,93 ^a	341	5.32	12.857	0.000

Nota: As médias assinaladas com diferentes letras são médias entre as quais existem diferenças estatisticamente significativas.

Como o do valor de p do teste ANOVA é sempre inferior a 0,05 concluiu-se que existem diferenças significativas entre os 3 edifícios ao nível de todas as dimensões do significado

cultural. Por observação da tabela, os edifícios com maior valor estético são, segundo os inquiridos, os edifícios do Museu de Arte Nova (5,96) e do Museu de Aveiro (5,58). No Museu de Arte Nova, os itens com que os inquiridos manifestam maior concordância foram o facto de o edifício ter uma forma atrativa (6,19), ter uma combinação de cores atrativa (5,76) e parecer ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica (5,62). Tal dever-se-á ao facto de este edifício ser o mais representativo do movimento artístico Arte Nova, movimento artístico que se destaca pelos detalhes nos seus elementos estéticos como a decoração naturalista. No Museu de Aveiro, os itens com que os inquiridos manifestam maior concordância foram o facto de o edifício ter uma grande dimensão (5,74) e uma forma atrativa (5,55) e parecer ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica (5,54).

O edifício ao qual foi atribuído um maior valor histórico foi o edifício do Museu de Aveiro (5,80). Essa importância manifesta-se maioritariamente na relevância em termos históricos (6,21) e no facto de os inquiridos considerarem que o edifício está associado a personagens históricas relevantes, certamente à Padroeira da cidade - a Princesa Santa Joana.

Os edifícios com maior importância social foram o Museu de Aveiro (6,01) e a Sé (5,57). Nestes casos, os inquiridos concordavam, sobretudo, que estes edifícios eram importantes para a comunidade local – Sé (5,65) e Museu de Aveiro (6,05) – e que o Museu de Aveiro era também um importante símbolo do local onde se localiza (6,1).

Os edifícios aos quais foi atribuído um maior valor espiritual foram o edifício da Sé (5,38) e o Museu de Aveiro (5,16). No entanto, parece ser conferido um valor espiritual a estes edifícios por razões diferentes. Relativamente à Sé, os visitantes parecem considerar que este edifício contribui para criar uma identidade espiritual em um grupo de pessoas (5,62) e para alcançar um bem-estar espiritual (5,55), o que se justifica pela sua função e ainda por neste edifício ocorrerem atualmente práticas religiosas. No que concerne ao Museu de Aveiro, os inquiridos concordam, sobretudo, que este museu fornece informações importantes sobre alguns aspetos históricos (5,94), relacionados, provavelmente, com aspetos religiosos, e fornece informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas (5,6). Olhando agora para cada edifício especificamente, os valores mais importantes para o edifício da Sé são os valores social e espiritual, para o Museu de Aveiro são os valores histórico e social e, por último, para o Museu de Arte Nova é o valor estético.

6.6. Importância das fontes de informação para o significado cultural

6.6.1 Influência das fontes de informação na percepção do significado cultural

Várias questões do questionário tinham como finalidade analisar a importância que as fontes de informação têm para o significado cultural dos edifícios.

No questionário perguntava-se aos inquiridos, através de uma pergunta aberta, que informação tinham obtido através das fontes de informação que tinham consultado. Após se ter procedido a uma classificação dessa informação em categorias, pode concluir-se que a informação que os inquiridos obtiveram através do uso dessas fontes relaciona-se, sobretudo, com:

- a relevância do edifício em termos históricos (aspectos mencionados por 13,0% dos inquiridos): “*Que se trata de um edifício antigo, histórico e que tem imagens representativas da história da Igreja*” (Sé de Aveiro, questionário nº6); “*Historique*” (Sé de Aveiro, questionário nº12); “*A história do museu*” (Museu de Aveiro, questionário nº94); “*L’histoire du bâtiment, les explications architecturales, les informations historiques*” (Museu de Aveiro, questionário nº97).
- a localização do edifício (aspectos mencionados por 10,4% dos inquiridos): “*Localização*” (Sé de Aveiro, questionário nº15); “*Ubicación; importancia cultural*” (Sé de Aveiro, questionário nº19) e “*Localização; ser um ponto de passagem em Aveiro*” (Sé de Aveiro, questionário nº44);
- a associação do edifício a alguma(s) personagem(s) histórica(s) relevante(s) (8,5%): “*The most important information was about St. Joana history and also her importance to the city*” (Museu de Aveiro, questionário nº77); “*... e história de Santa Joana e sua importância para a cidade*” (Museu de Aveiro, questionário nº79) e “*A importância da Igreja na cidade e o reconhecimento à padroeira*” (Museu de Aveiro, questionário nº81).

Realizaram-se, para cada um dos edifícios, análises para verificar se havia alguma relação entre o uso das fontes de informação e o significado cultural atribuído ao edifício. Para isso, realizaram-se testes t e Mann-Whitney U para comparar, em cada edifício, os inquiridos que usaram uma determinada fonte de informação e os que não usaram essa fonte, no que respeita à imagem que possuíam do edifício relativamente a cada dimensão do significado cultural (Ver Tabela 6.10).

Tabela 6.10 – Influência das fontes de informação para a criação da imagem de cada um dos edifícios (continua)

			Sé de Aveiro					Museu de Aveiro					Museu de Arte Nova				
			N	Média	Tipo de teste	Valor do teste	p	N	Média	Tipo de teste	Valor do teste	p	N	Média	Tipo de teste	Valor do teste	p
Valor estético	Amigos e familiares	Não	73	4,90	Teste t	-0,403	0,880	69	5,62	Teste t	0,588	0,558	76	6,01	Teste t	0,807	0,421
		Sim	42	5,01				42	5,50				40	5,86			
	Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	Não	89	4,94	Mann Withney-U	2587	0,652	61	5,57	Teste t	-0,051	0,959	60	6,09	Teste t	1,503	0,136
		Sim	26	4,94				50	5,58				56	5,82			
	Brochura que me foi entregue à entrada do edifício	Não	57	4,65	Teste t	-2,305	0,023	64	5,36	Teste t	-2,540	0,012	63	6,11	Teste t	1,869	0,064
		Sim	58	5,23				47	5,87				53	5,78			
	Outros folhetos ou brochuras turísticos	Não	57	5,21	Teste t	2,054	0,042	62	5,41	Teste t	1,857	0,066	65	5,92	Teste t	-0,461	0,645
		Sim	58	4,68				49	5,78				51	6,01			
	Internet	Não	47	4,50	Teste t	0,328	0,744	43	5,53	Teste t	-0,355	0,708	55	5,92	Teste t	-0,424	0,672
		Sim	68	4,91				68	5,61				61	5,99			
	Guias turísticos (publicações)	Não	69	5,01	Teste t	0,652	0,516	64	5,51	Teste t	0,798	0,427	67	5,97	Teste t	0,104	0,918
		Sim	46	4,84				47	5,67				49	5,95			
	Operadores e agências de viagens	Não	86	5,07	Mann Withney-U	3698,500	0,704	85	5,55	Mann - Whitney U	1021,500	0,560	70	5,93	Teste t	-0,428	0,670
		Sim	28	4,57				26	5,66				46	6,01			
	Painéis ou placas interpretativos	Não	80	4,95	Teste t	0,112	0,911	56	5,55	Teste t	0,226	0,821	74	5,95	Teste t	-0,147	0,884
		Sim	35	4,92				55	5,60				42	5,98			
	Postos de informação turística	Não	71	5,12	Teste t	1,686	0,095	64	5,60	Teste t	0,308	0,759	75	5,98	Teste t	0,265	0,792
		Sim	44	4,67				47	5,53				41	5,93			
	Sinalética	Não	67	4,90	Teste t	-0,400	0,690	66	5,53	Teste t	-0,499	0,619	71	5,97	Teste t	0,204	0,839
		Sim	48	5,01				45	5,64				45	5,93			
Televisão, rádio, jornais, revistas	Não	84	5,04	Teste t	1,188	0,237	89	5,60	Mann - Whitney U	915,500	0,638	83	5,98	Teste t	0,436	0,664	
	Sim	31	4,69				22	5,47				33	5,90				
Visitas guiadas	Não	91	4,99	Mann Withney-U	339,500	0,034	92	5,51	Mann - Whitney U	672,500	0,114	70	5,93	Teste t	-0,571	0,569	
	Sim	23	4,79				19	5,89				45	6,03				

Tabela 6.10 – Influência das fontes de informação para a criação da imagem de cada um dos edifícios (continua)

Valor histórico	Amigos e familiares	Não	73	4,67	Teste t	-1,102	0,273	69	5,94	Teste t	2,106	0,038	76	4,51	Teste t	0,073	0,942
		Sim	42	4,95				42	5,57				40	4,49			
	Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	Não	89	4,74	Mann Withney-U	2316,000	0,355	61	5,95	Teste t	1,898	0,061	60	4,65	Teste t	1,129	0,261
		Sim	26	4,86				50	5,62				56	4,35			
	Brochura que me foi entregue à entrada do edifício	Não	57	4,75	Teste t	-0,196	0,845	64	5,76	Teste t	-0,583	0,561	63	4,64	Teste t	1,048	0,297
		Sim	58	4,80				47	5,86				53	4,35			
	Outros folhetos ou brochuras turísticas	Não	57	5,05	Teste t	2,253	0,026	62	5,74	Teste t	-0,742	0,460	65	4,61	Teste t	0,891	0,375
		Sim	58	4,50				49	5,87				51	4,37			
	Internet	Não	47	4,88	Teste t	0,717	0,476	43	5,74	Teste t	-0,494	0,623	55	4,59	Teste t	0,588	0,558
		Sim	68	4,69				68	5,83				61	4,43			
	Guias turísticas (publicações)	Não	69	4,86	Teste t	0,991	0,324	64	5,76	Teste t	-0,498	0,620	67	4,51	Teste t	0,036	0,971
		Sim	46	4,63				47	5,85				49	4,50			
	Operadores e agências de viagens	Não	87	4,81	Mann Withney-U	3612,000	0,794	85	5,84	Mann - Whitney U	254,000	0,987	70	4,51	Teste t	0,086	0,931
		Sim	28	4,64				26	5,68				46	4,49			
	Painéis ou placas interpretativos	Não	80	4,72	Teste t	-0,688	0,493	56	5,82	Teste t	0,278	0,781	74	4,42	Teste t	-0,834	0,406
		Sim	35	4,88				55	5,78				42	4,66			
	Postos de informação turística	Não	71	4,90	Teste t	1,385	0,169	64	6,01	Teste t	2,885	0,005	75	4,45	Teste t	-0,581	0,562
		Sim	44	4,57				47	5,52				41	4,61			
	Sinalética	Não	67	4,61	Teste t	-1,658	0,100	66	5,83	Teste t	0,362	0,718	71	4,35	Teste t	-1,434	0,154
Sim		48	4,99	45				5,76	45				4,75				
Televisão, rádio, jornais, revistas	Não	84	4,79	Teste t	0,258	0,797	89	5,9	Mann - Whitney U	137,500	0,151	83	4,48	Teste t	-0,339	0,735	
	Sim	31	4,72				22	5,38				33	4,58				
Visitas guiadas	Não	91	4,76	Mann Withney-U	492,000	0,579	92	5,81	Mann - Whitney U	171,500	0,120	70	4,39	Teste t	-1,083	0,281	
	Sim	23	4,83				19	5,76				45	4,69				

Tabela 6.10 – Influência das fontes de informação para a criação da imagem de cada um dos edifícios (continua)

Valor espiritual	Amigos e familiares	Não	72	5,36	Teste t	-0,181	0,856	69	5,36	Teste t	1,980	0,050	76	4,13	Teste t	-0,103	0,918
		Sim	42	5,41				42	4,83				40	4,17			
	Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	Não	88	5,35	Mann Withney-U	1121,000	0,876	61	5,28	Teste t	0,991	0,324	60	4,18	Teste t	0,254	0,800
		Sim	26	5,49				50	5,01				56	4,10			
	Brochura que me foi entregue à entrada do edifício	Não	56	5,38	Teste t	-0,049	0,961	64	5,03	Teste t	-1,121	0,265	63	4,22	Teste t	0,495	0,622
		Sim	58	5,39				47	5,33				53	4,06			
	Outros folhetos ou brochuras turísticos	Não	56	5,38	Teste t	-0,005	0,996	62	5,02	Teste t	-1,164	0,247	65	4,03	Teste t	-0,827	0,410
		Sim	58	5,38				49	5,33				51	4,29			
	Internet	Não	46	5,38	Teste t	-0,030	0,976	43	5,12	Teste t	-0,244	0,808	55	3,95	Teste t	-1,172	0,244
		Sim	68	5,38				68	5,19				61	4,32			
	Guias turísticos (publicações)	Não	68	5,42	Teste t	0,349	0,728	64	5,10	Teste t	-0,525	0,600	67	3,95	Teste t	-1,431	0,155
		Sim	46	5,33				47	5,24				49	4,41			
	Operadores e agências de viagens	Não	86	5,40	Mann Withney-U	1117,000	0,564	85	5,20	Mann - Whitney U	196,000	0,343	70	4,02	Teste t	-0,955	0,341
		Sim	28	5,34				26	5,04				46	4,33			
	Painéis ou placas interpretativos	Não	79	5,33	Teste t	-0,627	0,532	56	5,29	Teste t	1,003	0,318	74	3,99	Teste t	-1,263	0,209
		Sim	35	5,50				55	5,02				42	4,41			
	Postos de informação turística	Não	70	5,38	Teste t	-0,052	0,959	64	5,42	Teste t	2,298	0,023	75	3,96	Teste t	-1,554	0,123
		Sim	44	5,39				47	4,81				41	4,48			
	Sinalética	Não	66	5,19	Teste t	-1,696	0,093	66	5,24	Teste t	0,709	0,480	71	4,05	Teste t	-0,717	0,475
		Sim	48	5,64				45	5,04				45	4,29			
Televisão, rádio, jornais, revistas	Não	83	5,44	Teste t	0,728	0,468	89	5,24	Mann - Whitney U	138,500	0,155	83	4,05	Teste t	-0,941	0,349	
	Sim	31	5,23				22	4,83				33	4,38				
Visitas guiadas	Não	90	57,73	Mann Withney-U	969,000	0,635	92	5,10	Mann - Whitney U	724,500	0,240	70	4,01	Teste t	-1,019	0,311	
	Sim	23	54,13				19	5,46				45	4,35				

Tabela 6.10 – Influência das fontes de informação para a criação da imagem de cada um dos edifícios (continuação)

Valor social	Amigos e familiares	Não	73	5,68	Teste t	1,044	0,299	69	6,25	Teste t	2,880	0,005	76	5,38	Teste t	0,507	0,613
		Sim	42	5,38				42	5,62				40	5,22			
	Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	Não	89	5,62	Mann Withney-U	986	0,246	61	6,20	Teste t	2,015	0,047	60	5,57	Teste t	1,631	0,106
		Sim	26	5,41				50	5,78				56	5,05			
	Brochura que me foi entregue à entrada do edifício	Não	57	5,52	Teste t	-0,361	0,719	64	6,01	Teste t	-0,044	0,965	63	5,63	Teste t	2,128	0,035
		Sim	58	5,62				47	6,01				53	4,96			
	Outros folhetos ou brochuras turísticos	Não	57	5,71	Teste t	0,980	0,329	62	5,91	Teste t	-1,119	0,266	65	5,41	Teste t	0,622	0,535
		Sim	58	5,44				49	6,14				51	5,21			
	Internet	Não	47	5,50	Teste t	-0,404	0,687	43	5,85	Teste t	-1,295	0,198	55	5,40	Teste t	0,462	0,645
		Sim	68	5,62				68	6,11				61	5,25			
	Guias turísticos (publicações)	Não	69	5,59	Teste t	0,162	0,872	64	5,88	Teste t	-1,557	0,122	67	5,29	Teste t	-0,242	0,809
		Sim	46	5,54				47	6,19				49	5,37			
	Operadores e agências de viagens	Não	87	5,68	Mann Withney-U	941,500	0,068	85	6,02	Mann - Whitney U	1072,500	0,818	70	5,38	Teste t	0,454	0,651
		Sim	28	5,24				26	5,96				46	5,23			
	Painéis ou placas interpretativos	Não	80	5,55	Teste t	-0,305	0,761	56	6,09	Teste t	0,800	0,425	74	5,29	Teste t	-0,277	0,782
		Sim	35	5,63				55	5,93				42	5,38			
	Postos de informação turística	Não	71	5,62	Teste t	0,489	0,626	64	6,30	Teste t	3,323	0,001	75	5,27	Teste t	-0,512	0,610
		Sim	44	5,48				47	5,61				41	5,42			
	Sinalética	Não	67	5,52	Teste t	-0,414	0,680	66	6,04	Teste t	0,314	0,754	71	5,23	Teste t	-0,756	0,451
		Sim	48	5,64				45	5,97				45	5,47			
Televisão, rádio, jornais, revistas	Não	84	5,70	Teste t	1,526	0,130	89	6,14	Mann - Whitney U	715,500	0,047	83	5,33	Teste t	0,074	0,941	
	Sim	31	5,23				22	5,48				33	5,30				
Visitas guiadas	Não	91	5,62	Mann Withney-U	841,000	0,141	92	6,01	Mann - Whitney U	830,500	0,728	70	5,29	Teste t	-0,322	0,748	
	Sim	23	5,39				19	6,00				45	5,39				

No que respeita ao valor estético, nota-se que existem diferenças significativas entre os visitantes que utilizaram e aqueles que não utilizaram a brochura que foi entregue à entrada da Sé e do Museu de Aveiro e o valor estético atribuído ao edifício ($p=0,023$ e $p=0,012$, respetivamente). Aqueles que usaram a brochura foram os que atribuíram um maior valor estético ao edifício (5,23 para a Sé e 5,87 para o Museu de Aveiro), o que sugere que a brochura teve um impacto positivo para a criação da imagem destes dois edifícios em termos estéticos.

É apenas para o edifício da Sé que existe uma diferença significativa entre os visitantes que utilizaram e aqueles que não utilizaram outras brochuras e folhetos turísticos ($p=0,042$), tendo sido, curiosamente, aqueles que não utilizaram os que atribuíram um maior valor estético ao edifício (5,21). Não existem diferenças significativas ao nível das outras fontes de informação.

Já na atribuição do valor histórico, existem diferenças significativas entre os visitantes que utilizaram os amigos e familiares ($p=0,038$) e postos de informação turística ($p=0,005$) para obter informações sobre o Museu de Aveiro e aqueles que não utilizaram, sendo aqueles que não utilizaram os que atribuíram um maior valor histórico ao edifício (5,94 e 6,01, respetivamente). Existem ainda diferenças entre aqueles que utilizaram outros folhetos e brochuras turísticos ($p=0,026$) para o edifício da Sé, sendo aqueles que não utilizaram aqueles que atribuíram um maior valor histórico ao edifício (0,026). Os resultados revelam que a brochura não teve uma influência positiva na perceção do valor histórico. Esta situação pode dever-se também, parcialmente, ao facto de as fontes de informação utilizadas não transmitirem informações que incidem essencialmente sobre aspetos históricos do edifício, mas sobretudo sobre outros valores. Sugere-se ainda que as fontes de informação devem fornecer maioritariamente informações sobre o valor espiritual para o edifício da Sé já que se trata de um espaço de culto. Não existem diferenças significativas ao nível das outras fontes de informação.

Na atribuição do valor espiritual existem diferenças significativas entre os que utilizaram postos de informação turística e os que não utilizaram, para o edifício do Museu de Aveiro ($p=0,023$), sendo aqueles que não utilizaram aqueles que atribuíram um maior valor espiritual. Não existem diferenças significativas ao nível das outras fontes de informação.

Quanto à atribuição do valor social existem diferenças significativas entre aqueles que utilizaram os amigos e familiares para obter informação relativamente ao Museu de Aveiro ($p=0,005$), comunicação informal com empregados (0,047), postos de informação turística ($p=0,001$) e televisão, rádio, jornais e revistas ($p=0,047$). Curiosamente, aqueles que não utilizaram estas fontes de informação são aqueles que atribuem um maior valor social ao edifício (6,25, 6,20, 6,30 e 6,14 respetivamente). Não existem diferenças significativas ao nível das outras fontes de informação.

Em muitos dos casos não houve qualquer relação entre as fontes de informação e a atribuição de significado cultural, o que deve ser objeto de análise pelos responsáveis pela criação dessas fontes. Além disso, ao contrário do que era esperado, algumas fontes tiveram, em determinadas situações, uma influência negativa na perceção de determinados valores do património cultural, o que é ainda mais preocupante. No entanto, é de notar que só no Museu de Aveiro se registou uma relação negativa entre a utilização de fontes de informação e a formação da imagem cognitiva em valores considerados especialmente característicos desse Museu. Essa situação ocorreu em duas situações, tendo-se verificado uma relação negativa entre a utilização de amigos/familiares e a atribuição de valor histórico ao edifício, bem como a utilização de três fontes - amigos/familiares, comunicação informal com empregados e postos de informação turística – e a atribuição de valor social ao edifício. No edifício da Sé, em que os valores considerados mais característicos do edifício foram o espiritual e o social, não houve nenhuma relação negativa entre a utilização de uma fonte e a atribuição desses valores culturais ao edifício. O mesmo se passou no Museu de Arte Nova em que não se verificou nenhuma relação deste tipo envolvendo o valor mais característico deste edifício – o valor estético.

No entanto, após a análise dos resultados conclui-se que uma fonte de informação utilizada pelos visitantes teve uma influência positiva na criação da imagem do património arquitetónico - a brochura que foi criada para ser entregue aos visitantes à entrada de cada um dos edifícios. Apesar de ela ter tido uma influência negativa na perceção do valor social do Museu de Arte Nova, facto que deve ser tido em consideração em posteriores estratégias de fornecimento de informação sobre este edifício, ela contribuiu para a perceção de um maior valor estético dos edifícios da Sé de Aveiro e do Museu de Aveiro. Sugere-se que a eficácia desta fonte de informação neste âmbito, reside em ela ter sido cuidadosamente pensada e criada para fornecer informação sobre os edifícios.

6.6.2. Conteúdo das fontes de informação: preferências dos visitantes

Para determinar qual o conteúdo que as fontes de informação relativas a cada um dos edifícios deveriam conter, pediu-se aos inquiridos para indicarem qual a importância de as fontes que fornecem informação sobre o edifício que estavam a visitar, fornecerem diversos tipos de informação. Para analisar se as opiniões diferiam consoante o edifício visitado realizou-se um teste ANOVA. Foi ainda feito o teste de Scheffe para verificar, especificamente, entre que grupos existiam diferenças estatisticamente significativas (Ver Tabela 6.11).

Tabela 6.11 – Relação entre o edifício visitado e o conteúdo que as fontes de informação devem conter

	Sé		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova		Total		ANOVA	
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média	Valor do teste	p
Forma/ design	112	5,43 ^{a,b}	111	5,04 ^a	115	5,77 ^b	338	5,42	5,407	0,005
Dimensão/ tamanho	115	4,75 ^a	111	4,62 ^a	116	4,78 ^a	342	4,72	0,231	0,794
Cor(s)	115	4,65 ^a	111	4,50 ^a	116	5,53 ^b	342	4,9	10,822	0,000
Materiais de construção	115	5,05 ^a	111	5,02 ^a	115	5,65 ^b	341	5,24	5,398	0,005
Técnicas de construção	115	5,43 ^{a,b}	111	5,22 ^a	116	5,84 ^b	342	5,5	5,360	0,005
Características únicas	115	5,99 ^{a,b}	111	5,66 ^a	113	6,19 ^b	339	5,95	4,462	0,012
Detalhes do edifício	115	5,89 ^{a,b}	111	5,50 ^a	113	6,15 ^b	339	5,85	6,526	0,002
Estilo arquitetónico	115	6,06 ^a	111	5,79 ^a	116	6,16 ^a	342	6,01	2,493	0,084
Data de construção	115	5,97 ^a	110	5,89 ^a	115	5,71 ^a	340	5,86	1,097	0,335
Associação do edifício a figura(s) histórica(s)	114	5,79 ^{a,b}	111	6,14 ^b	115	5,60 ^a	340	5,84	4,302	0,014
Relação com evento importante	114	5,71 ^{a,b}	111	5,90 ^b	114	5,31 ^a	339	5,64	4,255	0,015
Relação com período histórico	115	5,83 ^a	111	5,94 ^a	115	5,66 ^a	341	5,81	0,935	0,394
Raridade deste tipo de edifício	115	5,70 ^a	109	5,91 ^a	115	6,02 ^a	339	5,87	1,530	0,218
Aspetos que fazem com que o edifício seja parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural	115	5,68 ^a	111	5,87 ^a	115	5,68 ^a	341	5,76	0,605	0,547
Contributo do edifício para a identidade espiritual ou religião de um grupo de pessoas	115	5,35 ^b	110	5,45 ^b	116	4,53 ^a	341	5,1	9,290	0,000
Práticas espirituais associadas ao edifício	115	5,18 ^b	111	5,03 ^b	115	4,09 ^a	341	4,76	11,020	0,000
Práticas culturais associadas ao edifício	114	5,32 ^a	111	5,56 ^a	116	5,16 ^a	341	5,34	1,556	0,212

Nota: As médias assinaladas com diferentes letras são médias entre as quais existem diferenças estatisticamente significativas.

Através da Tabela 6.11 verifica-se que os visitantes atribuem bastante importância ao fornecimento de informação sobre os diversos aspetos do património identificados no questionário (foi atribuída à maioria destes aspetos uma média de importância superior a 5 numa escala de 1 “nada importante” a 7 “muito importante”). Estes resultados realçam a

importância do fornecimento de informação sobre o património arquitetónico. Na generalidade, os visitantes conferem uma maior importância à informação relacionada com o estilo arquitetónico (6,01), com as características únicas do edifício (5,95), com a raridade desse tipo de edifício (5,87), sobre detalhes do edifício (5,85), sobretudo informação relativa ao valor estético e, ainda, informação sobre a data de construção (5,86).

No entanto, o valor de p do teste ANOVA é $< 0,05$ para os aspetos relacionados com a forma/ design, cor(s), materiais de construção, técnicas de construção, características únicas, detalhes do edifício, associação do edifício a figura(s) histórica(s), relação com evento importante, contributo para a identidade espiritual de um grupo de pessoas e práticas espirituais associadas ao edifício. Isto sugere a existência de diferenças significativas entre os visitantes dos três edifícios ao nível da importância conferida ao fornecimento de informação sobre esses aspetos.

Comparando os três edifícios, verifica-se que os visitantes atribuem uma maior importância ao fornecimento de informação relacionada com o valor estético para o edifício do Museu de Arte Nova (e, em alguns casos, para a Sé) com o valor histórico para o Museu de Aveiro e com o valor espiritual para os edifícios do Museu de Aveiro e Sé de Aveiro. Alguma informação relacionada com o valor estético foi considerada mais relevante no caso da Sé e do Museu de Arte Nova, nomeadamente a relacionada com forma/ *design* (5,43 e 5,77, respetivamente para a Sé e para o Museu de Arte Nova), técnicas de construção (5,43 e 5,84), características únicas (5,99 e 6,19) e detalhes do edifício (5,89 e 6,15). Outras informações relacionadas com o valor estético foram consideradas particularmente relevantes no caso do Museu de Arte Nova, especificamente as associadas a cor(s) (5,53) e materiais de construção (5,65). Isto acontece, provavelmente, porque o edifício do Museu de Arte Nova é representativo do movimento artístico e este caracteriza-se essencialmente pela sua estética. No que se refere aos valores histórico e espiritual, é concedida uma maior importância ao fornecimento de informação, sobre a Sé e o Museu de Aveiro, relativa à associação do edifício a figura(s) histórica(s) (5,79 e 6,14), com eventos importantes (5,71 e 5,90), ao contributo do edifício para a identidade espiritual ou religião de um grupo de pessoas (5,35 e 5,45) e ainda a práticas espirituais associadas ao edifício (5,18 e 5,03). Isto acontece, provavelmente, porque o Museu de Aveiro se encontra associado à padroeira da cidade, a Princesa Santa Joana, mas também porque é um local de culto devido à existência do túmulo da Princesa Santa Joana. Em relação ao edifício da Sé, a informação relacionada com práticas espirituais associadas ao edifício (5,18) apresenta

uma maior importância, já que atualmente ainda decorrem práticas espirituais nesse edifício.

Em relação ao edifício da Sé, os visitantes atribuem uma maior importância a informação que se relacione com o estilo arquitetónico (6,06), características únicas (5,99) e data de construção (5,97). Para os visitantes do edifício da Sé, as informações relativas ao valor estético são as mais importantes, talvez pelo facto de o edifício da Sé ser uma mescla de estilos arquitetónicos e o visitante sentir a necessidade de obter informação que evidencie as características estéticas do edifício como se pôde denotar através de algumas descrições de alguns visitantes em relação a este edifício:

-“Mezcla de estilos, sencilla” (Questionário nº18, Sé de Aveiro);

-“Simples com alguns elementos originais e antigos mas numa envolvência totalmente renovada, moderna e revivalista. Um grande contraste de estilos e épocas.” (Questionário nº21, Sé de Aveiro).

Já para o Museu de Aveiro, os visitantes atribuem uma maior importância a informação relativa a figura(s) histórica(s) que estejam associadas ao edifício (6,14), ao período histórico (5,94) e ainda sobre a raridade do tipo de edifício (5,91), isto é, sobretudo informação relativa ao valor histórico do edifício. Como já foi anteriormente evidenciado, o valor histórico é um dos valores do significado cultural que os visitantes do Museu de Aveiro mais consideram que o edifício possui. Isto justifica a importância atribuída ao facto das fontes de informação relativas a este edifício deverem conter informações relativas ao valor histórico.

Por último, relativamente ao edifício do Museu de Arte Nova, os visitantes atribuem uma maior importância ao fornecimento de informação relativa a características únicas do edifício (6,19), estilo arquitetónico (6,16) e detalhes do edifício (6,15) no que respeita as fontes de informação. Como já foi anteriormente evidenciado, o valor estético é o valor do significado cultural que os visitantes do Museu de Arte Nova consideram que este edifício mais possui, o que justifica o significado atribuído ao conjunto de informações relativas ao valor estético que as fontes de informação relativas a este edifício deveriam conter.

Para verificar como é que os inquiridos avaliaram as fontes de informação utilizadas, nomeadamente em termos da sua atratividade e da influência que tiveram sobre as suas atitudes, recorreu-se a uma questão de resposta fechada avaliada em uma escala de concordância tipo Likert de 7 pontos (1- Discordo totalmente a 7 – Concordo totalmente). Posteriormente, com os dados recolhidos realizou-se uma análise de componentes principais com rotação *varimax* para se identificar um reduzido número de fatores que representassem a avaliação das fontes de informação, nomeadamente em termos da atratividade das mesmas e das atitudes que elas suscitaram no visitante (Tabela 6.12).

Tabela 6.12 – Análise de componentes principais sobre a influência do uso de meios de interpretação

Itens	Comunalidades	Fator 1	Fator 2
Tinham um conteúdo educativo	0,775	0,802	
Continham informação variada	0,761	0,749	
Provocaram o meu interesse	0,571	0,743	
Permitiram adquirir os conhecimentos que procurava	0,733	0,731	
Continham informação interessante	0,804	0,818	
Continham informação clara	0,802	0,813	
Permitiram-me relacionar o património da minha zona de residência com o edifício que visitei	0,818		0,876
Fizeram-me estabelecer ligações com o meu passado e o presente	0,823		0,855
Fizeram-me relacionar a informação com conhecimentos anteriores	0,829		0,814
Encorajaram-me a fazer mais questões sobre o local	0,591		0,694
Permitiram relacionar-me melhor com o edifício	0,672		0,663
% de variância explicada		38,816	35,533
% de variância explicada acumulada		38,816	74,349
Cronbach's alpha		0,925	0,913
KMO	0,938		
Bartlett's Test of Sphericity (p)	0,000		

Nota: N= 300. Só estão representados na tabela os *factor loadings* superiores a 0,3.

Através dos valores das comunalidades verifica-se que, para todas as variáveis, uma considerável percentagem da variância é explicada pelas restantes variáveis incluídas na análise, já que os valores das comunalidades são superiores a 0,5.

O valor de p associado ao teste de esfericidade de Bartlett é de 0,000, demonstrando que existe correlação entre as variáveis. O valor do KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) é 0,938, o que demonstra também que existe uma considerável correlação entre as diferentes variáveis. Conclui-se ainda que existe uma grande correlação entre as variáveis de cada fator já que os valores de Cronbach's-alpha são superiores a 0,7.

Foram obtidos 2 fatores (ou dimensões) com *eigenvalues* maiores do que 1:

- 1- Atratividade do conteúdo dos meios interpretativos: Relativa ao tipo de informação apresentada (e.g. clareza, caráter didático)
- 2- Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante: Atitudes que o uso das fontes de informação induziram no visitante (e.g. curiosidade, relacionar a informação com conhecimentos anteriores).

O primeiro fator (dimensão) explica 38,816% da variância total e a segunda componente explica 35,533% da variância total. No conjunto, os dois explicam 74,349% da variância das variáveis originais incluídas na análise de componentes principais.

Após realizar a análise fatorial e se terem gerado as duas dimensões que representavam a atratividade do conteúdo das fontes de informação e a influência das fontes nas atitudes do visitante, procurou analisar-se se existia alguma associação entre as fontes de informação e cada uma destas componentes identificadas (Ver Tabela 6.11). Para isso analisou-se através de testes t se existiam diferenças estatisticamente significativas entre os inquiridos que utilizavam cada fonte e os que não utilizavam ao nível da atratividade da fonte e das atitudes geradas.

Tabela 6.13 – Influência do uso das fontes de informação para a criação da imagem do património (Continua)

			Sé de Aveiro				Museu de Aveiro				Museu de Arte Nova			
			N	Média	Teste t		N	Média	Teste t		N	Média	Teste t	
					Valor do teste	p			Valor do teste	p			Valor do teste	p
Amigos e familiares	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	64	4,4714	-0,769	0,444	61	5,3607	0,526	0,600	64	4,2161	-0,433	0,666
	Sim		42	4,6984			42	5,2302			40	4,3617		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	62	3,9097	-1,480	0,142	61	4,3148	-0,317	0,752	62	3,8613	-0,639	0,54
	Sim		42	4,4008			42	4,4143			40	4,105		
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	80	4,5988	0,454	0,651	53	5,2987	-0,730	0,942	48	4,1417	-0,739	0,461
	Sim		26	4,4462			50	5,3167			56	4,3839		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	78	4,0709	-0,390	0,697	53	4,1811	-1,168	0,245	46	3,8652	-0,446	0,657
	Sim		26	4,2192			50	4,54			56	4,0321		
Brochura que me foi entregue à entrada	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	48	4,0729	-3,217	0,002	56	4,9851	-3,011	0,003	51	4,0288	-1,473	0,144
	Sim		58	4,9655			47	5,6915			53	4,5063		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	46	3,4507	-3,800	0,000	56	3,7893	-4,358	0,000	49	3,6776	-1,438	0,154
	Sim		58	4,6293			47	5,0298			53	4,2151		
Outros folhetos ou brochuras turisticos	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	49	4,4993	-0,397	0,692	54	5,321	0,117	0,907	53	4,1409	-0,819	0,414
	Sim		57	4,6146			49	5,2925			51	4,4085		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	47	4,0539	-0,299	0,766	54	4,2963	-0,401	0,689	51	3,6549	-1,640	0,104
	Sim		57	4,1526			49	4,4204			51	4,2588		
Internet	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	38	4,8202	1,348	0,181	35	5,519	1,254	0,213	43	4,1116	-0,825	0,411
	Sim		68	4,4167			68	5,1985			61	4,3852		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	36	3,5815	2,139	0,035	35	4,7829	2,024	0,046	41	3,6439	-1,389	0,168
	Sim		68	4,8574			68	4,1353			61	4,1672		

Tabela 6.13 – Influência do uso das fontes de informação para a criação da imagem do património (Continua)

Guias turísticos (publicações)	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	60	4,4939	-0,532	0,596	56	5,2827	-0,221	0,825	55	4,163	-0,707	0,481
	Sim		46	4,6493			47	5,3369			49	4,3946		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	58	3,1264	0,126	0,900	56	4,3107	-0,315	0,753	53	3,5019	-2,622	0,01
	Sim		46	4,0848			47	4,4085			49	4,449		
Operadores ou agências de viagens	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	78	4,6056	0,510	0,611	77	5,2316	-1,076	0,284	58	4,0856	-1,289	0,2
	Sim		28	4,4381			26	5,5321			46	4,5072		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	76	3,1439	0,359	0,720	77	4,1792	-2,000	0,048	56	3,575	-2,319	0,022
	Sim		28	4,0107			26	4,8769			46	4,4217		
Painéis ou placas interpretativos	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	71	4,4939	-0,664	0,508	48	5,2951	-0,940	0,925	62	4,1769	-0,708	0,48
	Sim		35	4,6981			55	5,3182			42	4,4127		
	Não	Influência dos meios interpretativos nas atitudes do visitante	69	3,9671	-1,210	0,229	48	4,4167	0,371	0,711	60	3,6067	-2,303	0,023
	Sim		35	4,3857			55	4,3018			42	4,4571		
Postos de informação turística	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	62	4,6597	0,809	0,421	56	5,3304	0,205	0,838	63	4,2376	-0,262	0,794
	Sim		44	4,4227			47	5,2801			41	4,3252		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	60	4,2056	0,694	0,489	56	4,1679	-1,336	0,185	61	3,5934	-2,446	0,016
	Sim		44	3,975			47	4,5787			41	4,4976		
Sinalética	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	58	4,6649	0,789	0,432	58	5,3994	0,859	0,392	59	4,2226	-0,346	0,73
	Sim		48	4,4361			45	5,1889			45	4,337		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	56	4,0988	-0,060	0,952	58	4,2655	-0,661	0,510	57	3,6702	-1,756	0,082
	Sim		48	4,1187			45	4,4711			45	4,32		

Tabela 6.13 – Influência do uso das fontes de informação para a criação da imagem do património (Continuação)

Televisão, rádio, jornais, revistas	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	75	4,5942	0,354	0,724	81	5,286	-0,337	0,737	71	4,3094	0,334	0,739
	Sim		31	4,4817			22	5,3864			33	4,1919		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	73	3,0758	-0,300	0,764	81	4,2395	-1,453	0,149	69	3,771	-1,456	0,149
	Sim		31	4,1839			22	4,7818			33	4,3455		
Visitas guiadas	Não	Atratividade do conteúdo das fontes de informação	82	4,674	1,233	0,220	84	5,2321	-1,309	0,194	58	4,4017	0,784	0,435
	Sim		23	4,2449			19	5,6404			45	4,1333		
	Não	Influência das fontes de informação nas atitudes do visitante	80	4,2117	0,903	0,368	84	4,2405	-1,582	0,117	56	3,825	-0,797	0,428
	Sim		23	3,8565			19	4,8632			45	4,1333		

No caso dos três edifícios, verifica-se que não existem diferenças estatisticamente significativas quanto à atratividade do conteúdo da informação providenciada por amigos e familiares; da comunicação informal com empregados que trabalham no edifício; uso de outros folhetos e brochuras turísticos; sinalética; televisão, rádio, jornais e revistas bem como das visitas guiadas quanto à influência dos mesmos sobre as atitudes dos visitantes ($p > 0,05$). Foi para os visitantes do Museu de Aveiro que essas fontes de informação demonstraram ser mais atrativos e sobre os quais exerceram uma maior influência.

No caso do edifício da Sé de Aveiro e Museu de Aveiro existem diferenças estatisticamente significativas quanto à atratividade do conteúdo da informação ($p=0,002$ e $p=0,003$, respetivamente) providenciada pela brochura que foi entregue à entrada bem como quanto à influência dessa brochura nas atitudes dos visitantes ($p=0,000$). Em ambos os edifícios os visitantes que utilizaram a brochura foram os que consideraram a brochura mais atrativa e os que acharam que a brochura tinha influenciado mais positivamente as suas atitudes.

Em mais nenhuma fonte de informação se registam diferenças estatisticamente significativas entre os que utilizaram a fonte e os que não utilizaram, no que concerne à atratividade das fontes.

Para os edifícios da Sé e do Museu de Aveiro existiam também diferenças estatisticamente significativas, entre os que usavam e não usavam a Internet, quanto à influência desta fonte sobre as atitudes dos visitantes ($p= 0,035$ e $p= 0,046$, respetivamente). No edifício da Sé, esta fonte de informação teve uma maior influência nos visitantes que a utilizaram, o que não se sucede com o edifício do Museu de Aveiro.

Apenas no edifício do Museu de Arte Nova existem diferenças estatisticamente significativas quanto à influência do uso de guias turísticos (publicações) sobre as atitudes dos visitantes ($p=0,010$), sendo a influência maior nos visitantes que utilizaram esta fonte de informação.

Verifica-se que existem diferenças estatisticamente significativas quanto à influência do uso de operadores e agências de viagens sobre as atitudes dos visitantes dos edifícios do Museu de Aveiro e Museu de Arte Nova ($p=0,048$ e $p=0,022$, respetivamente). Em ambos

os casos, nos que utilizaram operadores e agências de viagens registou-se uma maior influência nas atitudes.

Existem diferenças estatisticamente significativas quanto à influência do uso de placas e painéis interpretativos no edifício do Museu de Arte Nova ($p=0,023$) e ainda quanto ao impacto do uso de postos de informação turística ($p=0,016$). Em ambos os casos, nos visitantes que utilizaram a fonte registou-se sempre uma maior alteração de atitudes.

Através da observação da Tabela 6.16, conclui-se que apenas a brochura que foi entregue à entrada do edifício exerce uma influência sobre a atratividade das fontes, sendo essa influência positiva para os edifícios da Sé de Aveiro ($p=0,002$) e do Museu de Aveiro ($p=0,003$), ou seja, pode-se considerar que essa fonte é particularmente atrativa.

Em contraste, o uso de diferentes fontes de informação exerceu uma influência positiva nos visitantes, contribuindo para gerar um estado *mindfulness*. Tal sucedeu com a brochura que foi entregue à entrada da Sé de Aveiro ($p=0,000$) e com o uso da Internet para este edifício ($p=0,035$). Já para o Museu de Aveiro, as fontes de informação que contribuíram para gerar um estado *mindfulness* no visitante foram a brochura entregue à entrada ($p=0,000$), a Internet ($p=0,046$) e os operadores ou agências de viagens ($p=0,048$). Em relação ao Museu de Arte Nova, foram os guias turísticos (publicações) ($p=0,010$), operadores ou agências de viagens ($p=0,022$), painéis ou placas interpretativos ($p=0,023$) e postos de informação turística ($p=0,016$).

6.6.3. Influência das fontes de informação na aprendizagem

Para determinar o número de respostas corretas associadas a cada edifício realizou-se o teste do qui-quadrado (Ver Tabela 6.14).

Tabela 6.14 - Relação entre as questões corretas e o edifício visitado

Questão	Correta	Sé		Museu de Aveiro		Museu de Arte Nova	
		N	M%	N	M%	N	M%
1	Sim	63	54,8	89	80,2	42	36,2
	Não	52	45,2	22	19,8	74	63,8
2	Sim	41	35,7	106	95,5	45	38,8
	Não	74	64,3	5	4,5	71	61,2
3	Sim	47	40,9	50	45	74	63,2
	Não	68	59,1	61	55	42	36,2
4	Sim	48	41,7	84	75,7	46	39,7
	Não	67	58,3	27	24,3	70	60,3

Por observação da tabela 6.14 verifica-se que a percentagem de inquiridos que responde corretamente a cada pergunta é bastante variável, variando entre 35,7% na questão 2 do questionário relativo ao e 95,5% na questão 2 do questionário relativo ao Museu de Aveiro Para determinar qual a influência que o uso da brochura que foi entregue à entrada teve em relação ao número total de respostas corretas para cada um dos edifícios realizou-se o teste t (ver Tabela 6.15).

Tabela 6.15 - Relação entre o conhecimento e o edifício visitado

		Questões corretas	
		Não utilizou brochura	Utilizou brochura
Sé de Aveiro	N	57	58
	Média	0,825	2,621
	Valor do teste t	-8,215	
	p	0,000	
Museu de Aveiro	N	64	47
	Média	2,937	3
	Valor do teste t	-0,31	
	p	0,757	
Museu de Arte Nova	N	63	53
	Média	1,381	2,264
	Valor do teste t	-3,679	
	p	0,000	

Por observação da tabela 6.13 verifica-se que existe uma diferença significativa em relação aos conhecimentos adquiridos pelos visitantes que utilizaram a brochura entregue à entrada do edifício da Sé e do Museu de Arte Nova e aqueles que visitaram esses edifícios mas não utilizaram a brochura. Em relação ao edifício da Sé, aqueles que utilizaram a brochura adquiriram mais conhecimentos, já que acertaram num maior número de respostas (2,621) do que os que não usaram esta fonte (0,825). Os visitantes do Museu de Arte Nova que utilizaram a brochura também adquiriram mais conhecimentos (2,264) em relação aos que não utilizaram (1,381). Entre ambos os edifícios, o uso da brochura teve uma maior influência no número de respostas certas para o edifício da Sé, talvez pelo facto de não existir qualquer fonte de informação que providencie informações no local, o que não sucede com o Museu de Arte Nova, que possui placas e painéis interpretativos ou audioguias.

Não existem diferenças estatisticamente significativas no que respeita ao conhecimento adquirido entre aqueles que utilizaram a brochura entregue à entrada do Museu de Aveiro e aqueles que não a usaram. Tal poderá dever-se ao facto de se tratar de um Museu que contém meios interpretativos como placas de interpretação ou atividades educativas e meios audiovisuais que já induzem o visitante num estado *mindfulness*.

6.7– Conclusões

No estudo empírico realizado foram identificadas quatro das importantes dimensões do significado cultural do património arquitetónico: valor estético, valor histórico, valor social e valor espiritual.

Após a análise dos dados recolhidos através do questionário, verificou-se que, no que concerne ao significado cultural, verificou-se que existem diferenças em relação aos valores conferidos a cada edifício. Os edifícios aos quais foi atribuído um maior valor estético foram os edifícios do Museu de Arte Nova e do Museu de Aveiro, sendo o edifício ao qual foi atribuído um maior valor histórico o do Museu de Aveiro. Por último, os edifícios aos quais foi atribuído um maior valor social e espiritual foram os edifícios do Museu de Aveiro e da Sé. Esta diversidade garante, ao estudo, uma diversidade em termos de significado cultural dos edifícios envolvidos.

A fonte de informação que foi mais utilizada pelos visitantes foi, em todos os edifícios, a Internet.

A brochura que foi entregue à entrada do edifício foi classificada como uma das mais importantes para obter informação sobre os três edifícios. Esta fonte foi ainda a única que exerceu uma influência positiva na formação da imagem de algum património arquitetónico alvo de estudo. Para além disso, só a utilização desta brochura teve uma relação positiva com a avaliação da atratividade das fontes, o que sugere que esta fonte pode ser particularmente atrativa.

Um aspeto particularmente relevante foi o facto de os inquiridos atribuírem grande relevância ao fornecimento de informação sobre diversos aspetos do património arquitetónico, o que confere particular importância à investigação no âmbito do fornecimento de informação sobre este tipo de património. Em relação ao conteúdo das fontes de informação, no geral os visitantes conferem uma maior importância a informação relacionada com o estilo arquitetónico, com as características únicas do edifício e ainda com a raridade desse tipo de edifício, detalhes do edifício, informação sobretudo relativa ao valor estético do significado cultural e, ainda, com a data de construção. No entanto, é importante remarcar que a importância conferida ao fornecimento de informação diferiu ainda entre os visitantes dos vários edifícios, o que sugere o desenvolvimento de estratégias de fornecimento de informação diferenciadas, adaptadas às características dos diferentes edifícios.

Relativamente aos impactes das fontes de informação, embora tenha havido impactes ao nível do significado cultural algo contraditórios, os resultados relativos à brochura entregue à entrada do edifício, especialmente criada para este estudo, sugerem que as fontes de informação, se concebidas de forma correta, têm capacidade de contribuir para uma maior perceção do significado cultural dos edifícios. Demonstrou-se também que existe uma diferença significativa em relação aos conhecimentos adquiridos pelos visitantes que utilizaram a brochura entregue à entrada do edifício da Sé e do Museu de Arte Nova e aqueles que não utilizaram, o que remarca a capacidade que as fontes de informação podem ter para promover um maior conhecimento sobre este tipo de património. Adicionalmente, o uso de diferentes fontes de informação exerceu uma influência positiva nos visitantes contribuindo para gerar atitudes positivas e um estado de *mindfulness*.

Conclui-se que não só o fornecimento de informação sobre o património arquitetónico é bastante valorizado pelos inquiridos, como as fontes de informação têm capacidade para aumentar a perceção sobre o significado cultural dos edifícios e apresentam um grande potencial para fomentar o alargamento de conhecimentos, gerar atitudes positivas e criar um estado de *mindfulness* nos visitantes do património arquitetónico.

PARTE IV- Conclusões

Capítulo 7 - Conclusões

7.1. Conclusões

A revisão de literatura permitiu verificar que o conceito de imagem é um conceito multidimensional que carece de uma definição universal no meio científico. Em primeiro lugar, o estudo da imagem em turismo é fundamental pois permite antecipar alguns comportamentos do visitante antes e após a sua visita a um destino turístico, havendo uma influência da imagem na escolha do destino a visitar e nos comportamentos após a visita como o *WOM*. A imagem divide-se em três componentes - afetiva, cognitiva e comportamental. A primeira diz respeito às emoções geradas em relação a determinado destino turístico, a dimensão cognitiva refere-se ao conhecimento e crenças que os visitantes adquiriram em relação a determinado destino ou objeto e, por último, a dimensão comportamental diz respeito às atitudes face a um destino como por exemplo o processo de escolha de um destino a visitar. A maioria dos estudos em turismo tem-se focado essencialmente na imagem como um todo em relação aos destinos, no entanto é importante também estudar qual a imagem de determinados elementos dos destinos turísticos como o património arquitetónico, já que este é, a principal atração de muitos destinos.

Devido à inexistência de estudos no âmbito da imagem cognitiva do património, para determinar qual a imagem cognitiva que os visitantes criam acerca do património arquitetónico visitado, recorreu-se ao significado cultural dos mesmos, já que o significado cultural é constituído por um conjunto de valores que englobam todas as informações relativas ao património quer seja sob um ponto de vista estético, histórico, espiritual, social ou científico. Deste modo, procurou-se criar uma escala adaptada que permitisse determinar a imagem cognitiva que é atribuída ao património arquitetónico por parte do visitante, com base nos significado cultural e, conseqüentemente, nos valores que lhe estão subjacentes.

Para os visitantes acederem a um conjunto de informações relativas ao património recorrem a fontes de informação que permitem fomentar a sua curiosidade e criar em si um estado *mindfulness*, isto é, tornar os visitantes mais interessados e críticos relativamente ao que os rodeia. O visitante pode recorrer a um grande número de fontes de informação como a brochura turística, as visitas guiadas, a comunicação informal com

empregados que trabalham no edifício, entre outros. Deste modo procurou-se determinar qual a influência destas fontes de informação para a criação da imagem cognitiva do património arquitetónico, sendo este o principal objetivo da presente dissertação. Este é o objetivo principal da dissertação porque, como se demonstrou através da revisão de literatura, há diversos investigadores que sugerem que as fontes de informação podem influenciar a imagem dos destinos turísticos e do património e ainda contribuir para um aumento de conhecimentos. No entanto, existem ainda poucas evidências empíricas no meio científico que o demonstrem.

Para alcançar o objetivo anteriormente referido realizou-se um estudo empírico, desenvolvido com base em edifícios considerados património arquitetónico relevante da cidade de Aveiro: Sé de Aveiro, edifício do Museu de Aveiro e edifício do Museu de Arte Nova. No estudo foi realizado um inquérito por questionário aos visitantes desses edifícios e entregando a cerca de metade deles uma brochura à entrada do edifício que iam visitar.

O estudo realizado revelou que os visitantes, para obterem informações relativas ao património arquitetónico, utilizaram mais a Internet, a brochura turística entregue à entrada do edifício e outros folhetos ou brochuras turísticas. A Internet e a brochura turística entregue à entrada do edifício foram também classificadas entre as três fontes mais importantes para a criação da imagem cognitiva desse património, entre os visitantes de cada edifício. No entanto, existem também algumas diferenças no que diz respeito à utilização das restantes fontes de informação utilizadas em cada um dos edifícios, concluindo-se que embora haja fontes de informação como a Internet que são grandemente utilizadas para obter informação sobre o património arquitetónico, o grau de utilização de outras fontes varia consoante o tipo de património arquitetónico e, inclusivamente, consoante a disponibilidade das fontes nesse mesmo património.

O estudo revelou também que os visitantes dos edifícios em análise despendiam ainda pouco tempo na consulta de fontes de informação, uma vez que só um pouco menos de metade dos inquiridos consultavam fontes de informação para obter informação sobre o edifício durante mais de 5 minutos. No entanto, o tempo que o visitante concedeu ao uso das fontes de informação está associado ao edifício que foi visitado. Foi no caso do edifício da Sé que os visitantes concederam menos tempo às fontes de informação sendo o caso do Museu de Aveiro aquele em que foi concedido mais tempo. Esta situação pode-se

justificar-se, em parte, por uns edifícios poderem despertar mais a curiosidade dos visitantes e levar a uma maior procura de informação mas, também, pela quantidade de fontes de informação disponíveis para cada um dos edifícios.

Após a análise de dados, observou-se que, muitas vezes as fontes de informação utilizadas não tiveram uma influência significativa na formação da imagem cognitiva do património. Verificou-se ainda, muito pontualmente, uma relação negativa das fontes e a existência de uma imagem positiva do património. Este facto sugere que muitas fontes de informação não estão a ser eficazes na criação de uma imagem cognitiva mais positiva, o que deve ser tomado em consideração pelos responsáveis pela promoção do património e pelas organizações com responsabilidades no turismo. No entanto, é de realçar que a relação positiva quase nunca se verificou ao nível dos valores que os inquiridos consideraram ser mais característicos de cada edifício. Contudo, verificou-se também que, em relação ao valor estético, existem diferenças significativas entre os visitantes que utilizaram e aqueles que não utilizaram a brochura que foi entregue à entrada da Sé e do Museu de Aveiro. Aqueles que usaram a brochura foram os que atribuíram um maior valor estético ao edifício, o que sugere que a brochura teve um impacto positivo para a criação da imagem do edifício. Verifica-se que apenas essa fonte de informação utilizada pelos visitantes teve influência na criação da imagem do património arquitetónico, isto é, a brochura que foi criada para fornecer aos visitantes de cada um dos edifícios exerceu uma influência positiva na formação da imagem dos edifícios da Sé de Aveiro e do Museu de Aveiro. Sugere-se que a eficácia desta fonte de informação reside em ela ter sido cuidadosamente pensada e criada para fornecer informação sobre cada um dos edifícios.

Determinou-se ainda qual a atratividade do conteúdo da informação das fontes de informação e a influência que as mesmas exerceram nas atitudes dos visitantes. De entre o total de fontes de informação utilizadas pelos visitantes foi a brochura que foi entregue à entrada do edifício que foi classificada como a mais importante para obter informação sobre os edifícios. Esta fonte foi ainda a única que exerceu uma influência na opinião sobre a atratividade das fontes. O facto de os inquiridos que utilizaram esta brochura considerarem o conjunto de fontes de informação que utilizaram como sendo mais atrativo, do que aqueles que não usaram, sugere que a brochura foi considerada particularmente atrativa. Demonstrou-se que existe uma diferença significativa em relação aos conhecimentos adquiridos pelos visitantes que utilizaram a brochura entregue à entrada do edifício da Sé e do Museu de Arte Nova e aqueles que não utilizaram esta fonte, o que remarca a

importância que as fontes de informação podem ter para a aprendizagem Outro aspeto importante foi o facto do uso de diferentes fontes de informação exercer uma influência positiva nos visitantes, originando atitudes positivas nos visitantes e contribuindo para gerar um estado *mindfulness*.

Após se ter determinado quais foram as fontes privilegiadas pelos visitantes e qual a influência das mesmas, determinou-se qual a informação que os visitantes consideravam mais importante ser fornecida sobre o património arquitetónico através das fontes de informação. Em termos gerais, o estudo evidenciou a importância de se fornecer informação relacionada com o estilo arquitetónico, com as características únicas do edifício, com a raridade desse tipo de edifício, detalhes do edifício e data de construção. No entanto, a investigação realçou ainda a existência de necessidades de informação diferentes consoante o tipo de edifício.

A este nível existem, no entanto, consideráveis diferenças nas respostas dos visitantes de cada edifício. Assim, enquanto por exemplo os visitantes do edifício da Sé e do Museu de Aveiro dão bastante relevância ao fornecimento de informação sobre figuras históricas associadas ao edifício, contributo para a identidade espiritual e práticas espirituais, os visitantes do Museu de Arte Nova conferem maior importância ao fornecimento de informação sobre materiais de construção e cores.

Conclui-se também que as fontes de informação têm a capacidade de fomentar a aquisição de conhecimentos sobre o património arquitetónico, isto é, induzir um estado *mindfulness* no visitante. Chegou-se a esta conclusão por se verificar que os visitantes que utilizavam a referida brochura tinham um maior número total de respostas corretas no questionário sobre o edifício, do que os que não utilizavam aquela fonte. Assim, verificou-se que os meios interpretativos influenciam positivamente a imagem cognitiva do património arquitetónico. Conclui-se, portanto, que os visitantes do património arquitetónico conferem uma grande relevância ao fornecimento de diversos tipos de informação sobre esse tipo de património e que as fontes de informação, se devidamente utilizadas pelos promotores do património cultural, podem ter uma influência positiva na criação da imagem cognitiva do património arquitetónico. As fontes de informação revelam ainda ter um papel crucial no processo de aquisição de conhecimentos sobre o património arquitetónico, fomentando também atitudes positivas nos visitantes desse património e demonstrando um elevado potencial para induzir um estado de *mindfulness*.

7.2. Contributos

Em termos teóricos, a presente dissertação permitiu identificar quatro dimensões do significado cultural (estética, histórica, espiritual e social) para determinar a imagem cognitiva do património arquitetónico. Além de existirem poucos estudos que relacionam a formação da imagem cognitiva do património cultural com a interpretação, a maioria restringe-se sobretudo a determinadas fontes de informação como as visitas guiadas e a determinados valores do património cultural. Adicionalmente, os estudos anteriormente mencionados não permitem identificar que aspetos da imagem cognitiva do património cultural são mais influenciados pela interpretação. O presente estudo demonstrou que algumas fontes de informação influenciam positivamente a imagem cognitiva do património arquitetónico, concretamente a perceção do significado cultural do património, fomentam a aquisição de conhecimentos relativamente ao património e geram atitudes positivas nos visitantes. Estes impactos verificaram-se, mais concretamente, ao nível da utilização da brochura que foi entregue à entrada do edifício. Esta continha um conjunto de informações que não se encontram na maioria das restantes fontes de informação. Ao fornecer essa informação que refletia diferentes aspetos do significado cultural, a imagem cognitiva que o visitante possuía foi influenciada positivamente e o conhecimento relativamente ao património aumentou.

A nível prático, e considerando os resultados obtidos no estudo empírico, os agentes envolvidos no planeamento e gestão do turismo devem criar meios interpretativos que suscitem a criação de uma imagem cognitiva positiva acerca do património arquitetónico da cidade de Aveiro. De acordo com a informação fornecida pelo visitantes, as suas fontes de informação preferidas para obter informação sobre o património arquitetónico são a Internet e as brochuras ou folhetos turísticos. Deste modo dever-se-á privilegiar estes meios para providenciar informação sobre o património arquitetónico.

Como se encontraram diferenças quanto à preferência pelas fontes de informação por parte dos visitantes de cada edifício, sugere-se um maior investimento por parte das entidades responsáveis pela gestão dos edifícios em providenciar essas fontes de informação aos visitantes. No caso da Sé, os visitantes preferiram, além da Internet, o uso de uma brochura turística que foi entregue à entrada do edifício e devido à inexistência de uma para o edifício sugere-se a criação de uma brochura. No Museu de Aveiro, e talvez por se tratar de um Museu, os visitantes preferiram, além da Internet, as placas e painéis interpretativos que existem na exposição do museu. Já no caso do Museu de Arte Nova,

os visitantes preferem, além da Internet, a comunicação informal com empregados que trabalham no edifício, talvez pelo facto de se tratar de um centro interpretativo sobre o património arquitetónico existente por toda a cidade e a conversa informal torne mais interessante descobrir informações sobre esses pontos que são apenas observáveis através de imagens no Museu. De todas as fontes de informação utilizadas pelos visitantes, foi a brochura entregue, criada para a presente dissertação, que exerceu uma maior influência na atribuição do significado cultural do património, no conhecimento e influência de atitudes, o que demonstra a importância deste meio para fornecer informação e a necessidade de criação de brochuras deste tipo.

Assim, para o edifício da Sé sugere-se a criação de uma brochura ou a disponibilização de informação através de meios virtuais que contenham informações acerca do valor estético, como o estilo arquitetónico, características únicas e data de construção. Para o museu de Aveiro as fontes de informação, que deverão ser particularmente equipamentos que permitam o acesso à Internet e painéis e placas interpretativos, devem conter informações sobre o valor histórico como informação sobre figura(s) histórica(s) que estejam associadas ao edifício, ao período histórico e, ainda, sobre a raridade do tipo de edifício. Por último, para o edifício do Museu de Arte Nova, devem existir fontes, particularmente meios virtuais e oportunidades de conversas informais com o staff que contenham informações relativas ao valor estético como as características únicas do edifício, estilo arquitetónico e detalhes do edifício.

7.3. Dificuldades e limitações

Durante a revisão de literatura encontraram-se algumas dificuldades na recolha de bibliografia que suportasse o estudo empírico, especialmente em como determinar a imagem cognitiva do património arquitetónico. Esta situação deve-se à escassez de estudos nesta área.

Como o questionário tinha um elevado número de itens, a grande dificuldade durante a administração dos questionários foi a recusa em responder aos questionários por parte dos visitantes dos edifícios.

Os constrangimentos temporais foram outra dificuldade para a recolha de um grande número de dados. Como o estudo é confinado apenas à cidade de Aveiro e a um reduzido

conjunto de edifícios – dois edifícios de arquitetura religiosa e um de tipologia civil - tornou-se mais difícil a comparação de dados entre os edifícios.

7.4. Propostas para investigação futura

A presente dissertação representa o início de uma investigação da imagem cognitiva do património arquitetónico na cidade de Aveiro. Um período temporal superior para realizar a investigação permitira abranger um conjunto mais vasto e diversificado de visitantes. Este alargamento do período temporal possibilitaria também incluir mais edifícios e agrupá-los de acordo com a sua tipologia arquitetónica para determinar se os visitantes atribuem um significado cultural diferente a edifícios de arquitetura civil e a edifícios de arquitetura religiosa e, também para verificar se os impactes da informação variam com a tipologia de edifício.

Devido à complexidade dos componentes da imagem e subjetividade da temática tornou-se difícil a recolha de determinados aspetos através do inquérito por questionário. Deste modo sugere-se o recurso a métodos qualitativos como a entrevista em investigações futuras, para deste modo poder obter um conjunto de dados mais detalhados sobre o modo como os visitantes do património arquitetónico utilizam as fontes de informação e sobre a forma como essas fontes geram impactes nos visitantes.

Para além de se sugerir a realização deste estudo em outras regiões, sugere-se ainda a realização do estudo novamente em Aveiro, para verificar se ocorreu uma alteração na opinião relativamente às fontes de informação e relativamente à influência das mesmas, de modo a possibilitar a adaptação do conteúdo ou a criação de novas fontes de informação.

Referências bibliográficas

- Aaker, D. A., & Day, G. S. (n.d.). Experimentation. In *Marketing Research* (4th ed., pp. 316–319). Singapura: John Wiley & Sons.
- Adiwibowo, R. S., Widodo, P., & Santosa, I. (2015). Correlations between Public Appreciation of Historical Building and Intention to Visit Heritage Building Reused as Retail Store. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184, 357–364.
- Agapito, D., Valle, P. O., & Mendes, J. C. (2013). The Cognitive-Affective-Conative Model of Destination Image: A Confirmatory Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30, 471–481.
- Almeida, Á. D. de, & Belo, D. (2007). Aveiro/ Ílhavo/ Murtosa. In L. de Oliveira (Ed.), *Portugal Património* (1ª ed., pp. 90–111). Rio de Mouro: Círculo de Leitores.
- Andrade Suárez, M. J. (2012). La generación de la imagen del destino a través de las fuentes de información y comunicación turística : El caso Gallego. *Revista de Estudios Regionales*, 93, 17–41.
- Askari, A. H., & Dola, K. B. (2009). Influence of Building Façade Visual Elements on Its Historical Image Influence of Building Façade Visual Elements on Its Historical Image: Case of Kuala Lumpur City, Malaysia. *Journal of Design and Built Environment*, 5, 49–59.
- Assembleia da República. Bases da política e do regime de protecção e valorização do património cultural, Pub. L. No. 2 (2001). Portugal: Diário da República. Retrieved from <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/legislacao-sobre-patrimonio/>
- Australia ICOMOS. (1999). The Burra The Burra Charter. Retrieved October 25, 2016, from <http://australia.icomos.org/publications/charters/>
- Australia ICOMOS. (2013). Interpretation 1. 2. Retrieved November 7, 2016, from <http://australia.icomos.org/publications/charters/>
- Avrami, E., Mason, R., & De la Torre, M. (2000). *Values and Heritage Conservation*. Los Angeles.
- Azhari, N. F. N., & Mohamed, E. (2012). Public Perception: Heritage Building Conservation in Kuala Lumpur. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 50, 271–279.

- Bakri, A. F., Ibrahim, N., Ahmad, S. S., & Zaman, N. Q. (2015). Public Perception on the Cultural Significance of Heritage Buildings in Kuala Lumpur. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 202, 294–302.
- Ballantyne, R., Hughes, K., & Bond, N. (2016). Using a Delphi approach to identify managers' preferences for visitor interpretation at Canterbury Cathedral World Heritage Site. *Tourism Management*, 54, 72–80. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.014>
- Ballantyne, R., Hughes, K., Ding, P., & Liu, D. (2014). Chinese and international visitor perceptions of interpretation at Beijing built heritage sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 22, 705–725.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 868–897.
- Basaran, U. (2016). Examining the Relationships of Cognitive, Affective, and Conative Destination Image: A Research on Safranbolu, Turkey. *International Business Research*, 9, 164–179.
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31, 657–681.
- Bigné Alcañiz, E., Sánchez García, I., & Sanz Blas, S. (2009). The functional-psychological continuum in the cognitive image of a destination: A confirmatory analysis. *Tourism Management*, 30, 715–723.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). Consumer Knowledge. In B. Schoof (Ed.), *Consumer Behavior* (9th ed., pp. 259–268). EUA: Roche, Mike.
- Brown, G., & Gifford, R. (2001). Architects Predict Lay Evaluations of Large Contemporary Buildings: Whose Conceptual Properties? *Journal of Environmental Psychology*, 21, 93–99.
- Byrne, D., Ireland, T., & Brayshaw, H. (2001). *Social significance a discussion paper*. Hurstville.
- Caldeira, A. M. B. (2006). *Atrações e Gestão de Visitantes - Uma abordagem de competitividade aplicada ao caso português*. Universidade de Aveiro.
- Câmara Municipal de Aveiro. (n.d.). No Title. Brochura, Aveiro: Câmara Municipal de Aveiro.

- Campo, S., & Alvarez, M. D. (2013). Can tourism promotions influence a country's negative image? An experimental study on Israel's image. *Current Issues in Tourism*, 17, 1–19.
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28, 1115–1122.
- Choay, F. (2000). *A Alegoria do Património*. Lisboa: Edições 70, Lda.
- Coeterier, J. F. (2002). Lay people's evaluation of historic sites. *Landscape and Urban Planning*, 59, 111–123.
- Cohen-Aharoni, Y. (2017). Guiding the “real” Temple: The construction of authenticity in heritage sites in a state of absence and distance. *Annals of Tourism Research*, 63, 73–82.
- Conselho da Europa. (n.d.). Convention for the Protection of the Architectural Heritage of Europe. Retrieved January 3, 2017, from <http://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168007a087>
- Conselho da Europa. (2015). Declaração de Namur. Namur. Retrieved from <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/cartas-e-convencoes-internacionais-sobre-patrimonio/>
- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Shepherd, R. (2008). *Turismo, Princípios e Prática*. (Bookman, Ed.) (3ª ed.). Porto Alegre.
- DGPC. (n.d.-a). Edifício Arte Nova, também denominado «Casa do Major Pessoa». Retrieved January 10, 2017, from <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/74836/>
- DGPC. (n.d.-b). Pesquisa geral. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/>
- DGPC. (n.d.-c). Sé de Aveiro. Retrieved January 10, 2017, from <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/73187/>
- Diário do Governo. (1910). Decreto23_06_1910.pdf. Lisboa. Retrieved from www.patrimoniocultural.gov.pt/media/uploads/decsmaria/Decreto23_06_1910.pdf

- Dias, M. S. (2006). *O Mistério da Casa Major Pessoa* (1ª ed.). Aveiro: Câmara Municipal de Aveiro.
- Direção Regional Cultura Norte. (n.d.). Património Cultural. Retrieved January 2, 2017, from <http://www.culturanorte.pt/pt/areas-de-intervencao/patrimonio-cultural/>
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2002). *Cultural Tourism - The partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management* (1st ed.). Binghamton, Nova Iorque: The Haworth Hospitality Press.
- Durão, M. S. F. (2009). *Gestão de visitantes: uma perspectiva sobre os museus de Portugal*. Universidade de Aveiro.
- Dutt, C., & Ninov, I. (2016a). The role of mindfulness in tourism : Tourism businesses ' perceptions of mindfulness in Dubai , UAE Abstract. *Tourism*, 64, 81–95.
- Dutt, C., & Ninov, I. (2016b). Tourists' Experiences of Mindfulness in Dubai, United Arab Emirates (UAE). *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33, 1195–1212.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. R. B. (1991). The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 2, 2–12.
- English Heritage to Historic England. (2015). Conservation Principles, Policies and Guidance. English Heritage.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30, 10–16.
- Fernandes, M. J. (2000). *Francisco da Silva Rocha (1864 - 1957): Arquitectura Arte Nova, Uma Primavera Eterna*. Porto: Universidade do Porto.
- Figueiredo, P. (2002). Mosteiro de Jesus / Museu de Santa Joana / Museu de Aveiro. Retrieved January 10, 2017, from http://www.monumentos.pt/site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=2255
- Figueiredo, P. (2012). Convento de São Domingos / Catedral de Aveiro / Sé de Aveiro / Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Glória / Igreja de Nossa Senhora da Glória. Retrieved January 10, 2017, from http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=238
- Francesconi, S. (2011). Images and writing in tourist brochures. *Journal of Tourism and*

- Cultural Change*, 9, 341–356.
- Frauman, E., & Norman, W. C. (2004). Mindfulness as a Tool for Managing Visitors to Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 42, 381–389.
- Fredheim, L. H., & Khalaf, M. (2016). The significance of values: heritage value typologies re-examined. *International Journal of Heritage Studies*, 7258, 1–17.
- Frías, D. M., Rodríguez, M. A., & Castañeda, J. A. (2008). Internet vs. travel agencies on pre-visit destination image formation: An information processing view. *Tourism Management*, 29, 163–179.
- Gallarza, M. G., García, H. C., & Saura, I. G. (2002). Towards a Conceptual Framework. *Annals of Tourism Research*, 29, 56–78.
- Ganesan, V., Noor, S. M., & Jaafar, M. (2014). Communication Factors Contributing to Mindfulness: A Study of Melaka World Heritage Site Visitors. *Journal of Sustainable Development*, 7, 49. Retrieved from <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/jsd/article/view/34879>
- Gartner, W. C. (1993). Collaborative Alliances: New Interorganisational Forms in Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2, 217–227.
- Gaspar, J. G. (1988). Votada ao Amor. In Câmara Municipal de Aveiro (Ed.), *A Princesa Santa Joana e a sua época* (2^a ed., pp. 209–240). Aveiro: Câmara Municipal de Aveiro.
- Gonçalves, A. N. (1959). *Inventário Artístico de Portugal - Distrito de Aveiro, zona Sul* (V. 6) (1^a). Lisboa: Academia Nacional de Belas Artes.
- Goodrich, J. N., & Goodrich, J. N. (2008). The Big American Blackout of 2003 The Big American Blackout of 2003 : A Record of the Events and Impacts on USA Travel and Tourism, 8408, 37–41.
- Gunn, C. A. (1988). Travelers, Public Involvement and Design. In *Vacationscape - Designing Tourist Regions* (2nd ed., pp. 23–35). Melbourne: Van Nostrand Reinhold.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). Learning, Memory and Product Positioning. In K. Westover & N. Barbour (Eds.), *Consumer Behaviour - Building Marketing Strategy* (7th ed., pp. 330–350). EUA: Craig Beytien.
- Heritage Collections Council. (2001). *Significance - a guide to assessing the significance*

of cultural heritage objects and collections. Heritage. Canberra.

- Herzog, T. R., & Shier, R. L. (2000). Complexity, Age, and Building Preference. *Environment and Behavior, 32*, 557–575.
- Howard, P. (2003). *Heritage: management, interpretation, identity* (1st ed.). Londres: Continuum.
- Hubbard, P. (1996). Conflicting interpretations of architecture: An empirical investigation. *Journal of Environmental Psychology, 16*, 75–92.
- Hughes, K., Bond, N., & Ballantyne, R. (2013). Designing and managing interpretive experiences at religious sites: Visitors' perceptions of Canterbury Cathedral. *Tourism Management, 36*, 210–220.
- ICOMOS. (n.d.). European Charter of the Architectural Heritage - 1975. Retrieved January 3, 2017, from <http://www.icomos.org/en/charters-and-texts/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/170-european-charter-of-the-architectural-heritage>
- ICOMOS. (1964). The Venice Charter 1964. *IInd International Congress of Architects and Technicians of Historic Monuments*. Veneza. Retrieved from https://www.icomos.org/charters/venice_e.pdf
- ICOMOS. (2013a). The Burra Charter: The Australia ICOMOS Charter for Places of Cultural Significance, 2013. Retrieved October 31, 2016, from <http://australia.icomos.org/publications/charters/>
- ICOMOS. (2013b). Understanding and assessing cultural significance 1. Retrieved October 31, 2016, from <http://australia.icomos.org/publications/charters/>
- ICOMOS - Comissão Nacional Portuguesa. (2017). História. Retrieved January 2, 2017, from <http://icomos.pt/index.php/o-que-e-o-icomos?start=5>
- INE. (2012). *Anuário Estatístico da Região Centro 2011*. (I. P. Instituto Nacional de Estatística, Ed.). Lisboa.
- INE. (2015). *Anuário Estatístico da Região Centro*. (Instituto Nacional de Estatística, Ed.). Lisboa.
- INE. (2016). Base de Dados. Retrieved May 19, 2017, from https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=00

08859&contexto=bd&selTab=tab2

- Interpret Europe. (2016). Interpretation defined. Retrieved December 21, 2016, from <http://www.interpret-europe.net/feet/home/heritage-interpretation/interpretation-defined.html>
- Interpretation Australia. (2016). What is interpretation? Retrieved December 21, 2016, from <https://www.interpretationaustralia.asn.au/about-interpretation-australia/interpretation/>
- Io, M.-U. (2013). Testing a model of effective interpretation to boost the heritage tourism experience: A case study in Macao. *Journal of Sustainable Tourism, 21*, 900–914.
- Io, M.-U., & Hallo, L. (2011). Tour guides' interpretation of the Historic Center of Macao as a World Cultural Heritage site. *Journal of Tourism and Cultural Change, 9*, 140–152.
- Jacobs, M. H., & Harms, M. (2014). Influence of interpretation on conservation intentions of whale tourists. *Tourism Management, 42*, 123–131.
- Jalil, S. A. El. (2010). Images of Egypt in United Kingdom Tour Operators' Brochures. *Tourismos, 5*, 179–191.
- Jeong, C., & Holland, S. (2012). Destination Image Saturation. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 29*, 501–519.
- Jutla, R. S. (2000). Visual image of the city: Tourists' versus residents' perception of Simla, a hill station in northern India. *Tourism Geographies, 2*, 404–420.
- Kang, E.-J., Scott, N., Lee, T. J., & Ballantyne, R. (2012). Benefits of visiting a “dark tourism” site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management, 33*, 257–265.
- Kerstetter, D., & Cho, M. H. (2004). Prior knowledge, credibility and information search. *Annals of Tourism Research, 31*, 961–985.
- Kim, A. K. J., Airey, D., & Szivas, E. (2011). The Multiple Assessment of Interpretation Effectiveness: Promoting Visitors' Environmental Attitudes and Behaviour. *Journal of Travel Research, 50*, 321–334.
- Kim, H., & Chen, J. S. (2015). Destination image formation process: A holistic model. *Journal of Vacation Marketing, 22*, 1356766715591870-.
- Kislali, H., Kavaratzis, M., & Saren, M. (2016). Rethinking destination image formation.

- International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10, 70–80.
- Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2016). Advancing destination image: The destination content model. *Annals of Tourism Research*, 61, 28–44.
- Kozak, N., & Kozak, M. (2008). Information sources available to visitors: a segmentation analysis. *Tourism Review*, 63, 4–12.
- Kuo, I.-L. (2002). The effectiveness of environmental interpretation at resource-sensitive tourism destinations. *International Journal of Tourism Research*, 4, 87–101.
- Kuo, N.-T., Chang, K.-C., Cheng, Y.-S., & Lin, J.-C. (2016). Effects of Tour Guide Interpretation and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty in Taiwan's Kinmen Battlefield Tourism: Perceived Playfulness and Perceived Flow as Moderators. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33, 103–122.
- Lai, K., & Li, X. (2015). Tourism destination image: Conceptual problems and definitional solutions. *Journal of Travel Research*, 55, 1–16.
- Madin, E. M. P., & Fenton, D. M. (2004). Environmental Interpretation in the Great Barrier Reef Marine Park: An Assessment of Programme Effectiveness. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, 121–137.
- Mason, R. (2002). Assessing Values in Conservation Planning: Methodological Issues and Choices. In M. De la Torre (Ed.), *Assessing the Values of Cultural Heritage* (pp. 5–30). Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Mcintosh, A. J. (1999). Into the Tourist's Mind: Understanding the Value of the Heritage Experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8, 41–64.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, W. A. (2009a). Brochures, print and other non - electronic information. In *Marketing in travel and tourism* (4th ed., pp. 317–334). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, W. A. (2009b). Understanding the consumer: tourism motivations and buyer behaviour. In *Marketing in travel and tourism* (4th ed., pp. 77–94). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Molina, A., & Esteban, Á. (2006). Tourism Brochures. Usefulness and Image. *Annals of Tourism Research*, 33, 1036–1056.
- Montello, D. R. (2014). Spatial Cognition and Architectural Space: Research Perspectives.

Architectural Design, 84, 74–79.

- Moreira, P. C. (2006). Aveiro lança rede de municípios arte nova. Retrieved January 5, 2017, from <http://www.publico.pt/local-centro/jornal/aveiro-lanca-rede--de-municipios-arte-nova-79339>
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23, 376–397.
- Moscardo, G. (2002). Interpretation. In *Encyclopedia of Tourism* (2nd ed., pp. 327–328). Taylor & Francis.
- Moscardo, G. (2003). Interpretation and Sustainable Tourism : Functions, Examples and Principles. *The Journal of Tourism Studies*, 14, 112–123.
- Moscardo, G. (2014). Interpretation and tourism: holy grail or emperor's robes? *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8, 462–476.
- Mura, M., & Troffa, R. (2006). Aesthetic, perception and preference for historical and modern buildings. *Cognitive Processing*, 7.
- Museu da Cidade de Aveiro. (n.d.). Museu da Cidade de Aveiro. Brochura, Aveiro: Museu da Cidade de Aveiro.
- Naoi, T., Airey, D., Iijima, S., & Niininen, O. (2006). Visitors' evaluation of an historical district: Repertory Grid Analysis and Laddering Analysis with photographs. *Tourism Management*, 27, 420–436.
- Neves, A. (1997a). *A Arte Nova em Aveiro e o seu Distrito* (2^a ed.). Aveiro: Câmara Municipal de Aveiro.
- Neves, A. (1997b). *Da Arte Nova em Aveiro: O porquê da diversidade do estilo*. Aveiro: Fedrave.
- Nicoletta, R., & Servidio, R. (2012). Tourists' opinions and their selection of tourism destination images : An affective and motivational evaluation. *Tourism Management Perspectives*, 4, 19–27.
- Nishimura, S., Waryszak, R., & King, B. (2007). The Use of Guidebooks by Japanese Overseas Tourists: A Quantitative Approach. *Journal of Travel Research*, 45, 275–284.
- Noor, S. M., Rasoolimanesh, S. M., Ganesan, V., & Jaafar, M. (2015). Effective


- interpretation using various media toward mindfulness: a case study of Malacca. *Journal of Heritage Tourism*, 10, 263–279.
- Núcleo Arte Nova. (n.d.). Museu Arte Nova. Brochura, Aveiro: Núcleo Arte Nova.
- Pennisi, L. A., Gunawan, Y., Major, A. L., & Winder, A. (2011). How to Create an Effective Brochure. *NebGuide G2028*. Guia, Lincoln: Universidade de Nebraska - Lincoln Extension Publications, IANR.
- Pennisi, L. A., & Winder, A. (2011). Effective Graphic Design. *NebGuide G2031*. Lincoln: Universidade de Nebraska - Lincoln Extension Publications, IANR.
- Pike, S. (2002). Destination image analysis — a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23, 541–549.
- Poria, Y., Biran, A., & Reichel, A. (2007). Old city, new image: perception, positioning and promotion of Budapest. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22, 21–34.
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2013). The Role of Interpretative Tour Guiding in Sustainable Destination Management: A Comparison between Guided and Nonguided Tourists. *Journal of Travel Research*, 52, 659–672.
- Poulios, I. (2010). Moving Beyond a Values-Based Approach to Heritage Conservation. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 12, 170–185. Retrieved from rvation
- Região de Turismo Rota da Luz. (2008). Rota da Arte Nova: Aveiro - Portugal. Guia, Aveiro: Região de Turismo Rota da Luz.
- Réseau Art Nouveau Network Association. (n.d.). Arte Nova & Ecologia. Brochura, Bruxelas: Ph. Thiéry, Direction des Monuments et des Sites de la Région de Bruxelles - Capitale.
- Réseau Art Nouveau Network Association. (2009). About the association. Retrieved January 5, 2017, from <http://www.artnouveau-net.eu/Network/ArtNouveau/Abouttheassociation/tabid/1631/language/en-GB/Default.aspx#>
- Roberts, M., Mearns, K., & Edwards, V. (2014). Evaluating the effectiveness of guided versus non-guided interpretation in the Kruger National Park, South Africa. *Koedoe*, 56, 1–8.

- Rodrigues, M. J. M., Sousa, P. F., & Bonifácio, H. M. P. (Eds.). (2005). *Vocabulário Técnico e Crítico de Arquitetura* (4ª ed.). Lisboa: Quimera.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). Consumer Learning. In L. Johnson, J. Larkin, M. Foresta, C. Timm, N. Anderson, & B. Kaplan (Eds.), *Consumer Behavior* (7th ed., pp. 160–193). New Jersey: Prentice Hall.
- Sentir Aveiro. (n.d.). Sentir Aveiro. Brochura, Aveiro: Sentir Aveiro.
- Silveira, D., Varum, H., & Costa, A. (2007). Rehabilitation of an important cultural and architectural heritage: The traditional adobe constructions in Aveiro district. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 102, 705–714.
- SIPA. (n.d.). Inventário do Património Arquitetónico. Retrieved January 3, 2017, from http://monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SitePageContents.aspx?id=3528f11c-be07-4088-91be-4f8ed78738c9
- Smith, R. E., & Yang, X. (2004). Toward a general theory of creativity in advertising: Examining the role of divergence. *Marketing Theory*, 4, 31–58.
- Stephenson, J. (2008). The Cultural Values Model: An integrated approach to values in landscapes. *Landscape and Urban Planning*, 84, 127–139.
- Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management*, 58, 184–195.
- Throsby, D. (2002). Cultural Capital and Sustainability Concepts in the Economics of Cultural Heritage. In M. De la Torre (Ed.), *Assessing the Values of Cultural Heritage* (pp. 101–117). Los Angeles: The Getty Conservation Institute. Retrieved from www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/.../assessing.pdf
- Tilden, F. (1977). *Interpreting Our Heritage* (3rd ed.). Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. (Channel View Publications, Ed.). Bristol: Charlesworth Press.
- Tubb, K. N. (2003). An evaluation of the effectiveness of interpretation within Dartmoor National Park in reaching the goals of sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 476–498.

- Turismo Centro de Portugal. (n.d.). Roteiro de Arquitetura. Brochura, Aveiro: Turismo Centro de Portugal.
- Turismo Centro de Portugal. (2009). No Title. Brochura, Aveiro: Turismo Centro de Portugal.
- Turismo do Centro. (2015a). Doçaria - Ria de Aveiro. Retrieved January 10, 2017, from http://www.turismodocentro.pt/pt/produtos_3/docaria_conventual_a22.html
- Turismo do Centro. (2015b). Empresas Marítimo - Turísticas. Retrieved January 10, 2017, from <http://www.turismodocentro.pt/pt/?op=ofertas&area=1&categoria=25>
- UNESCO. (n.d.). What is meant by “cultural heritage”? Retrieved January 2, 2016, from <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>
- UNESCO. (1972). Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural. Paris. Retrieved from whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf
- Universidade de Aveiro. (2017). INVTUR 2017 - Como chegar. Retrieved July 6, 2017, from <https://www.ua.pt/invtur/page/17607>
- Van Dijk, P., & Weiler, B. (2009). An Assessment of the Outcomes of a Chinese-Language Interpretive Tour Experience at a Heritage Tourism Attraction. *Tourism Analysis*, 14, 49–63. Retrieved from <http://www.ingentaconnect.com/content/cog/ta/2009/00000014/00000001/art00006>
<http://dx.doi.org/10.3727/108354209788970144>
- Van Winkle, C. M., & Lagay, K. (2012). Learning during tourism: the experience of learning from the tourist’s perspective. *Studies in Continuing Education*, 34, 339–355.
- Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11, 321–324. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.culher.2010.01.006>
- Vogt, C. A., & Andereck, K. L. (2003). Destination perceptions across a vacation. *Journal of Travel Research*, 41, 348.
- Weiler, B., & Smith, L. (2009). Does more interpretation lead to greater outcomes? An assessment of the impacts of multiple layers of interpretation in a zoo context. *Journal of Sustainable Tourism*, 17, 91–105.

- Williams, P. (2013). Performing Interpretation. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13, 115–126.
- Zhou, Z. (1997). Destination Marketing: Measuring the Effectiveness of Brochures. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 6, 143–158.

ANEXO 1
Brochura concebida para a Sé de Aveiro (português)





SÉ DE AVEIRO

Informação útil:
Posto de Turismo: Rua João Mendonça, 8
 3810 – 200, Aveiro
 Tel.: +351 234 420 760

Sé de Aveiro: Rua Batalhão de Caçadores, 10
 3810-064 Aveiro
 Tel.: +351 234 422 182

O Papa que autorizou a construção da Sé foi....
 M _ _ _ V

Resposta: Martinho

No centro da fachada existe um portal delimitado por quatro colunas barrocas e rematadas por uma tabela também em barroca com a representação das Três Virtudes (Caridade, Esperança e Fé).



Da construção inicial do mosteiro restam alguns elementos arquitetónicos como um cruzeiro taro-gótico que se encontra na primeira capela do lado direito da Epistola, do qual se encontra uma reconstrução no exterior em frente à Sé. O cruzeiro foi classificado como Monumento Nacional em 1910.

No dia 13 de Março de 1423, o Papa Martinho V autorizou a construção de um mosteiro da ordem masculina de São Domingos na sequência de uma aparição da Virgem.

Este edifício sofreu reestruturações durante os séculos XVII, XVIII, XIX e XX, sendo neste último aí instalada a Sé de Aveiro no que subsistiu de um incêndio de grandes dimensões ocorrido no século XIX.



Anexo 2
Brochura concebida para a Sé de Aveiro (espanhol)



CATEDRAL DE AVEIRO

Información útil:

Oficina de Turismo: Calle João Mendonça, 8
3810 - 200, Aveiro
Tel.: +351234420760

Catedral de Aveiro: Calle Batalhão de Caçadores, 10
3810-064 Aveiro
Tel.: +351234422182

El Papa que autorizó la construcción de la catedral fue

M _ _ _ _ V

Respuesta: Martín V

El 13 de marzo, 1423, el Papa Martín V autorizó la construcción de un monasterio de la orden masculina de Santo Domingo, como resultado de una aparición de la Virgen.

Este edificio de arquitectura religiosa se reestructura durante los siglos XVII, XVIII, XIX y XX, y en este último se instala la Catedral de Aveiro en lo que quedaba de un gran incendio que se produjo en el siglo XIX.




Frente al centro está un portal barroco bordeado por cuatro columnas rematadas por una mesa también barroca con la representación de las tres virtudes (la caridad, la esperanza y la fe).



Existen algunos elementos arquitectónicos de la construcción inicial del monasterio como una cruz gótica tardía que está en la primera capilla de la Epístola y del cual existe una reconstrucción fuera delante de la catedral. La cruz fue clasificado como Monumento Nacional en 1910.

ANEXO 3
Brochura concebida para a Sé de Aveiro (francês)



Cathédrale de Aveiro


Informations pratiques:
Office de Tourisme: Rue João Mendonça, 8
 3810 - 200, Aveiro
 Tél.: +351234420760


Cathédrale de Aveiro: Rue Batalhão de
 Caçadores, 10
 3810-064 Aveiro
 Tél.: +351234422182

Le pape qui a autorisé la construction de la cathédrale a été ...

M _ _ _ _ _ V

Réponse: Martin V





Après d' une apparition de la Vierge, le pape Martin V a autorisé la construction d'un monastère de l'ordre religieux d'hommes Santo Domingo à Aveiro, le 13 mars 1423.

Au cours des siècles XVII, XVIII et XIX, ce bâtiment a subi quelques restructurations, et au siècle XX un grand incendie a détruit le monastère. Au siècle XIX, la Cathédrale d' Aveiro a été installé dans celui qui a resté après l'incendie.

Aujourd'hui, il est possible d'observer quelques éléments architecturaux qui sont là depuis la construction du monastère, au siècle XV. Par exemple, la croix gothique tardif à la chapelle de l'Épître à l'intérieur de l'église, et dont la reproduction on peut observer à l'extérieur de la Cathédrale, laquelle a été classée comme monument national en 1910.

À la façade principale de la Cathédrale il ya a un portail qui est défini par quatre colonnes baroques et surmontés d'une table baroque avec la représentation des Trois Vertus : la Charité, l'Espoir et la Foi.



ANEXO 4
Brochura concebida para a Sé de Aveiro (inglês)



Useful information:
Tourist Office: João Mendonça Street, 8
 3810 - 200, Aveiro
 Phone: +351 234 420 760

Aveiro Cathedral: Batalhão de Caçadores Street,
 10
 3810-064 Aveiro
 Phone.: +351 234 422 182



The Pope who authorized the construction of the Cathedral was ...

M _ _ _ _ _ V

Aveiro, Martinho V



AVEIRO CATHEDRAL



In the center of the facade there is a portal delimited by four Baroque columns and topped by a Baroque table with the representation of the Three Virtues: Charity, Hope and Faith.



Some architectural elements dating from the original Monastery remain almost intact in the Cathedral. These include a late-Gothic cruise located in the first chapel on the right side of the Epistle, and of which there is a reconstruction outside the Cathedral. This cruise was classified as Portuguese National Monument in 1910.

After an apparition of the Virgin, Pope Martinho V authorized the construction of a Monastery of the religious order of men, St. Dominic. This dates back to 13th of March, 1423.

Between the XVII and XX centuries, the Monastery was restructured several times, and a fire of great proportions significantly destroyed the building in the XIX century. Aveiro Cathedral was installed in the former Monastery in the XX century.



ANEXO 5

Brochura concebida para o Museu de Aveiro (português)



A este convento, esteve ligada uma figura histórica de grande valor para a cidade de Aveiro, sendo atual padroeira da cidade - a Princesa Santa Joana, filha de Dom Afonso V.

Santa Joana faleceu no mosteiro a 12 de Maio de 1490 na Casa de Lavor. Está sepultada num túmulo desenhado pelo arquiteto régio João Antunes e criado entre 1699 e 1711.



Museu de Aveiro



Informação útil:

Posto de Turismo: Rua João Mendonça, 8
3810 – 200, Aveiro
Tel.: +351 234 420 760

Museu de Aveiro: Avenida de Santa Joana
3810 – 329, Aveiro
Tel.: +351 234 423 297



O mosteiro de Jesus foi construído no...

- a) Século II
- b) Século X
- c) Século XV

Resposta: c)

Com o apoio de:



AVEIRO
Câmara Municipal

O Museu de Aveiro encontra-se no antigo Convento de Jesus da Ordem Dominicana que foi fundado na segunda metade do século XV.

Em 23 de Fevereiro de 1461, o Papa Pio II autorizou a sua construção.



Entre os séculos XVI e XVIII o edifício foi sujeito a algumas remodelações arquitetónicas e engrandeceu o seu espólio artístico que pode ser visitado na exposição permanente do museu.



A vida de clausura no Convento de Jesus terminou em 1874 quando faleceu a última religiosa, cumprindo-se assim os termos da lei que determinou a extinção das ordens religiosas. Em 1911 foi instalado o núcleo museológico.



Atualmente restam apenas algumas dependências monásticas como o refeitório, o coro alto e o claustro.

ANEXO 6

Brochura concebida para o Museu de Arte Nova (português)



Museu de Arte Nova de Aveiro

Este edifício de arquitetura civil foi projetado pelo arquiteto Silva Rocha em cooperação com o arquiteto Ernesto Korrodi e construído entre 1907.

A decoração da fachada apresenta motivos florais como lírios, girassóis e folhas de acanto. O edifício apresenta três registos. A fachada é rematada por um óculo e acima do óculo existe a escultura de uma águia que segura uma serpente com as garras.

Em 1985, a Câmara Municipal iniciou obras de reabilitação na cidade e comprou alguns edifícios que se encontravam devolutos, como a casa Major Pessoa. Esta, devoluta até 2004, foi reabilitada e atualmente conserva o Museu de Arte Nova e Casa de Chá. A sua reabilitação esteve a cargo do arquiteto Mário Dias. A casa acabou por ser classificada como imóvel do interesse público.

Informação útil:

Posto de Turismo: Rua João Mendonça, 8
3810 – 200, Aveiro
Tel.: +351 234 420 760

Museu de Arte Nova de Aveiro:

Rua Dr. Barbosa de Guimarães, 9/ 11
3810 - 119, Aveiro
Tel.: +351 234 406 485

Com o apoio de:



AVEIRO
Câmara Municipal

ANEXO 7

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (português)

Nº do questionário: ____ (Não preencher)

Data: __/__/__

Local: _____

O objetivo deste inquérito é perceber qual a imagem que o visitante da cidade de Aveiro cria acerca do património arquitetónico desta cidade. Este questionário insere-se num estudo elaborado no âmbito de uma dissertação do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. O seu contributo é fundamental para a realização deste estudo. Leia atentamente todas as indicações e responda nos espaços reservados para o efeito. O questionário é anónimo, por isso as respostas vão ser tratadas com toda a confidencialidade.
Obrigado pela sua colaboração.

Márcia Costa (Universidade de Aveiro)

1. Já tinha visitado este edifício antes? Não Sim Quantas vezes? _____

2. Que importância tiveram as seguintes fontes de informação para criar a imagem que, neste momento, tem do edifício da Sé de Aveiro? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

	Se utilizou a fonte de informação:							Não utilizei esta fonte de informação
	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muito importante 7	
Amigos e familiares								
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício								
Brochura que me foi entregue à entrada do edifício								
Outros folhetos ou brochuras turísticas								
<i>Internet</i>								
Guias turísticos (publicações)								
Operadores ou agências de viagens								
Painéis ou placas interpretativos								
Postos de informação turística								
Sinalética								
Televisão, rádio, jornais, revistas								
Visitas guiadas								
Outra(s). Qual(is)? _____								
O conjunto de todas as fontes de informação utilizadas								

Se não utilizou qualquer fonte de informação avance para a questão 4.

3. Quais foram as informações mais importantes que obteve sobre a Sé através das fontes de informação que utilizou? _____

4. Como descreveria a Sé? _____

5. Em que medida considera que a Sé seja património cultural importante? (Assinale com um X a opção que corresponde à sua opinião)

Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7

6. Se considera a Sé importante, indique porquê. _____

7. Em que medida concorda com as seguintes afirmações em relação ao edifício da Sé? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

O edifício da Sé...	Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7
Tem uma forma atrativa							
Tem uma grande dimensão							
Tem uma combinação de cores atrativa							
Integra materiais atrativos							
Parece ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica							
É bonito							
É representativo de um estilo arquitetónico							
Tem um estilo arquitetónico bonito							
É muito antigo							
Está associado a alguma(s) personalidade(s) histórica(s) relevante(s)							
Tem relevância em termos históricos							
Está associado a um evento importante							
Encontra-se associado a um período histórico importante							
É raro							
É um importante símbolo do local onde se localiza							
É parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural							
É importante para a comunidade local							
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas locais ou práticas de grupos culturais							
Contribui para alcançar um bem-estar espiritual							
Contribui para criar uma identidade espiritual num grupo de pessoas							
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas espirituais							
Pode fornecer informação importante para investigação futura							
Fornecer informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas							
Fornecer informações importantes sobre alguns aspetos históricos							

8. Na sua opinião é importante haver fontes de informação que forneçam, aos visitantes, informação sobre os seguintes aspetos da Sé? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muito importante 7
Forma/ design							
Dimensão/tamanho							
Cor(es)							
Materiais de construção							
Técnicas de construção							
Características únicas							
Detalhes do edifício							
Estilo arquitetónico							
Data de construção							
Associação do edifício a figura(s) histórica(s)							
Relação com evento importante							
Relação com período histórico							
Raridade deste tipo de edifício							
Aspetos que fazem com que o edifício seja parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural							
Contributo do edifício para a identidade espiritual ou religião de um grupo de pessoas							
Práticas espirituais associadas ao edifício							
Práticas culturais associadas ao edifício							

9. Em que medida concorda com as seguintes afirmações relativas às fontes de informação que utilizou para obter informação sobre a Sé? (Assinale com um X, a opção que corresponde à sua opinião)

(Se não utilizou qualquer fonte de informação avance para a questão 11).

As fontes de informação que utilizei...	Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7
Provocaram o meu interesse							
Permitiram adquirir os conhecimentos que procurava							
Tinham um conteúdo educativo							
Continham informação interessante							
Continham informação clara							
Continham informação variada							
Tinham um conteúdo adaptado a diferentes tipos de turistas							
Fizeram-me relacionar a informação que elas forneciam com conhecimentos anteriores							
Permitiram relacionar-me melhor com o edifício							
Permitiram-me relacionar o património da minha zona de residência com o edifício que visitei							
Fizeram-me estabelecer ligações com o meu passado e o presente							
Encorajaram-me a fazer mais questões sobre o local							

10. Em média, quanto tempo prestou atenção ao conjunto de fontes de informação que utilizou? (Assinale com um X a opção que corresponde à sua opinião)

1 a 5 minutos 6 a 10 minutos Mais de 10 minutos

11. Em cada uma das perguntas seguintes, assinale com um X, por favor, a resposta que considere estar correta. (Assinale só uma opção)

A Sé Catedral foi construída no...

- a) Século XV.
- b) Século XVII.
- c) Século XIX.
- d) Não sei.

Qual o Papa que autorizou a construção da Sé Catedral?

- a) Papa Martinho I.
- b) Papa Martinho III.
- c) Papa Martinho V.
- d) Não sei.

O que levou ao desaparecimento do mosteiro de São Domingos?

- a) Alguns incêndios ao longo dos séculos.
- b) Um incêndio de grandes proporções em 1843.
- c) Um terramoto.
- b) Não sei.

O cruzeiro que está em frente à Sé é uma representação do Gótico Tardio?

- a) Sim.
- b) Não.
- c) Não sei.

12. Dados sociodemográficos do visitante:

Género: Masculino Feminino

País de Residência: _____

Idade: ____

Habilitações literárias: Ensino básico Ensino secundário Ensino superior

Outra(s): Qual(is)? _____

Situação profissional atual: Empregado Desempregado Reformado

Estudante Outra Qual? _____

Profissão: _____

Muito obrigado pela sua colaboração!

Márcia Costa

ANEXO 8

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (espanhol)

Cuestionario nº ____ (No llene) Fecha: ____/____/____ Ubicación: _____

Esta encuesta forma parte de un estudio sobre la imagen del patrimonio de Aveiro que los visitantes de la ciudad tienen. Este estudio se está preparando en el marco de una tesis de máster en Gestión y Planificación en Turismo de la Universidad de Aveiro. Su contribución será fundamental para la realización de esta tesis. Lea todas las instrucciones cuidadosamente y responda en los espacios reservados para este propósito. El cuestionario es anónimo, por lo que las respuestas serán tratadas con toda confidencialidad.

Gracias por su colaboración.

Márcia Costa (Universidad de Aveiro)

1. ¿ Ya había visitado este edificio antes? No Sí ¿Cuántas veces? _____

2. ¿Qué tan importantes fueron las fuentes de información que utilizó para crear la imagen que actualmente tiene de la Catedral de Aveiro? (Marque con una X en cada línea la opción que corresponde a su opinión)

	Si utilizó la fuente de información:							No utilicé esta fuente
	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muy importante 7	
Amigos y familia								
La comunicación informal con los empleados que trabajan en el edificio								
Folleto turístico que me ha sido dado en la entrada del edificio								
Otros folletos turísticos								
<i>Internet</i>								
Guías turísticas (publicaciones)								
Agentes o operadores turísticos								
Paneles de interpretación								
Oficinas de turismo								
Señalización								
Televisión, radio, periódicos y revistas								
Visitas guiadas								
Otras. ¿Qué? _____								
Todas estas fuentes de información								

Si no utilizó ninguna fuente de información, pase a la pregunta 4.

3. ¿Cuál fue la información más relevante que obtuvo acerca de la Catedral de Aveiro por el uso de fuentes de información? _____

4. ¿Cómo describiría la Catedral de Aveiro? _____

5. ¿En qué medida considera que la Catedral de Aveiro es patrimonio cultural importante? (Marque con una X la opción que corresponde a su opinión)

Totalmente en desacuerdo 1	2	3	4	5	6	Totalmente de acuerdo 7

6. Si cree que la catedral es importante, importante, indique por qué. _____

7. Indique en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la Catedral de Aveiro: (Marque con una X en cada línea la opción que corresponde a su opinión)

El edificio de la Catedral ...	Totalmente en desacuerdo 1	2	3	4	5	6	Totalmente de acuerdo 7
Tiene una forma atractiva							
Tiene grandes dimensiones							
Tiene una atractiva combinación de colores							
Tiene materiales atractivos							
Parece que fue construido por personas con buena capacidad técnica							
Es hermoso							
Es representativo de un estilo arquitectónico							
Tiene un hermoso estilo arquitectónico							
Es muy viejo							
Se relaciona con alguna personalidad histórica							
Tiene relevancia histórica							
Está conectado con algún evento importante							
Está conectado con algún período histórico de importación							
Es poco frecuente/ excepcional							
Es un símbolo local importante							
Es parte de la identidad de la comunidad local u de un grupo cultural							
Es importante para la comunidad local							
Es un repositorio de conocimiento y arte relacionados con prácticas locales o prácticas de grupos culturales							
Ayuda a alcanzar el bienestar espiritual							
Contribuye a crear una identidad espiritual en un grupo de personas							
Es un repositorio de conocimiento y arte relacionados con las prácticas espirituales							
Puede proporcionar información importante para futuras investigaciones							
Proporciona información importante sobre personas, lugares, procesos o prácticas							
Proporciona información importante sobre algunos aspectos históricos							

8. ¿En su opinión, es importante tener fuentes de información que proporcionan a los visitantes información sobre los siguientes aspectos de la Catedral de Aveiro, proporcionen información sobre los siguientes aspectos? (Marque con una X en cada línea la opción que corresponde a su opinión)

	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muy importante 7
Forma/ <i>design</i>							
Dimensión/ Tamaño							
Colores							
Materiales de construcción							
Técnicas de construcción							
Características únicas							
Detalles del edificio							
Estilo arquitectónico							
Fecha de construcción							
Asociación del edificio con figuras históricas							
Asociación del edificio con un evento importante							
Asociación del edificio con algún período histórico							
Rareza/escasez de este tipo de edificio							
Aspectos que hacen de este edificio parte de la identidad de la comunidad local o de un grupo cultural							
Contribución a la identidad espiritual o creencias de un grupo de personas							
Prácticas espirituales asociadas al edificio							
Prácticas culturales asociadas al edificio							

Si no utilizó ninguna fuente de información, pase a la pregunta 11.

9. ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones con respecto a las fuentes de información que utilizó para obtener información acerca de la Catedral de Aveiro? (Marque con una X en cada línea la opción que corresponde a su opinión)

Las fuentes de información que yo use...	Totalmente en desacuerdo 1	2	3	4	5	6	Totalmente de acuerdo 7
Provocaron mi interés							
Me permitieron adquirir el conocimiento que estaba buscando							
Tenían un contenido educativo							
Tenían información interesante							
Tenían información clara							
Tenían información variada							
Tenían un contenido que se adapta al diferente tipo de turista							
Me hicieron relacionar la información que proporcionaron con conocimientos previos							
Me permitieron relacionarme mejor con el edificio							
Me permitieron relacionar el patrimonio de mi área de residencia con el edificio que he visitado							
Me hicieron conectar mi pasado y mi presente							
Me animaron a hacer más preguntas sobre el lugar							

10. ¿Cuánto tiempo prestó atención al conjunto de fuentes de información que utilizó? (Marque con una X la opción que corresponde a su opinión)

1 a 5 minutos 6 a 10 minutos Más que 10 minutos

11. En cada una de las siguientes preguntas, marque la respuesta que considere correcta. (Señale sólo una opción)

La construcción de la Catedral fue...

- a) en el siglo XV.
- b) en el siglo XVII.
- c) en el siglo XIX.
- d) No lo sé.

¿Qué Papa autorizó la construcción de la Catedral?

- a) El Papa Martín I.
- b) El Papa Martín III.
- c) El Papa Martín V.
- d) No lo sé.

¿Qué llevó a la desaparición del monasterio de Santo Domingo?

- a) Varios incendios a lo largo de los siglos.
- b) Un incendio mayor que ocurrió en 1843.
- c) Un terremoto.
- d) No lo sé.

¿El crucero que está frente a la Catedral es una representación tardía-gótica?

- a) Sí.
- b) No.
- c)
- d) No lo sé.

12. Datos sociodemográficos del visitante:

Género: Masculino Femenino

País de residencia: _____

Edad: _____

Nivel de Educación: Básico Secundario Superior

Otro ¿Cuál? _____

Situación económica actual: Empleado Desempleado Retirado

Estudiante Otra ¿Cuál? _____

Profesión: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!
Márcia Costa

ANEXO 9

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (francês)

Questionnaire numéro: ____ (Ne pas remplir)

Date: __/__/__

Lieu: _____

Afin de déterminer l'image que le visiteur d'Aveiro crée sur le patrimoine architectural, je vous demanderais de compléter cette enquête. Cette étude est réalisée dans le cadre d'une thèse du Master en Management et Planification du Tourisme à l'Université d'Aveiro. Votre contribution est très importante pour l'accomplissement de cette thèse. Je vous demanderais de lire toutes les instructions et d'écrire vos réponses dans les espaces prévues à cet effet. Le questionnaire est anonyme et les réponses seront traitées confidentiellement.
Je vous remercie de votre collaboration.

Márcia Costa (Université d' Aveiro)

1. Avez-vous déjà visité ce bâtiment avant? Non Oui Combien de fois? ____

2. Quelle importance ont eu les sources d'information suivantes pour créer l'image que vous avez de la Cathédrale d'Aveiro? (Dans chaque ligne, placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion)

	Si vous avez utilisé quelque source d'information:						Je n'ai pas utilisé cette source	
	Rien d'important 1	2	3	4	5	6		Très important 7
Amis et famille								
Communication informelle avec les personnes qui travaillent dans le bâtiment								
Brochure qui m'a été donnée à l'entrée du bâtiment								
Autres brochures ou dépliants touristiques								
Internet								
Guides touristiques (publications)								
Les opérateurs touristiques ou les agences de voyage								
Panneaux d'interprétation								
Centres d'information touristique								
Signalisation								
TV, radio, la presse								
Visites guidées								
Autre. Laquelle? _____								
Toutes les sources d'information utilisées								

Si vous n'avez pas utilisé aucune source d'information, passez à la question numéro 4, s'il vous plaît.

3. Quelles sont les informations les plus importantes sur la Cathédrale que vous avez obtenu à travers les sources d'information utilisées? _____

4. Comment est-ce que vous décrivez la Cathédrale d'Aveiro? _____

5. Pensez-vous que la Cathédrale est un patrimoine culturel important? (Placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion)

Totalement en désaccord 1	2	3	4	5	6	Entièrement d'accord 7

6. Si vous avez considéré la Cathédrale un patrimoine culturel important, expliquez pourquoi. _____

7. Indiquez si vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes à propos de la Cathédrale d'Aveiro. (Dans chaque ligne, placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion)

Le bâtiment de la Cathédrale ...	Totalement en désaccord 1	2	3	4	5	6	Entièrement d'accord 7
Est beau							
Est grand							
A une combinaison des couleurs attrayante							
A des matériaux attrayants							
A été construit par des personnes avec une bonne capacité technique							
Est beau							
Est représentatif d'un style architectural							
A un beau style architectural							
Existe depuis longtemps							
Est lié à une personnalité historique							
Est important en termes historiques							
Est lié à un événement important							
Est représentatif d'une période historique importante							
Est rare							
Est un symbole local important							
Fait partie de l'identité de la communauté locale ou d'un groupe culturel							
Est important pour la communauté locale							
Est un dépôt des connaissances et d'art lié aux pratiques locales ou aux pratiques des groupes culturels							
Contribue à atteindre du bien-être spirituel							
Contribue à la création d'une identité spirituelle dans un groupe de personnes							
Est un dépôt de connaissances et d'art liés aux pratiques spirituelles							
Peut apporter des informations importantes pour faire des recherches dans l'avenir							
Apporte des informations importantes sur personnes, lieux, et processus ou pratiques							
Apporte des informations importantes sur certains aspects historiques							

8. À votre avis, est important de disposer de les sources d'information fournissent aux visiteurs des informations sur les aspects suivants de la Cathédrale d'Aveiro? (Dans chaque ligne, placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion)

	Rien d'important 1	2	3	4	5	6	Très important 7
Forme/ design							
Dimension/ taille							
Couleur(s)							
Matériaux de construction							
Techniques de construction							
Caractéristiques uniques							
Détails du bâtiment							
Style architectural							
Date de construction							
Liaison avec des personnages historiques							
Connexion à un événement important							
Relation avec un certain période historique							
Rareté de ce type de bâtiment							
Aspects pour lesquels le bâtiment est parti de l'identité de la communauté locale ou d'un groupe culturel							
Contribution du bâtiment à l'identité spirituelle ou religion d'un groupe de personnes							
Pratiques spirituelles liés au bâtiment							
Pratiques culturelles liés au bâtiment							

Si vous n'avez pas utilisé aucune source d'information, passez à la question numéro 11, s'il vous plaît.

9. Est-ce que vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes sur les sources d' information que vous avez utilisé pour obtenir information sur la Cathédrale d'Aveiro? (Dans chaque ligne, placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion)

Les sources d'informations que j'ai utilisé...	Totalement en désaccord 1	2	3	4	5	6	Entièrement d'accord 7
Ont déclenché mon intérêt							
M'ont permis d'acquérir les connaissances que je cherchais							
Sont éducatifs							
Rapportent des informations intéressantes							
Rapportent des informations claires							
Rapportent des informations variées							
Sont adaptés aux différents types de touristes							
M'ont fait relier l'information qu'elles ont fourni avec mes connaissances antérieures							
M'ont permis de mieux me rapporter avec le bâtiment							
M'ont permis de mettre en rapport l'héritage de ma région avec le bâtiment que j'ai visité							
M'ont permis de connecter mon passé avec mon présent							
M'ont encouragé à poser plus de questions sur le local							

10. En moyenne, combien de temps avez-vous prêté attention à l'ensemble des sources d'information que vous avez utilisé? (Placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion)

1 à 5 minutes 6 à 10 minutes Plus de 10 minutes

11. Pour chacune des questions suivantes, placez un X sur l'option qui correspond à votre opinion. (Choisi seulement une option)

La Cathédrale a été construite ...

- e) au 15ème siècle.
- f) au 17ème siècle.
- g) au 19ème siècle.
- h) Je ne sais pas.

Qui a autorisé la construction de la Cathédrale?

- e) Pape Martin I.
- f) Pape Martin III.
- g) Pape Martin V.
- h) Je ne sais pas.

Qu'est-ce qui a causé la disparition du monastère de Saint Dominique?

- e) Plusieurs incendies au cours des siècles.
- f) Un incendie majeur en 1843.
- g) Un tremblement de terre.
- h) Je ne sais pas.

Devant la Cathédrale il y a un monument avec une croix. Ce monument est une représentation gothique tardive?

- e) Oui.
- f) Non.
- g) Je ne sais pas.

12. Données sociodémographiques du visiteur:

Genre: Masculin Féminin

Pays de résidence: _____

Âge: ____

Niveau d'étude complet: Primaire Secondaire Supérieur
Autre Indiquer lequel: _____

Situation professionnelle: Employé(e) Au chômage Retraité(e)
Étudiant Autre Indiquer laquelle: _____

Profession: _____

Je vous remercie de votre collaboration!

Márcia Costa

ANEXO 10

Questionário aplicado aos visitantes da Sé de Aveiro (inglês)

Questionnaire number: ____ (Do not fill)

Date: __/__/__

Location: _____

The objective of this inquiry is to understand the heritage image that visitors form when they visit Aveiro. This study is being prepared within the scope of a Master's dissertation in Tourism Management and Planning at the University of Aveiro. Your contribution is fundamental to the accomplishment of this study. Please, read the instructions carefully and answer in the spaces provided. The questionnaire is anonymous, so the answers will be treated with all confidentiality. Many thanks in advance for your collaboration.

Márcia Costa (University of Aveiro)

1. You had already visited this building? No Yes How many times? _____

2. How important were the following information sources in creating the image you have, at this moment, of the Aveiro Cathedral? (In each line, mark with an X the option that best corresponds to your opinion)

	If you used an information source:							I did not use this information source
	Not important 1	2	3	4	5	6	Very important 7	
Friends and family								
Informal communication with employees working in the building								
The brochure given to me at the entrance of the building								
Other touristic leaflets or brochures								
Internet								
Tourist guides (publications)								
Tour operators and travel agencies								
Interpretative pannels								
Tourist information offices								
Signposting								
Television, radio, newspapers, magazines								
Guided tours								
Other(s) Specify: _____								
All the information sources used								

If you didn't use any information source, please go to question number 4.

3. What was the most important information about the Aveiro Cathedral that you obtained through the information sources you used? _____

4. How would you describe Aveiro Cathedral? _____

5. Do you think that the Aveiro Cathedral is an important cultural heritage? (Mark with an X the option that best corresponds to your opinion)

Completely disagree 1	2	3	4	5	6	Completely agree 7

6. If you considered Aveiro Cathedral an important cultural heritage building, please specify why.

7. Please indicate to what extent you agree with the following statements regarding the Aveiro Cathedral. (In each line, mark with an X the option that best corresponds to your opinion)

The Cathedral building...	Completely disagree 1	2	3	4	5	6	Completely agree 7
Has an attractive shape							
Has big dimensions/big scale							
Has an attractive color combination							
Has attractive materials							
Seems to have been built by persons with great technical abilities							
Is beautiful							
Is representative of an architectural style							
Has a beautiful architectural style							
Is very old							
Is connected with some people relevant in history							
Has historical relevance							
Is connected with some important event							
Is connected with some important historical period							
Is rare							
Is an important local symbol							
Is part of the identity of the local community or of a cultural group							
Is important for the local community							
Is a repository of knowledge and art related to local practices or practices of cultural groups							
Contributes to achieve spiritual well-being							
Contributes to create a spiritual identity in a group of people							
Is a repository of knowledge and art related to spiritual practices							
Can provide important information for future research							
Provides important information about people, places, processes or practices							
Provides important information on some historical features							

8. In your opinion, it is important to have information sources that provide visitors information about the following features of the Aveiro Cathedral? (In each line, mark with an X the option that best corresponds to your opinion)

	Not important 1	2	3	4	5	6	Very important 7
Shape/ Design							
Scale/size							
Color							
Building materials							
Construction techniques							
Unique features							
Building details							
Architectural style							
Construction date							
Connection with people relevant in history							
Connection with important event(s)							
Connection with some historical periods							
Rarity of this kind of building							
Features that make the building being part of the identity of the local community or of a cultural group							
Contribution of the building to the spiritual identity or religion of a group of people							
Spiritual practices associated with the building							
Cultural practices associated with the building							

9. Do you agree with the following statements regarding the information sources you used to obtain information about the Aveiro Cathedral? (In each line, mark with an X the option that best corresponds to your opinion)

If you didn't use any information source, please go to question number 11.

The sources of information that I used...	Completely disagree 1	2	3	4	5	6	Completely agree 7
Triggered my interest							
Allowed me to acquire the knowledge that I was looking for							
Had an educational content							
Provided interesting information							
Provided clear information							
Provided a variety of information							
Their content was adapted to the different types of tourists							
Made me relate the information that they provided with previous knowledge							
Allowed me to better relate with the building							
Permitted me to relate the heritage of my residence area with the building I visited							
Made me connect my past with my present							
Encouraged me to ask more questions about the place							

10. On average, how much time did you spend providing attention to the set of information sources you used? (Mark with an X the option that best corresponds to your opinion)

0 to 5 minutes 6 to 10 minutes More than 10 minutes

11. In each of the following questions, please mark with an X, the answer that you think is correct.
(Choose just one option)

The Aveiro Cathedral was built during the...

- i) 15th century.
- j) 17th century.
- k) 19th century.
- l) I don't know.

Which Pope authorized the construction of the Cathedral?

- i) Pope Martin I.
- j) Pope Martin III.
- k) Pope Martin V.
- l) I don't know.

What led to the disappearance of the Monastery of St. Dominic?

- i) Several fires over the centuries.
- j) A big fire that occurred in 1843.
- k) An earthquake.
- l) I don't know.

In front of the Cathedral there is a monument with a cross. Is this monument a late-Gothic representation?

- h) Yes.
- i) No.
- j) I don't know.

12. Socio-demographic data of the visitor:

Gender: Male Female

Country of residence: _____

Age: ____

Education level: Primary education Secondary education Higher education
Other Specify: _____

Current economic status: Employed Unemployed Retired
Student Other Specify: _____

Job: _____

Thank you very much for your collaboration!
Márcia Costa

ANEXO 11

Questionário aplicado aos visitantes do Museu de Aveiro (português)

Nº do questionário: ____ (Não preencher)

Data: __/__/__

Local: _____

O objetivo deste inquérito é perceber qual a imagem que o visitante da cidade de Aveiro cria acerca do património arquitetónico desta cidade. Este questionário insere-se num estudo elaborado no âmbito de uma dissertação do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. O seu contributo é fundamental para a realização deste estudo. Leia atentamente todas as indicações e responda nos espaços reservados para o efeito. O questionário é anónimo, por isso as respostas vão ser tratadas com toda a confidencialidade.

Obrigado pela sua colaboração.

Márcia Costa (Universidade de Aveiro)

1. Já tinha visitado este edifício antes? Não Sim Quantas vezes? _____

2. Que importância tiveram as seguintes fontes de informação para criar a imagem que, neste momento, tem do edifício do Museu de Aveiro? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

	Se utilizou a fonte de informação:							Não utilizei esta fonte de informação
	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muito importante 7	
Amigos e familiares								
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício								
Brochura que me foi entregue à entrada do edifício								
Outros folhetos ou brochuras turísticas								
Internet								
Guias turísticos (publicações)								
Operadores ou agências de viagens								
Painéis ou placas interpretativos								
Postos de informação turística								
Sinalética								
Televisão, rádio, jornais, revistas								
Visitas guiadas								
Outra(s). Qual(is)? _____								
O conjunto de todas as fontes de informação utilizadas								

Se não utilizou qualquer fonte de informação avance para a questão 4.

3. Quais foram as informações mais importantes que obteve sobre o edifício do Museu de Aveiro através das fontes de informação que utilizou? _____

4. Como descreveria o edifício do Museu de Aveiro? _____

5. Em que medida considera que o edifício do Museu de Aveiro seja património cultural importante?

(Assinale com um X a opção que corresponde à sua opinião)

Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7

6. Se considera o edifício do Museu de Aveiro importante, indique porquê. _____

7. Em que medida concorda com as seguintes afirmações em relação ao edifício do Museu de Aveiro? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

O edifício do Museu de Aveiro...	Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7
Tem uma forma atrativa							
Tem uma grande dimensão							
Tem uma combinação de cores atrativa							
Integra materiais atrativos							
Parece ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica							
É bonito							
É representativo de um estilo arquitetónico							
Tem um estilo arquitetónico bonito							
É muito antigo							
Está associado a alguma(s) personalidade(s) histórica(s) relevante(s)							
Tem relevância em termos históricos							
Está associado a um evento importante							
Encontra-se associado a um período histórico importante							
É raro							
É um importante símbolo do local onde se localiza							
É parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural							
É importante para a comunidade local							
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas locais ou práticas de grupos culturais							
Contribui para alcançar um bem-estar espiritual							
Contribui para criar uma identidade espiritual num grupo de pessoas							
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas espirituais							
Pode fornecer informação importante para investigação futura							
Fornecer informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas							
Fornecer informações importantes sobre alguns aspetos históricos							

8. Na sua opinião é importante haver fontes de informação que forneçam, aos visitantes, informação sobre os seguintes aspetos do edifício do Museu de Aveiro? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muito importante 7
Forma/ design							
Dimensão/tamanho							
Cor(es)							
Materiais de construção							
Técnicas de construção							
Características únicas							
Detalhes do edifício							
Estilo arquitetónico							
Data de construção							
Associação do edifício a figura(s) histórica(s)							
Relação com evento importante							
Relação com período histórico							
Raridade deste tipo de edifício							
Aspetos que fazem com que o edifício seja parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural							
Contributo do edifício para a identidade espiritual ou religião de um grupo de pessoas							
Práticas espirituais associadas ao edifício							
Práticas culturais associadas ao edifício							

Se não utilizou qualquer fonte de informação avance para a questão 11.

9. Em que medida concorda com as seguintes afirmações relativas às fontes de informação que utilizou para obter informação sobre o edifício do Museu de Aveiro? (Assinale com um X, a opção que corresponde à sua opinião)

As fontes de informação que utilizei...	Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7
Provocaram o meu interesse							
Permitiram adquirir os conhecimentos que procurava							
Tinham um conteúdo educativo							
Continham informação interessante							
Continham informação clara							
Continham informação variada							
Tinham um conteúdo adaptado a diferentes tipos de turistas							
Fizeram-me relacionar a informação que elas forneciam com conhecimentos anteriores							
Permitiram relacionar-me melhor com o edifício							
Permitiram-me relacionar o património da minha zona de residência com o edifício que visitei							
Fizeram-me estabelecer ligações com o meu passado e o presente							
Encorajaram-me a fazer mais questões sobre o local							

10. Em média, quanto tempo prestou atenção ao conjunto de fontes de informação que utilizou? (Assinale com um X a opção que corresponde à sua opinião)

1 a 5 minutos 6 a 10 minutos Mais de 10 minutos

11. Em cada uma das perguntas seguintes, assinale com um X, por favor, a resposta que considere estar correta. (Assinale só uma opção)

Em que edifício se encontra instalado o Museu de Aveiro?

- a) Sé Catedral de Aveiro.
- b) Antigo Convento de Jesus da Ordem Dominicana.
- c) Igreja da Misericórdia.
- d) Não sei.

Que figura histórica de grande importância para a cidade de Aveiro está associada ao antigo mosteiro?

- a) Princesa Santa Joana.
- b) Dom Afonso V.
- c) Rainha Santa Isabel.
- d) Não sei.

Em que ano se instalou o Museu no antigo convento?

- a) 1511.
- b) 1711.
- c) 1911.
- d) Não sei.

O refeitório, o claustro e o coro alto do antigo mosteiro ainda existem?

- a) Sim.
- b) Não.
- c) Não sei.

12. Dados sociodemográficos do visitante:

Género: Masculino Feminino

País de Residência: _____

Idade: ____

Habilitações literárias: Ensino básico Ensino secundário Ensino superior
Outra(s): Qual(is)? _____

Situação profissional atual: Empregado Desempregado Reformado
Estudante Outra Qual? _____

Profissão: _____

Muito obrigado pela sua colaboração!
Márcia Costa

ANEXO 12

Questionário aplicado aos visitantes do Museu de Arte Nova (português)

Nº do questionário: ____ (Não preencher)

Data: __/__/__

Local: _____

O objetivo deste inquérito é perceber qual a imagem que o visitante da cidade de Aveiro cria acerca do património arquitetónico desta cidade. Este questionário insere-se num estudo elaborado no âmbito de uma dissertação do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. O seu contributo é fundamental para a realização deste estudo. Leia atentamente todas as indicações e responda nos espaços reservados para o efeito. O questionário é anónimo, por isso as respostas vão ser tratadas com toda a confidencialidade.

Obrigado pela sua colaboração.

Márcia Costa (Universidade de Aveiro)

1. Já tinha visitado este edifício antes? Não Sim Quantas vezes? _____

2. Que importância tiveram as seguintes fontes de informação para criar a imagem que, neste momento, tem do edifício do Museu Arte Nova? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

	Se utilizou a fonte de informação:							Não utilizei esta fonte de informação
	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muito importante 7	
Amigos e familiares								
Comunicação informal com empregados que trabalham no edifício								
Brochura que me foi entregue à entrada do edifício								
Outros folhetos ou brochuras turísticas								
Internet								
Guias turísticos (publicações)								
Operadores ou agências de viagens								
Painéis ou placas interpretativos								
Postos de informação turística								
Sinalética								
Televisão, rádio, jornais, revistas								
Visitas guiadas								
Outra(s). Qual(is)? _____								
O conjunto de todas as fontes de informação utilizadas								

Se não utilizou qualquer fonte de informação avance para a questão 4.

3. Quais foram as informações mais importantes que obteve sobre o edifício do Museu Arte Nova através das fontes de informação que utilizou? _____

4. Como descreveria o edifício do Museu Arte Nova? _____

5. Em que medida considera que o edifício do Museu Arte Nova seja património cultural importante? (Assinale com um X a opção que corresponde à sua opinião)

Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7

6. Se considera o edifício do Museu Arte Nova importante, indique porquê. _____

7. Em que medida concorda com as seguintes afirmações em relação ao edifício do Museu Arte Nova? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

O edifício do Museu Arte Nova ...	Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7
Tem uma forma atrativa							
Tem uma grande dimensão							
Tem uma combinação de cores atrativa							
Integra materiais atrativos							
Parece ter sido construído por pessoas com grande capacidade técnica							
É bonito							
É representativo de um estilo arquitetónico							
Tem um estilo arquitetónico bonito							
É muito antigo							
Está associado a alguma(s) personalidade(s) histórica(s) relevante(s)							
Tem relevância em termos históricos							
Está associado a um evento importante							
Encontra-se associado a um período histórico importante							
É raro							
É um importante símbolo do local onde se localiza							
É parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural							
É importante para a comunidade local							
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas locais ou práticas de grupos culturais							
Contribui para alcançar um bem-estar espiritual							
Contribui para criar uma identidade espiritual num grupo de pessoas							
É um repositório de conhecimentos e arte relacionados com práticas espirituais							
Pode fornecer informação importante para investigação futura							
Fornecer informações importantes sobre pessoas, lugares, processos ou práticas							
Fornecer informações importantes sobre alguns aspetos históricos							

8. Na sua opinião é importante haver fontes de informação que forneçam, aos visitantes, informação sobre os seguintes aspetos do edifício do Museu Arte Nova? (Assinale com um X, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião)

	Nada importante 1	2	3	4	5	6	Muito importante 7
Forma/ design							
Dimensão/tamanho							
Cor(es)							
Materiais de construção							
Técnicas de construção							
Características únicas							
Detalhes do edifício							
Estilo arquitetónico							
Data de construção							
Associação do edifício a figura(s) histórica(s)							
Relação com evento importante							
Relação com período histórico							
Raridade deste tipo de edifício							
Aspetos que fazem com que o edifício seja parte da identidade da comunidade local ou de um grupo cultural							
Contributo do edifício para a identidade espiritual ou religião de um grupo de pessoas							
Práticas espirituais associadas ao edifício							
Práticas culturais associadas ao edifício							

Se não utilizou qualquer fonte de informação avance para a questão 11.

9. Em que medida concorda com as seguintes afirmações relativas às fontes de informação que utilizou para obter informação sobre o edifício do Museu Arte Nova ? (Assinale com um X, a opção que corresponde à sua opinião)

As fontes de informação que utilizei...	Discordo totalmente 1	2	3	4	5	6	Concordo totalmente 7
Provocaram o meu interesse							
Permitiram adquirir os conhecimentos que procurava							
Tinham um conteúdo educativo							
Continham informação interessante							
Continham informação clara							
Continham informação variada							
Tinham um conteúdo adaptado a diferentes tipos de turistas							
Fizeram-me relacionar a informação que elas forneciam com conhecimentos anteriores							
Permitiram relacionar-me melhor com o edifício							
Permitiram-me relacionar o património da minha zona de residência com o edifício que visitei							
Fizeram-me estabelecer ligações com o meu passado e o presente							
Encorajaram-me a fazer mais questões sobre o local							

10. Em média, quanto tempo prestou atenção ao conjunto de fontes de informação que utilizou? (Assinale com um X a opção que corresponde à sua opinião)

1 a 5 minutos 6 a 10 minutos Mais de 10 minutos

11. Em cada uma das perguntas seguintes, assinale com um X, por favor, a resposta que considere estar correta. (Assinale só uma opção)

Quem projetou o edifício do Museu Arte Nova?

- e) Arquitetos Silva Rocha e Ernesto Korrodi.
- f) Arquiteto Silva Rocha.
- g) Arquiteto Ernesto Korrodi.
- h) Não sei.

A que ano foi construído edifício do Museu Arte Nova?

- a) Entre 1900 e 1901.
- b) Entre 1907 e 1911.
- c) Entre 1912 e 1915.
- d) Não sei.

Que tipo de elementos decorativos apresenta o edifício do Museu Arte Nova?

- a) Elementos geométricos.
- b) Elementos geométricos e animais.
- c) Elementos vegetais como lírios, girassóis ou folhas de acanto.
- d) Não sei.

A Casa Major Pessoa sofreu um processo de reabilitação e agora é um estabelecimento comercial?

- a) Sim, é.
- b) Não, é o Museu de Arte Nova.
- c) Não sei.

12. Dados sociodemográficos do visitante:

Género: Masculino Feminino

País de Residência: _____

Idade: ____

Habilitações literárias: Ensino básico Ensino secundário Ensino superior
Outra(s): Qual(is)? _____

Situação profissional atual: Empregado Desempregado Reformado
Estudante Outra Qual? _____

Profissão: _____

Muito obrigado pela sua colaboração!

Márcia Costa