

Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Ana Cristina da Costa Malta

**Turismo Religioso: estudo de caso em Balasar**

Dissertação de Mestrado

**Mestrado em Gestão do Turismo**

Orientação: Prof. Doutor Luís Manuel Mendes Correia

Vila do Conde, novembro de 2019

Ana Cristina da Costa Malta

## Turismo Religioso: estudo de caso em Balasar

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Gestão do Turismo

### Membros do Júri

Presidente

Prof. Doutor Pedro Manuel da Costa Liberato  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor Carlos de Oliveira Fernandes  
Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Prof. Doutor Luís Manuel Mendes Correia  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, novembro de 2019

## AGRADECIMENTOS

O primeiro agradecimento é dirigido há minha família em especial aos meus pais que se orgulham de cada etapa alcançada e restantes familiares, que me acompanham e apoiam, pelos momentos que me dispensaram para que me fosse possível enfrentar este desafio e a quem reconheço uma interminável paciência.

Refiro um agradecimento especial ao meu orientador pelo apoio dado ao longo do desenvolvimento deste estudo.

A todos os meus professores do Mestrado, os quais me transmitiram ensinamentos e desafios conducentes a bons desempenhos.

A todos os participantes um grande bem-haja, pois tão gentilmente dedicaram parte do seu tempo para que fosse obtida a informação empírica, muito importante para este estudo.

A todos muito obrigado!

## RESUMO ANALÍTICO

O turismo religioso, em Portugal, tem a sua grande expressão em Fátima, sendo necessário conhecer o seu impacto em Santuários de menor dimensão. O estudo, em geral, procura conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes que se deslocam até Santuário da Beata Alexandrina, em Balasar, Póvoa de Varzim. De forma mais específica pretende identificar as motivações dos visitantes, conhecer a sua origem, o meio de transporte utilizado, saber como é que visitante obteve conhecimento, descrever as atividades desenvolvidas pelos visitantes durante a visita e saber se o santuário dispõe das infraestruturas adequadas para satisfazer as necessidades e desejos dos visitantes.

Adotou-se uma metodologia de investigação mista quantitativa e qualitativa, com base em questionários presenciais, aplicados entre abril e maio de 2018, no Santuário Alexandrina de Balasar, a 153 peregrinos/visitantes; realizou-se cinco entrevistas aos principais *stakeholders* envolvidos no estudo, análise de documentos e do website do Santuário. Os dados dos questionários foram tratados e analisados no SPSS versão 24 e as entrevistas e os documentos através da análise de conteúdo, no NVivo 10.

Os resultados indicam que a maioria dos inquiridos é católico, tem elevadas habilitações académicas, maioritariamente são portugueses e visitam o santuário de Balasar essencialmente por motivos religiosos. Balasar caracteriza-se por possuir uma boa oferta religiosa, estacionamento, limpeza do espaço, apresentando, contudo, algumas debilidades a outros níveis. A esmagadora maioria dos inquiridos tem intenção de voltar e/ou recomendar a visita. O turismo religioso é considerado muito importante para Balasar, contribuindo para um crescimento económico, motivando a construção do novo santuário.

Este estudo contribui para se conhecer o perfil do peregrino/visitante que se desloca até ao Santuário Alexandrina de Balasar e dar a conhecer um pouco mais da localidade. Contribui também para a análise e reflexão dos principais envolvidos sobre o que de bom tem o Santuário para oferecer e alguns aspetos que podem vir a se melhorados.

**Palavras-chave:** Turismo religioso, perfil do visitante /peregrino, motivação do visitante/peregrino, Santuário de Balasar.

## ABSTRACT

In Portugal, religious tourism has its great expression in Fatima and it is necessary to know its impact on smaller Sanctuaries. This research aims to know the profile of the visitors/pilgrims who travel to the of Sanctuary Blessed Alexandrina in Balasar, Póvoa de Varzim. It is specifically intended to identify the visitors' motivations, to know where they come from, the means of transport used, to know how the visitor obtained knowledge, to describe the activities developed by the visitors during the visit and to know if the sanctuary has the appropriate infrastructures to meet the visitors' needs and desires.

The study combines a quantitative and qualitative methodology. The data collection carried out is based on questionnaires, applied to 153 pilgrims/visitors, between April and May 2018, at the Balasar Sanctuary; five interviews were conducted with the main stakeholders involved in the study; document analysis and the Sanctuary website. The questionnaire data were processed and analysed in SPSS version 24 and the interviews and documents through content analysis in NVivo 10.

The results indicate that the majority of respondents are Catholic, have high academic qualifications, are mostly Portuguese and visit the Sanctuary of Balasar essentially for religious reasons. Balasar is characterised by having a good religious offer, parking, clean spaces; however, there are still some weaknesses at other levels. The overwhelming majority of respondents intend to return and / or recommend the visit. Religious tourism is considered very important for Balasar, contributing to economic growth, motivating the construction of the new sanctuary.

This study contributes to know the profile of the visitors/ pilgrims who travels to the Alexandrina de Balasar Santctuary and to make known a little more of the locality.

It also contributes to the analysis and reflection of the main stakeholders about what good the Sanctuary has to offer and some aspects that can be improved.

**Keywords:** Religious tourism, visitor/ pilgrim's profile, visitor/ pilgrim 's motivation, Balasar Shrine.

## SUMÁRIO

Lista de figuras.....	viii
Lista de gráficos.....	ix
Lista de tabelas.....	x
Lista de siglas.....	xi
0 – INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO AO TURISMO RELIGIOSO.....	16
1.1- Introdução.....	16
1.2- Conceitos de Turismo.....	16
1.2.1 - Sistema Turístico.....	18
1.2.2 – O destino e o produto turístico.....	22
1.3 - Turismo Cultural e Religioso.....	24
1.4 - Características dos visitantes.....	30
1.5 - Principais motivações dos visitantes de turismo religioso.....	32
1.6- Oferta turística nos Santuários religiosos.....	34
1.7 - Conclusão.....	37
CAPITULO II – METODOLOGIA DO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO.....	40
2.1 - Introdução.....	40
2.2 - Investigação em Turismo.....	40
2.3 - Fases do processo metodológico.....	42
2.3.1 - Identificar o problema de investigação.....	43
2.3.2 - Exploração: revisão crítica da literatura.....	44
2.3.3 - Modelo de análise: proposições, variáveis e conceitos.....	46
2.3.4 - Observação: métodos e técnicas de investigação.....	51
2.3.5 - Análise da informação e conclusões.....	62
2.4 - Avaliação da metodologia.....	64
2.5 - Conclusão.....	65
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS DO ESTUDO DE CASO DO SANTUÁRIO ALEXANDRINA DE BALASAR.....	67
3.1 - Introdução.....	67
3.2 - A freguesia de Balasar e o Santuário Alexandrina de Balasar.....	68
3.3 - A Causa da Beata Alexandrina e a sua Fundação.....	69

3.4 - Oferta de serviços religiosos e turísticos.....	73
3.5 - Estudo quantitativo .....	75
3.5.1 - Caracterização do perfil dos peregrinos/visitantes .....	76
3.5.2 – Motivações dos peregrinos/visitantes .....	80
3.5.3 - Origem e meio de transporte.....	81
3.5.4 – Fontes de informação sobre o Santuário Alexandrina de Balasar.....	84
3.5.5 - Atividades desenvolvidas.....	86
3.5.6 - Infraestruturas adequadas.....	87
3.6 - Estudo qualitativo.....	96
3.6.1 - Caracterização do perfil dos peregrinos/visitantes .....	96
3.6.2 – Motivações dos peregrinos/visitantes .....	99
3.6.3 - Origem e meio de transporte .....	101
3.6.4 – Fontes de informação sobre o Santuário Alexandrina de Balasar.....	104
3.6.5 - Atividades desenvolvidas .....	106
3.6.6 – Infraestruturas Adequadas .....	107
3.7 – Análise e interpretação dos resultados.....	109
CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO .....	116
4.1 – Introdução.....	116
4.2 – Principais conclusões .....	116
4.3 - Limitações do estudo.....	118
4.4 - Recomendações para futuras investigações.....	118
BIBLIOGRAFIA.....	122
APÊNDICE.....	129
Apêndice A – Tabelas de suporte estatístico.....	129
Apêndice B – Questionário em Português .....	132
Apêndice C – Questionário em Inglês.....	139
Apêndice D – Pedido de autorização para aplicação dos questionários .....	146
Apêndice E – Pedido de autorização da realização da entrevista ao Presidente da Junta de Freguesia .....	148
Apêndice F - Pedido de autorização da realização da entrevista à Vereadora da Câmara Municipal .....	149
Apêndice G – Guião de entrevista ao Presidente da Fundação Alexandrina de Balasar .....	150

Apêndice H – Guião de entrevista ao responsável do estabelecimento de objetos religiosos.....	153
Apêndice I – Guião de entrevista ao responsável pelo estabelecimento de restauração .....	155
Apêndice J – Guião de entrevista a uma pessoa que conheceu a Beata Alexandrina .	157
Apêndice K – Guião de entrevista ao Presidente de Junta de Freguesia .....	159
Apêndice L – Guião de entrevista à Vereadora do Pelouro do Turismo.....	161

## Lista de figuras

Figura 1: Sistema funcional do turismo de Cunha.....	19
Figura 2: Etapas da metodologia do estudo.....	42
Figura 3: Primeira etapa: identificar a pergunta de partida.....	43
Figura 4: Exploração: revisão crítica da literatura .....	45
Figura 5: Modelo de análise: proposições, variáveis e conceitos .....	47
Figura 6: Modelo de análise.....	50
Figura 7: 4ª etapa – Observação: métodos e técnicas de investigação.....	52
Figura 8: 5ª Etapa - Análise das informações.....	63
Figura 9: Localização geográfica da freguesia de Balasar .....	68
Figura 10: Igreja na atualidade.....	69
Figura 11: Igreja com talha no altar-mor.....	69

## Lista de gráficos

Gráfico 1: Género dos inquiridos .....	76
Gráfico 2: Habilitações Literárias.....	77
Gráfico 3: Nacionalidade dos inquiridos .....	78
Gráfico 3: Nacionalidade dos inquiridos .....	78
Gráfico 5: N° de elementos que compõe o agregado familiar .....	79
Gráfico 6: Estatuto socioprofissional dos inquiridos .....	79
Gráfico 7: Frequência da prática religiosa dos inquiridos.....	80
Gráfico 8: O motivo principal dos inquiridos foi a visita ao túmulo da Beata Alexandrina .....	80
Gráfico 9: Outros motivos que levaram à deslocação ao Santuário .....	81
Gráfico 10: Concelho dos inquiridos .....	81
Gráfico 11: Visita ao túmulo da Beata Alexandrina.....	82
Gráfico 12: Duração do tempo no Santuário de Balasar .....	82
Gráfico 13: Companhia na visita ao Santuário .....	83
Gráfico 14: Só ou acompanhado na visita ao Santuário .....	83
Gráfico 15: Responsáveis pela organização da viagem .....	83
Gráfico 16: Meio de transporte utilizado pelos peregrinos/visitantes.....	84
Gráfico 17: Onde procuram informação .....	84
Gráfico 18: Idade vs onde Fonte de informação acerca do túmulo da Beata .....	85
Gráfico 19: Método de tomar conhecimento do túmulo da Beata .....	86
Gráfico 20: Atividades realizadas no percurso e de regresso a casa .....	86
Gráfico 21: Atividades realizadas na zona envolta do túmulo .....	87
Gráfico 22: Primeira visita dos peregrinos/visitantes nacionais no Santuário Alexandrina de Balasar, segundo o Santuário .....	97
Gráfico 23: Primeira visita dos peregrinos/visitantes internacionais no Santuário Alexandrina de Balasar, segundo o Santuário .....	97
Gráfico 24: Principal motivação dos peregrinos/visitantes nacionais, segundo o Santuário.....	100
Gráfico 25: Principal motivação dos peregrinos/visitantes estrangeiros, segundo o Santuário.....	101
Gráfico 26: Origem dos peregrinos/visitantes nacionais, segundo o Santuário .....	102
Gráfico 27: Origem dos peregrinos/visitantes estrangeiros, segundo o Santuário.....	103
Gráfico 28: Tipo de transporte utilizado pelos peregrinos/visitantes, segundo o Santuário.....	104
Gráfico 29: Obtenção de conhecimento por parte dos peregrinos/visitantes nacionais, segundo o Santuário.....	105
Gráfico 30: Obtenção de conhecimento por parte dos peregrinos/visitantes internacionais, segundo o Santuário .....	106

## Lista de tabelas

Tabela 1: Objetivo geral e específicos do estudo.....	44
Tabela 2: Painel de entrevistas exploratórias.....	46
Tabela 3: Proposições de investigação e fontes .....	48
Tabela 4: Enquadramento do objetivo geral e específicos, proposições de investigação e variáveis .....	49
Tabela 5: Descrição do modelo de análise conceptual.....	51
Tabela 6: Identificação dos entrevistados no estudo de caso.....	59
Tabela 7: Tabela Síntese informativa.....	62
Tabela 8: Análise dos dados da questão nº8 do questionário.....	88
Tabela 9: Condições existentes no Santuário e na zona envolvente .....	90
Tabela 10: Análise dos dados da questão nº9 do questionário.....	91
Tabela 11: Infraestruturas e serviços utilizados .....	93
Tabela 12: Teste de Mann-Whitney .....	95
Tabela 13: Teste KMO e Bartlett da pergunta 8.....	129
Tabela 14: Total da variância explicada da pergunta 8.....	129
Tabela 15: Matriz de componentes após rotação <sup>a</sup> .....	130
Tabela 16: Testes de KMO e Bartlett's Test.....	130
Tabela 17: Total da variância explicada .....	131
Tabela 18: Matriz de componentes após rotação .....	131

## Lista de siglas

APA - American Psychological Association

IBM SPSS 24 - *International Business Machines, Statistical Package for the Social Sciences 24*

KMO - Kaiser-Meyer-Olkin

PENT – *Plano Estratégico Nacional do Turismo*

PI – *Pergunta de Investigação*

OE – *Objetivo Específico*

OG – *Objetivo geral*

OMT – *Organização Mundial do Turismo*

TR – *Turismo Religioso*

UNWTO - *United Nations World Tourism Organization*

WTTC - *World Travel & Tourism Council*

## 0 – INTRODUÇÃO

A presente investigação insere-se no âmbito da dissertação de mestrado em Gestão de Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Politécnico do Porto, para a obtenção de grau de mestre. De seguida faz-se uma contextualização e justificação do tema, apresenta-se a pergunta de investigação e os objetivos deste estudo, descreve-se de forma resumida a metodologia adotada e, por fim, a estrutura da dissertação.

No ano de 2009 o turismo foi responsável por conceber aproximadamente 8,2% do emprego a nível mundial (WTTC, 2010). O turismo como atividade económica, representa para Portugal uma importante fonte de receitas significativas, revelando um conjunto de vantagens competitivas que em regra outras atividades não conseguem alcançar. Destaca-se que em 2016 (Portugal 2027), houve um aumento do peso do turismo nas exportações, representando 16,7% do total das exportações de bens e serviços do país, o mesmo teve um crescimento de 5% do mercado interno.

Em Portugal, segundo dados do Portugal 2027 revelados na ETP 27 as receitas do turismo em 2015 atingiram os 11,5 mil milhões de euros representando cerca de 6,3% do PIB. Contribuindo para o aumento do emprego no turismo, o qual aumentou 14,2% em 2016.

O Turismo em Portugal possui uma enorme importância ao nível da atividade económica. A ampla variedade de recursos, dos quais Portugal dispõe enquanto destino turístico, converte-o numa potencialidade com qualidades distintas. Sublinhe-se, então, que o Turismo, possuindo um bom plano de desenvolvimento, representa um dos sectores estratégicos mais importantes para o progresso de uma região, não só através do emprego e rendimento que cria, como também, no que se refere à sua contribuição para a estabilidade da balança de pagamentos, bem como por meio de investimentos diretos e indiretos, que poderão representar a base de um arranque para o desenvolvimento sustentável. Já que o Turismo consiste numa atividade multidisciplinar, à medida que se vai desenvolvendo, transformando-se numa atividade que dá resposta à satisfação de necessidades de ordem intelectual, física, psicológica, cultural, social e profissional, através do desenvolvimento de novas atividades e do aperfeiçoamento das existentes (Dias, 2010).

Uma das apostas do PENT (2013-2015) é reforçar os circuitos turísticos, dividindo-os para a vertente generalista e temática e individualizar o turismo religioso, formatando itinerários que deem valor e integrem o património histórico, cultural, religioso e paisagístico. O património cultural, que muitas vezes também é religioso, torna estes segmentos do turismo muito próximos e dependentes um do outro (Pereira, 2010).

O Turismo Religioso, em Portugal, internacionalizou-se, sem dúvida (temos como exemplo Fátima, a cidade-santuário, que cada ano, recebe cada vez mais turistas estrangeiros). Por estas razões, entende-se que esta investigação deve abordar o Turismo Religioso concretamente o estudo de caso em Balasar, por este ser um tipo de Turismo que tem vindo a aumentar nos últimos anos

Esta investigação deveu-se à investigadora ser crente praticante, ao desejo de se saber mais sobre este fenómeno e pelo facto de não haver estudos científicos sobre o Turismo Religioso no Santuário em Balasar, pois situa-se numa freguesia com potencialidades de desenvolvimento, devido ao número de peregrinos/visitantes que lá se deslocam. Realizou-se também este estudo com o intuito de contribuir para uma reflexão dos diversos *stakeholders* envolvidos, nomeadamente os residentes, os privados e o Governo dos grandes benefícios que podem obter deste tipo de Turismo. Sabendo-se também que vai ser construída uma nova Basílica Eucarística, importa refletir sobre os dados a obter no sentido de ajudar no projeto de construção. E por fim, o facto de o Santuário não estar incluído oficialmente num roteiro sendo um ponto de elevado interesse para diversos peregrinos/visitantes.

### **Pergunta de Investigação e objetivos**

Esta investigação inicia-se com a seguinte pergunta de investigação: **Qual o perfil do peregrino/visitante que se desloca ao Santuário Alexandrina de Balasar?** De seguida delineou-se o objetivo geral - Conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes que se deslocam ao Santuário Alexandrina de Balasar, ou seja, identificar as características dos peregrinos/visitantes.

Como objetivos específicos, o estudo pretende identificar as principais motivações que levam os peregrinos/visitantes ao Santuário, conhecer a origem e o meio

de transporte, ou seja de onde vem e como se deslocam, saber quais as fontes de informação, isto é, de que forma obtiveram conhecimento do Santuário e de toda uma história relacionada, descrever as atividades que são realizadas no Santuário desde ritos a atividades profanas e por último pretende-se saber se o Santuário dispõe de infraestruturas adequadas para a satisfação das necessidades dos peregrinos/visitantes, nomeadamente que tipos de estabelecimentos e outros recursos existem.

### **Resumo Metodológico**

Depois de definidos os objetivos, identificaram-se as variáveis, as proposições e a amostra do estudo. A pergunta de investigação guiou o estudo para a metodologia quantitativa e qualitativa apoiada no método de estudo de caso. Na questão de investigação, identificou-se o estudo de caso, que se refere ao Turismo religioso: estudo de caso em Balasar.

Foram usadas diversas fontes de evidências, entre as quais salientamos os inquéritos por questionário e as entrevistas semiestruturadas. Na etapa de exploração foi realizada uma entrevista ao guia na Casa da Beata Alexandrina. Na etapa da observação aplicou-se questionários aos peregrinos/visitantes, realizaram-se entrevistas a *stakeholders* envolvidos, fez-se análise de dados estatísticos e documentais fornecidos pelo Santuário, efetuou-se observação não participante no Santuário, bem como registos num diário.

A análise dos dados recolhidos foi realizada através do software SPSS v.24 e do NVivo 10, tendo em consideração os objetivos, as proposições e as variáveis. No capítulo III, apresenta-se de forma mais pormenorizada a metodologia selecionada. De forma a gerir-se as referências bibliográficas, usou-se o software Zotero, com o estilo de citação das normas APA 6th Edition.

### **Estrutura da dissertação**

Relativamente à estrutura esta investigação encontra-se organizada em quatro capítulos. Após a introdução, no capítulo I é feita uma revisão da literatura de forma a contextualizar o Turismo. São apresentados os diversos conceitos ligados ao Turismo (secção 1.2), explica-se o Turismo enquanto sistema (secção 1.2.1), define-se o que é um destino e um produto turístico (secção 1.2.2). Posteriormente faz-se a distinção entre

Turismo Cultural e o Turismo Religioso (secção 1.3), apresentam-se também as características e motivações dos peregrinos/visitantes (secção 1.4 e 1.5), descreve-se a oferta turística (secção 1.6) que os peregrinos/visitantes tem à sua disposição quando se deslocam aos Santuários.

No capítulo II apresenta-se e expõe-se a metodologia adotada neste estudo. Inicia-se por enquadrar este estudo do ponto de vista científico (secção 2.1) e posteriormente explica-se a investigação em Turismo (secção 2.2). De seguida, apresenta-se as fases do processo (secção 2.3), começando por definir a pergunta de investigação (secção 2.3.1), a forma como foi elaborada a revisão da literatura (secção 2.3.2), identifica-se o modelo de análise com a apresentação das proposições e das variáveis, estabelece-se os conceitos e as perguntas (secção 2.3.3), explica-se o método e as técnicas de investigação usadas (secção 2.3.4), e no final, descreve-se como foi feita a análise dos dados (secção 2.3.5). Finaliza-se este capítulo com uma análise crítica da metodologia adotada (secção 2.4) e com a conclusão (secção 2.5).

No capítulo III apresenta-se a freguesia de Balasar, onde se procede ao enquadramento do território em estudo (secção 3.2), conta-se de forma sucinta a história do Santuário e a criação da Causa da Beata Alexandrina (secção 3.3). Descreve-se também o que a freguesia tem para oferecer aos peregrinos/visitantes (secção 3.4), bem como os dados obtidos através dos inquéritos por questionário e das entrevistas semiestruturadas (secção 3.5 e 3.6). Depois, elabora-se a análise e discussão dos resultados obtidos (secção 3.7), constata-se os que são comuns e diferentes, compara-se com a revisão da literatura e verifica-se se surge novo conhecimento.

No último capítulo apresenta-se a conclusão deste estudo, onde se identificam as principais conclusões (secção 4.2), as limitações desta investigação (secção 4.3) e onde se deixam algumas recomendações para futuras investigações (secção 4.4).

## CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO AO TURISMO RELIGIOSO

### 1.1- Introdução

Para uma melhor compreensão da temática em questão, é fundamental a explicitação de alguns conceitos essenciais. Assim sendo, neste capítulo serão apresentados os conceitos de turismo (secção 1.2) e do sistema turístico (secção 1.2.1), o destino e o produto turístico (secção 1.2.2), o turismo cultural e religioso (secção 1.3), as características (secção 1.4) e principais motivações dos peregrinos/visitantes (secção 1.5) de locais religiosos e a oferta turística dos Santuários religiosos (secção 1.6).

### 1.2- Conceitos de Turismo

O turismo, segundo a Organização Mundial de Turismo (UNWTO, 2008b), pode ser visto como um “fenómeno social, cultural, económico relacionado com o movimento de pessoas para locais fora do seu espaço de residência habitual, sendo o prazer a sua razão principal”. Porém, expõe novas classificações relativamente aos motivos das viagens turísticas, procedendo à distinção entre pessoais (férias, lazer e recreação, visitar amigos e familiares; educação e formação; saúde e cuidados médicos; religião/peregrinações; compras, trânsito, outras) e de negócios e profissionais. O turismo transforma-se num subconjunto da viagem, que ligada a distintas formas de turismo podem ser consideradas tendo em atenção diversos critérios: motivo principal; tipos de produtos turísticos; duração da viagem e da visita turística; origem e destino; meios de transporte; tipos de alojamento.

De acordo com Robinson, Lück, Smith, & Lackey (2013) o turismo é visto como uma espécie de viagem, uma estada momentânea longe do ambiente habitual do turista, onde este faz uso de serviços que sustentam a viagem, como por exemplo transporte, alojamento, alimentação e bebidas, operadores turísticos e agências de viagem, atrações, convenções/seminários/conferências e reuniões. Acreditam também, que o turismo inclui não só as viagens de lazer, mas também as viagens para reuniões e negócios pessoais, casamentos, reuniões/encontro de famílias, educação, religião, saúde e visitar amigos. Nesse sentido, o turismo não consiste apenas numa indústria, mas num conjunto de diversas indústrias.

Viajar é uma prática dos viajantes e acontece quando uma pessoa se movimenta de um local para outro tendo em conta um motivo ou duração. Quando falamos de viagem estamos a referir-nos a um conjunto de visitas a locais distintos. Por outro, a visita turística consiste na estada em um ou múltiplos locais visitados (UNWTO, 2008a).

As pessoas que viajam podem ter diversas designações. Segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT (UNWTO, 2008a) o visitante é o viajante que participa numa viagem turística, sendo excursionista, se não pernoitar no local visitado, e será turista se pernoita, pelo menos uma noite.

De acordo com Santos (2006), o turista também pode ser visto como uma pessoa que realiza atividades de recreio e possui motivações mais profanas. Os turistas poderão deslocar-se por motivos de negócios, férias, educação, visita a familiares e amigos, educação e formação, saúde, compras, religião e peregrinações, entre outros (Cunha, 2006; Marques, 2006; UNWTO, 2008a).

Sendo a religião um dos principais motivos, de acordo com Collins–Kreiner (2010), um peregrino poderá não ser turista na perspetiva das organizações religiosas e dos próprios turistas, mas é visto e tratado como tal na perspetiva da indústria turística.

O turista religioso é um indivíduo que se movimenta motivado por um aglomerado de atrativos. Por oposição, o peregrino é aquele que movido pela sua fé, desloca-se ao lugar sagrado a fim de exercer um voto, cumprir uma promessa ou apenas para demonstrar a sua adesão a uma determinada religião (Sousa & Pinheiro, 2014).

Prazeres (2014) afirma que o turista religioso, para além de participar em algumas celebrações religiosas, possui o desejo de alargar a sua viagem a outros pontos não exclusivamente religiosos, desejo que pode ser tão ou mais forte quanto mais distante estiver da sua residência. Mas segundo Santos (2006), o turista religioso é um indivíduo que faz atividades numa categoria que abrange elementos religiosos e de recreação possuindo motivos mistos (sagrados e profanos). No entanto independente do turista ser religioso ou não, ambos procuram conhecer o atrativo sem perder de vista o conforto disponibilizado pelo mercado turístico, levando a que esses viajantes movidos por distintas razões façam uso de produtos comuns – o alojamento, os equipamentos de alimentos e bebidas, segurança, entre outros (Arnt, 2006).

O peregrino é aquele que pratica atividades de aspeto mais religioso e possui motivações principalmente sagradas, realizam práticas religiosas como rezar, cumprir promessas, ir às missas. Por outro lado, os turistas religiosos gostam de conhecer as tradições e os modos de vida das comunidades locais (Sousa & Pinheiro, 2014).

Sobre a diferença entre peregrinos e turistas, Beni (2000) afirma que o turista é aquele que se movimenta para outros locais tendo em conta escolhas e motivações diversas. O peregrino concentra-se na motivação religiosa, no entanto é um potencial turista, pois “[...] esses peregrinos assumem um comportamento de consumo turístico, pois utilizam equipamentos e serviços com uma estrutura de gastos semelhantes à dos turistas reais” (Beni, 2000 p. 422).

### 1.2.1 - Sistema Turístico

Um sistema um conjunto de componentes que interagem para alcançar um determinado objetivo tendo por base um plano, procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios, de forma estruturada, de tal modo que a alteração de um elemento causa modificações num ou em diversos. (Beni, 1997, 2004; Cunha & Abrantes, 2013).

Os sistemas são designados de abertos, quando o exterior tem influência sobre o objeto, constatando-se fluxos de entradas e saídas de energia, que garante a sua preservação ou fechados, quando não é registada nenhuma ação sobre o objeto, ou seja, não há entradas (inputs), nem saídas (outputs) (Beni, 1997, 2004; Cunha & Abrantes, 2013).

Se se analisar o turismo numa perspetiva sistémica é necessário discernir as componentes do sistema turístico, identificar os laços estabelecidos entre eles e dos impactos que desempenham sobre o conjunto. Este discernimento origina o sistema funcional do turismo que constitui o pilar da totalidade do desenvolvimento da atividade turística, porque mostra as ligações que se estabelecem entre todos os elementos que compõe o sistema quando se atua sobre um deles ou quando um deles sofre qualquer ação (boa ou má) ou não acompanha a evolução dos demais. (Cunha, 2007).

Gunn & Var (2002), pioneiros na aplicação do sistema turístico, mostram o sistema funcional do turismo como o cerne da evolução da atividade turística, sendo

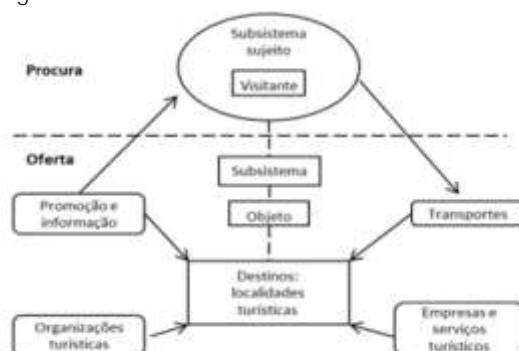
constituído por dois blocos interligados: a procura e a oferta. Do lado da procura identificam o turista. Do lado da oferta agrupam todos os produtos e serviços que devem conseguir satisfazer as necessidades dos visitantes. Do ponto de vista do planeamento, a oferta é composta por cinco elementos: atrações; transportes; serviços turísticos; informação; e promoção que interagem entre si e que uma pequena alteração num deles afeta todos os outros.

Para Leiper (1979) “o sistema abrange a viagem discricionária e a estadia temporária de pessoas fora do seu lugar habitual de residência por uma ou mais noites, excetuando-se as viagens feitas com a principal intenção de obter uma remuneração (...)”. Segundo este autor os turistas, as regiões emissoras, as regiões de trânsito, as regiões de destino e a indústria turística constituem os elementos do sistema turístico.

Para que o sistema funcione corretamente é necessário ter em atenção as perturbações económicas ou políticas no subsistema de emissão (procura), que poderá afetar o sistema turístico no seu todo. Isto quer dizer que, não basta que os componentes trabalhem bem sozinhos, é preciso que eles trabalhem bem, sobretudo em conjunto para que o sistema funcione em pleno (Cunha, 2007).

Por isso, para Cunha & Abrantes (2013) o turismo apresenta-se como um sistema, mais propriamente como “um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de carácter funcional e espacial como sejam as zonas de proveniência dos visitantes (emissoras), as zonas de destino (recetoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem os bens e serviços turísticos (atividade turística)” (ver figura 1).

Figura 1: Sistema funcional do turismo de Cunha



Fonte: Cunha (2007)

As zonas emissoras originam a procura turística composta por fluxos de pessoas que abandonam momentaneamente o local onde residem para outros lugares. Os fluxos

turísticos são compostos por pessoas, famílias e grupos de indivíduos que nas suas movimentações são influenciados por diversos fatores, sendo os mesmos: rendimentos, condições de vida, tempo-livre, nível cultural, entre outros. Nas zonas emissoras de fluxos otimizam-se diversas instituições cujo propósito é o de influenciar e monitorizar a emissão turística: agências de viagens, empresas de transporte, entre outros.

Para além disso, estabelecem-se relações entre os fluxos que saem das zonas emissoras e as áreas que visitam (recetoras), uma vez que, os turistas utilizam os estabelecimentos hoteleiros, restaurantes, transportes. Instituem-se também relações com as populações do local que os recebem, criando assim impactos de natureza sociocultural e económica. Estes impactos, por sua vez, fazem com que as autoridades políticas e administrativas dos lugares criem ações e políticas por forma a responder às necessidades (Cunha & Abrantes, 2013; Cunha, 2007).

Assim, os destinos são compostos pelas localidades turísticas que apresentam atrações capazes de moverem as pessoas. Os transportes são a componente do sistema que permitem a ligação entre a residência e o lugar de destino. A promoção e a informação é constituída pelo conjunto de atividades, iniciativas e ações que levam as pessoas a tomarem uma decisão e a terem mais conhecimento para sentirem a máxima satisfação na viagem. As empresas e os serviços turísticos são a parte mais importante do sistema a nível económico e possuem a parte fundamental da produção turística: prestação de alojamento, alimentação, distribuição, diversões, ocupação de tempos livres e outros serviços. São estas organizações públicas e privadas que tem de garantir o funcionamento do sistema (Cunha, 2007).

A procura turística caracteriza-se por ser o sujeito do sistema que tem origem nas zonas emissoras, sendo formada pelo consumo de bens e serviços produzidos pelas organizações turísticas e também por outros bens e serviços produzidos pelas instituições e empresas destinados aos residentes (Cunha, 2007)

Segundo Mathieson & Wall (1982, citado por Fazenda, Silva & Costa, 2008) a procura turística pode ser entendida de diferentes perspetivas. Os psicólogos associam a procura às motivações e ao comportamento. Os geógrafos classificam a procura como a totalidade dos indivíduos que viajam, ou tem o desejo de viajar, para poder utilizar facilidades e serviços distantes da sua residência ou local de trabalho

A duração do tempo de trabalho é uma determinante estrutural da procura turística. A diminuição do tempo de trabalho corresponde ao aumento do tempo de férias e da duração do fim-de-semana o que leva a que haja uma maior heterogeneidade da procura turística, principalmente no que respeita ao tipo de destinos e ao complemento da atividade turística fora da estação (Cunha, 2006).

O fator proximidade, segundo Prazeres (2014) é um aspeto que apresenta alguma relevância no momento de decidir em fazer a viagem. Devido à crescente necessidade de rutura do quotidiano e com o aumento das férias pagas, verifica-se uma segmentação cada vez mais importante: férias de verão e de inverno, multiplicação das viagens de fim-de-semana e redução média das permanências nas viagens de férias. Ou seja, os consumidores passam a realizar mais vezes férias, mas estas são de curta duração (Cunha, 2006).

A oferta turística, o outro subsistema objeto, é constituído pelos destinos, os meios de deslocação que fazem com que a procura usufrua da oferta (meios de transporte), as entidades que asseguram os mecanismos de funcionamento e administração (organizações turísticas), as organizações que produzem bens e serviços que vão de encontro às necessidades dos turistas (empresas e serviços turísticos) e os meios que condicionam e dirigem a procura (promoção e informação) (Cunha, 2007).

De acordo com Fazenda, Silva & Costa (2008) a oferta turística é composta pelas atrações (elementos naturais, culturais, histórico-patrimoniais e económicos, educativos e institucionais) que estimulam a procura no mercado e por um conjunto de infraestruturas básicas e específicas de suporte à própria atividade turística. Assim, de forma a garantir a qualidade e sustentabilidade do produto turístico é necessário a integração e qualificação dos diferentes componentes da oferta turística. Por isso Beni (1998), salienta a importância dos elementos que compõem a oferta turística terem a capacidade de atrair e fazer permanecer os visitantes durante um período de tempo, de preferência o mais longo possível, aumentando a permanência ou estadia média e o volume de consumo turístico no destino turístico.

Os elementos da oferta podem ser bens livres (clima, mar, paisagens, relevo, praias, lagos, nascentes termais); bens imateriais (tradições, cultura, exotismo, tipicismo); bens turísticos básicos criados (monumentos, museus, parques temáticos,

centros desportivos, estâncias termais); bens e serviços turísticos propriamente ditos (meios de transporte, vias de comunicação, meios de alojamento, restauração) (Cunha, 2006).

Assim, vendo o turismo numa perspetiva turística, este estudo analisa o “sujeito” do subsistema da procura – o peregrino/visitante do Santuário Alexandrina de Balasar e do lado da oferta um bem material e imaterial – o Santuário Alexandrina de Balasar e a tradição religiosa.

### 1.2.2 – O destino e o produto turístico

O destino turístico é um elemento fundamental do sistema turístico. Segundo a OMT é

Um espaço físico no qual um visitante pernoita pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos tais como, serviços de suporte, atrações e recursos turísticos a um dia de viagem de regresso. Tem fronteiras físicas e administrativas que definem a sua gestão e tem, também, imagens e perceções que definem a sua competitividade no mercado. Os destinos turísticos incorporam vários stakeholders que geralmente incluem a comunidade local e podem, ainda, abrigar e formar uma rede maior de destinos (UNWTO, 2008b).

No mesmo sentido, Morrison (2013) refere que é uma determinada área geográfica que atrai visitantes, tem uma fronteira administrativa ou limites (podem ser países, regiões; municípios, freguesias, cidades, vilas, ...), onde o visitante encontra alojamento e uma mistura de facilidades e serviços (restaurantes, atrações e eventos, transportes, infraestruturas e hospitalidade) para satisfazer as suas necessidades e desejos. Deverá existir uma Organização de Gestão do Destino (DMO) que lidera e coordena o desenvolvimento do turismo, particularmente a promoção e comercialização junto dos seus mercados. Assim, os visitantes têm uma perceção precisa ou imprecisa acerca do destino (posicionamento). O governo e as instituições públicas criam leis e regulamentos e existem várias entidades interessadas no turismo: organizações públicas e privadas com ou sem fins lucrativos, indivíduos e outras entidades.

Dias & Cassar (2006, citados por Madeira, 2010) referem que o destino turístico deve ser entendido como um conjunto composto por diversas organizações e indivíduos que cooperam e competem, entre si, na oferta de uma diversidade de produtos e serviços ao turista. É o principal apoio da atividade turística, uma vez que abrange um conjunto de recursos, entre outros os naturais, as infraestruturas, os diferentes serviços concedidos aos turistas e a própria cultura dos residentes.

Na perspetiva de Leiper (1979), as áreas recetoras são os destinos turísticos, pelos quais os turistas são atraídos, por um conjunto de elementos específicos desse território – as atrações, alojamento, animação e eventos, facilidades e os serviços de apoio.

Os produtos turísticos, que emergem num destino, constituem a oferta turística que responde às necessidades da procura. Pode ser entendido como um conjunto de elementos, que são objeto de comercialização no seu todo (Cunha, 2001). Segundo a OMT o produto turístico

é uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis, como recursos naturais, culturais e artificiais, atrações, infraestruturas, serviços e atividades que estão em volta de um centro de interesse específico que representa o núcleo do mix de marketing do destino e cria uma experiência geral do visitante, incluindo aspetos emocionais para os potenciais clientes. Um produto turístico é precificado e vendido através de canais de distribuição e tem um ciclo de vida. (UNWTO, 2008b).

De acordo com Silva (1998, citado por Madeira, 2010) o produto turístico engloba tudo o que acontece desde que o visitante sai do local habitual de residência até ao momento em que a ela regressa. Considera que o produto turístico é composto por recursos naturais (clima, paisagem, relevo, flora, fauna, recursos hidrográficos, etc.), culturais (hábitos, costumes e tradições da população) e recursos construídos pelo homem (históricos, culturais, religiosos, estruturas de acolhimento e alojamento, equipamentos desportivos e de animação, meios de acesso e facilidade de transporte e infraestruturas).

Segundo Costa (2007), o produto turístico é algo que pode ser comprado e consumido num destino estabelecido, por um não residente convenientemente motivado para o efeito, ou seja, é um conjunto de prestações de serviços que se destinam a satisfazer as necessidades dos turistas.

Assim, um destino turístico pode ser entendido como um território, onde os visitantes (a procura) usufruem dos diversos elementos que constituem a oferta turística. A sua capacidade de atração depende das características do aglomerado de produtos turísticos promovidos (Oliveira, 2014). Neste estudo, Balasar (o Santuário Alexandrina de Balasar) poderá ser visto como um destino de turismo religioso ou fazendo parte de um outro que abrange um território maior, como a Região Porto e Norte de Portugal ou Portugal, enquanto destino turístico.

### 1.3 - Turismo Cultural e Religioso

Existe uma forte relação entre cultura e religião, já que desde o início dos tempos os Homens se esforçam por comunicar com o divino, ou seja, sentem que há algo superior a eles e que de alguma maneira lhes define o destino.

Para Cunha (2006, p. 236), a cultura é vista como “património de conhecimentos, de princípios, de usos e de regras, de experiências e opções, que contribuem para transformar o mundo material e criar novos valores espirituais”.

A religião, tendo como objetivo “(...) ligar as pessoas ao transcendente (...)” (Marujo, 2005 p. 115), depreende a existência de dois elementos essenciais: o homem e a crença/fé. De um lado, há o homem, cuja criatividade o faz sujeito de cultura. Por outro lado, a Fé, mais ou menos estabelecida, a qual o impulsiona desde sempre a percorrer um caminho, a viajar e a deslocar-se, a procurar a sua história, identidade e valores.

Pereira & Peres (2010), referem que a relação entre os dois segmentos de turismo cultural e religioso é clara, uma vez que o património cultural, que por vezes é religioso, faz com que estes segmentos do turismo estejam muito próximos e ligados um ao outro”. Pinto (2011, p.5) afirma que o turismo religioso “tem uma ligação forte com o património existente em áreas que desenvolvem a atividade turística”. Além disso, o turismo cultural é visto como um ritual que enaltece a cultura como um substituto inovador da religião (Pereira & Peres, 2010).

O Turismo Cultural e o Religioso estão profundamente ligados. Por exemplo quando, alguns turistas que se deslocam a Fátima como “turistas religiosos”, a maioria, têm tendência para visitar a cidade de Coimbra, tendo como finalidade conhecer os monumentos mais importantes, ou seja, além do Turismo Religioso praticam Turismo Cultural (Dias, 2010). Por isso, sendo este estudo no âmbito do turismo religioso, importa refletir acerca destes dois tipos de turismo.

A intenção através da qual uma pessoa, impulsionada pela sua curiosidade e interesse intelectual, procura encontrar e explorar as raízes históricas e culturais de uma população local recetora, dá origem a uma atividade turística de carácter fortemente cultural, designada por Turismo Cultural (Cunha, 2007). Segundo Cunha & Abrantes (2013) o Turismo Cultural consiste nas viagens originadas pela vontade de ver coisas

novas, de ampliar os conhecimentos, identificar as particularidades e os hábitos de outros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado e do presente ou ainda a satisfação de necessidades espirituais.

McGettigan (2003), refere que se inclui no turismo cultural todos os tipos de cultura, com os quais estão relacionados vários recursos, a arte, a arquitetura, a literatura, a língua, a história, a arqueologia, a religião, entre outros. Salienta ainda que é, justamente, na arquitetura onde se encontra inventariada uma parte relevante destes recursos culturais. Como exemplo disso, as catedrais aparecem relacionadas com a importância arquitetónica e artística, e não tanto com o seu valor religioso. Daí que o autor, esclareça o porquê dos lugares sagrados estarem incluídos na esfera cultural e, conseqüentemente, fazerem parte do turismo cultural.

A atitude do turista cultural nos lugares religiosos, segundo Santos (2003), é a de um mero espectador. Este desloca-se impulsionado pela curiosidade e pelo interesse intelectual, pois apenas observa os rituais religiosos e não se envolve no espírito religioso do momento. Todavia, e segundo o mesmo autor, o turista cultural distingue-se do turista, uma vez que este último, porque se interessa pelo valor e o simbolismo dos costumes, dos monumentos e dos locais religiosos, procura aumentar os seus conhecimentos acerca dos mesmos. Por outro lado, o turista cultural diferencia-se do peregrino e do turista religioso, os quais, contrariamente ao primeiro, “(...) sentem a natureza sagrada dos lugares onde estão, e participam ativamente nos atos religiosos (...)” (Santos, 2003).

O turismo cultural consiste na visita a monumentos, catedrais, a edifícios que na sua maioria pertencem à igreja ou a algum tipo de religião. Nesse sentido, a pessoa que se desloca para os visitar pode ser um turista religioso, que tendo as suas motivações religiosas acaba por também querer ver aspetos culturais desse mesmo local. Já o turista cultural apenas se interessa pelo aspeto cultural ignorando a parte religiosa.

Segundo Timothy e Boyd (2003) a definição de turismo cultural não está relacionado apenas com as visitas a locais históricos, mas também com a ideia do consumo do estilo de vida dos locais visitados.

Por isso, o turismo cultural não se pode resumir apenas na visita a monumentos ou a lugares históricos, existindo também a necessidade de se associar as tradições, os usos e costumes das comunidades receptoras. Salientamos por isso a importância das comunidades na divulgação destes valores.

Este tipo de turismo apresenta diversas vertentes ligadas aos caminhos internacionais, atrações históricas, parques e jardins, arquitetura (tradicional e moderna), locais religiosos, costumes, modos de vida, cultura popular e folclore, festivais e eventos, arte (teatro, cinema, dança), exposições de arte ou relacionadas com o passado e manifestações associadas à religião (Cunha, 2006). Nesse sentido, este estudo foca-se nas manifestações associadas à religião, mais propriamente no turismo religioso.

A igreja católica foi a primeira instituição religiosa a utilizar o termo “turismo religioso” no início da década de 1960 como a “atividade que movimenta peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo” (Vilas Boas, 2012, p. 35). Esta verificou a necessidade de criar uma pastoral para o turismo, e desde 2007 o Vaticano tem disponibilizado um transporte aéreo regular para lugares sagrados dos católicos, como Lourdes, Fátima, Santiago de Compostela, entre outros (Vilas Boas, 2012).

O turismo religioso está relacionado com os destinos religiosos que estão ligados “a lugares sagrados, onde existam relatos da manifestação de uma divindade, ou da vida de pessoas declaradas santas” (Tendeiro, 2010).

O turismo religioso é praticado por pessoas que possuem ou não uma religião (Santos, 2006). Por isso, para Oliveira (2004, p. 18) o turismo religioso é “uma peregrinação contemporânea motivada por celebrações relacionadas direta ou indiretamente com a cultura cristã” podendo até afastar-se do sagrado e do lazer, aproximando-se cada vez mais da noção de um turismo de negócios: “o negócio da fé”.

Nos últimos tempos, o turismo religioso tem captado muito a atenção de investigadores das diversas áreas disciplinares. A literatura sobre este tema já é vasta e as abordagens são diversas. Possivelmente deve-se à vitalidade e relevância do tema, mas esta reflexão multidisciplinar tem progredindo num contexto onde ainda não existe unanimidade entre os autores sobre algumas questões teóricas como o próprio conceito de turismo religioso (Silveira, 2007; Vilas Boas, 2012).

Diversos autores têm em conta a proposta de Smith (1992), por vezes com ligeiras alterações, de que o turismo religioso é uma dimensão intermédia de um *continuum*, cujos limites são a peregrinação e o turismo (cultural). Para outros, porém, a distinção parece não existir, uma vez que, compreendem que o turismo religioso significa “viajar com o motivo principal de vivenciar formas religiosas, ou os produtos que induzem, como arte, cultura, tradições e arquitetura” (SIGA, 2012, p.2).

Verifica-se que o conceito de turismo religioso tem sido objeto de reflexões e estudos entre os cientistas não apenas no mundo das instituições de turismo e sociais, mas também por etnógrafos, antropólogos, sociólogos, geógrafos, economistas. A conceptualização do termo turismo religioso apresenta uma certa complexidade. É um conceito composto por duas entidades, turismo e religião, as quais têm valor em si mesmas e que dão origem a uma nova realidade que compartilha as características ou elementos de ambas as entidades (Parellada, 2009).

O turismo religioso exige viajar sempre com o propósito de uma certa descoberta religiosa, mas também da exploração dos lugares da religião e dos lugares não religiosos (Dias, 2010). Ostrowski (2002, citado por Christoffoli, Pereira & Silva, 2012, p. 597) considera o turismo religioso como "o novo termo que reflete uma nova forma de turismo que é colocado entre o sagrado e o profano." Cada tipo de turismo destaca-se e é caracterizado por várias motivações que levam as pessoas a determinados lugares.

Apesar de ser um termo recente, o turismo religioso é definido por vezes como sendo, as atividades turísticas ligadas a práticas religiosas em determinados lugares com significado religioso. Os lugares sagrados, que foram e continuam a ser lugares de peregrinação, na sociedade moderna, tornaram-se locais turísticos (Serrallonga & Hakobyan, 2011). Por isso, Shinde (2010) refere-se ao turismo religioso como sendo um termo amplamente utilizado na teoria e prática para se referir a padrões de viagem contemporânea aos locais de peregrinação.

Para Carvalho, Nascimento & Roazzi (2005), o turismo religioso enquadra-se no momento de lazer, pois o peregrino, o penitente e devoto ao participar nestes eventos que reforçam a sua fé, executam este tipo de turismo, “ [...] não apenas no sentido de compromisso com o Santo de sua devoção, mas como forma de praticar o lazer de rutura

com o seu quotidiano de trabalho”, (Carvalho et al., 2005, p. 2) independente de fatores como meio de transporte, estadia, ou alimentação.

Segundo Tendeiro (2010), o Turismo Religioso emerge da conjugação de dois elementos essenciais - a deslocação e a motivação. A deslocação que presume a saída do seu lugar de residência habitual para locais sagrados, enquanto a motivação é religiosa.

Este tipo de turismo na maioria das vezes, é considerado uma mera visita aos locais de Fé, mas possui enorme significado religioso, pois também consiste na admiração de objetos de arte, do ponto de vista do enriquecimento cultural e arquitetónico.

Arnt (2006) menciona que o turismo religioso não pertence apenas aos religiosos, nem à religião. É um turismo estimulado pela religiosidade, pela cultura religiosa. Nesse sentido, onde quer que essa cultura se evidencie – seja na área rural, natural ou urbana, seja no quotidiano ou em ocasiões festivas – poderá existir turismo religioso.

Para Knyszewski, (2004) são três os aspetos que distinguem o turismo religioso: i) a questão espiritual, em que há uma aproximação a Deus ou uma manifestação de fé na visita a um lugar sagrado; ii) o facto sociológico no qual o turismo religioso é um meio para aprender a história da sua religião; iii) o aspeto cultural cujo objetivo é entender a cultura de uma região que foi afetada pela prática de uma religião estabelecida.

O turismo religioso, de acordo com as conclusões da ICORET (2006), é uma oportunidade para as comunidades que acolhem, desenvolverem-se economicamente e socialmente devido à evolução deste tipo de turismo (Santos, 2009). É um segmento do mercado turístico que abrange negócios, empreendimentos e lucros, gera empregos e rendimento, concebe opções de lazer, propulsiona localidades como rotas turísticas e pode provavelmente melhorar a vida da própria população. A grande maioria dos empresários demonstraram pretensões de investir no turismo cultural e religioso, pois este tenderá a crescer e é um produto a promover e dinamizar, potenciando o desenvolvimento económico local.

No entanto verifica-se alguma dificuldade em distinguir o conceito de “turismo” do de “peregrinação”. Alguns autores defendem que existem semelhanças e outros

consideram que há diferenças. Diversas vezes, o turismo religioso e a peregrinação não são bem compreendidos, sendo importante referir que são dois termos bastantes díspares. Apesar de terem processos muito semelhantes diferenciam-se pelas motivações e objetivos que são distintos (Dias, 2010).

A Igreja Católica Romana é aquela que tem estado mais ativa em explicar a relação entre turismo e religião (Vukonić, 2006). A admiração de obras de arte e de relíquias de Cristo, de Maria e de outros santos que se encontram em muitas das igrejas e santuários, espalhados pelo mundo, incentiva os crentes e os não crentes a viajar.

Desde a antiguidade que se realizam viagens de peregrinação devido a um processo de sacrifício individual em honra de santos, que se foram consolidando em torno de santuários construídos sobre templos antigos, templos ou mitos religiosos em função de santos ou divindades às quais se atribui algum milagre ou aparição. A peregrinação é essencialmente efetuada em grupo, em geral, acompanhado por um padre, o qual preside à celebração da missa, nos diversos locais religiosos no decurso do itinerário percorrido. Por isso, peregrinar requer fazer um caminho para um destino e exige uma vontade de veneração que pode ser religiosa ou profana (Vieira, 2001). Uma das principais características de qualquer peregrinação é o facto de esta ser realizada a pé, sentindo a dureza do caminho (Silva, 2011).

A viagem para o peregrino é a procura da satisfação espiritual pelo místico, sendo na maioria das vezes um ato de sacrifício. Segundo Abreu e Coriolano (2003, p.79) “[...] Para o turista, é uma procura de satisfação religiosa mais do que prazer material [...]. O turista religioso conjuga na viagem o prazer com a fé, mas a maior motivação é o prazer de viajar, conhecer coisas e lugares novos”.

Segundo Cohen (1985) o turismo é menos institucionalizado que a peregrinação, em virtude do carácter não obrigatório da sua principal e socialmente reconhecida motivação: “viajar por prazer” – o que mostra que enquanto a peregrinação é indispensável, o turismo é por definição não obrigatório. O autor afirma que, o turismo é uma atividade mais voluntária em oposição à peregrinação, ou seja, os seus destinos e itinerários são menos fixos. Considerando que tanto o objetivo como o trajeto da peregrinação são feitos “sob medida”, com períodos próprios, enquanto no turismo não há destinos ou percursos culturalmente definidos.

A peregrinação pode ser realizada por dois motivos: para satisfazer as necessidades espirituais, assim como as necessidades materiais. Porém, a maior parte dos peregrinos deslocam-se por necessidades espirituais, uma vez que, a peregrinação é, sobretudo, um ato religioso, uma intensa motivação espiritual, para os crentes que acreditam na salvação das suas almas, ou seja, na vida eterna. Por esta razão, existe a indispensabilidade de se praticar diversos atos religiosos e de oferecer sacrifícios. O local santo pode ser o país de origem dos peregrinos, assim como outro país qualquer (Dias, 2010). No caso de Fátima, Magalhães (1992, citado por Ambrósio 2009), refere que os indivíduos deslocam-se a partir do concelho que são naturais, de outras regiões de Portugal e ainda do estrangeiro.

Em suma verifica-se uma forte ligação entre o turismo cultural e o turismo religioso, uma vez que, uma viagem por motivos unicamente religiosos não se consegue desprender dos interesses culturais inerentes. No entanto, o peregrino viaja, principalmente, por necessidades espirituais, enquanto o turista, no geral, viaja mais por prazer e curiosidade em conhecer uma nova “cultura”. Por isso, como Balasar recebe anualmente milhares de peregrinos/visitantes importa refletir acerca do seu perfil.

#### **1.4 - Características dos visitantes**

O peregrino percorre grandes distâncias com o objetivo de procurar locais religiosos em detrimento do prazer, em oposição ao turista não religioso. Numa peregrinação, ele procura conseguir afastar-se do mundo profano, tentando aproximar-se ao sagrado através de alguns sacrifícios, como por exemplo andar de joelhos.

Para Valiente (2006), o turista da atualidade é um moderno consumidor de produtos e de espaços turísticos que ambiciona ter novos consumos turísticos e novas experiências. Assim, este turista é caracterizado como sendo um consumidor de novos espaços turísticos com sentido cultural e espiritual. Também de acordo com (Silva & Ribeiro, 2018), os visitantes assistem a celebrações religiosas mas também procuram participar em atividades de cariz cultural e em eventos.

Segundo Serrano (2004), são também características dos visitantes o reconhecimento das questões ecológicas na viagem; a divisão das viagens, em intervalos

curtos de estadia entre 2 a 4 dias; e a escolha das viagens de forma mais racional, uma vez que possuem acesso a bastante informação. No entanto, a alteração de comportamento é muito mais célere, consequência também dos benefícios das novas tecnologias usadas pelos turistas (Cunha, 1997).

Tendo em conta o estudo elaborado por Silva (2011), verifica-se que o número de peregrinos que se deslocam a pé tem diminuído, mas o número de visitantes que se desloca em transporte próprio e em excursões organizadas tem aumentado. Constata-se que os peregrinos que vêm a pé permanecem no final da peregrinação para assistir à celebração religiosa, regressando posteriormente de automóveis particulares em oposição a épocas passadas, onde frequentavam os espaços comerciais existentes no santuário, enquanto esperavam pela chegada de um transporte coletivo.

Os meios de transporte encontram-se ligados aos transportes urbanos, que abrange indivíduos e mercadorias, caracterizado de acordo com o seu tipo: rodoviário, pedonal, ferroviário, marítimo, aéreo ou fluvial (Afonso, 2015).

Segundo Santos (2008), embora os visitantes tenham à sua disposição um conjunto variado de ligações e boas acessibilidades, elegem quase sistematicamente o carro próprio (3 em cada 4). No caso das crianças, verifica-se, em geral, que um em cada dois vem de carro, um em cada quatro de autocarro e um em cada cinco de comboio.

Relativamente ao género, constata-se que à semelhança do que se tem verificado em estudos anteriores as mulheres apresentam-se sempre em maioria (Prazeres, 2014). No estudo coordenado por Santos (2008), a representatividade das mulheres no conjunto da amostra foi de 54,4%. Porém, considera que os homens, embora possam não participar ativamente na vida das paróquias, particularmente na missa dominical, não deixam de acompanhar os seus familiares até Fátima.

Segundo Rinschede (1985, citado por Ambrósio 2009) nos grupos organizados que se deslocam a Lourdes afluem na maioria mulheres. Apenas num estudo realizado por Giuriati & Arzenton (1992, citado por Ambrósio 2009) salientam em apenas um dos santuários que estudaram o sexo masculino aparece em maioria.

## 1.5 - Principais motivações dos visitantes de turismo religioso

Quando uma necessidade surge com uma determinada intensidade, torna-se num motivo que leva à ação. A necessidade despertada a um certo nível cria uma tensão ou desconforto que provoca uma ação para restabelecer o equilíbrio. A repetição permanentemente da mesma atividade leva a que haja uma rotina, até que a pessoa sente a necessidade de se libertar através da procura de outros ambientes. Esta vontade de fugir à rotina do dia-a-dia é considerada uma motivação turística (Cunha, 2006).

A motivação é o agente que mais afeta a procura e ao mesmo tempo é o que potencia a procura turística (Buhalis & Cooper, 1998).

Segundo Andrade (1999), as visitas a santuários/cidades com turismo referente à religião, estão entre os principais tipos de turismo e/ou as motivações mais comuns na atualidade. Os motivos que levam as pessoas a selecionar por um ou outro tipo de turismo, podem estar relacionadas com o desejo e a necessidade de fuga, o espírito de aventura, a aquisição de status, a carência de tranquilidade, a vontade ou necessidade cultural, pretensão ou necessidade de compra, entre muitas outras possibilidades.

De acordo com Richards (2008); Weidenfeld (2006); Timóteo & Boyd (2003) citados em Gonçalves, 2011) o turista religioso não se desloca unicamente por fatores e motivos religiosos, mas também, por outras motivações mais abrangentes, nomeadamente atraídos pela cultura. Estas motivações consistem em diversas atividades que se modificam tendo em conta os meios.

O domínio “Religião” norteia-se por motivações devocionais, de vivência do culto, de transformação espiritual e pela ligação com o sagrado, as peregrinações, a presença em cerimónias de culto, a inserção em reuniões e retiros espirituais, estão relacionadas com as práticas religiosas (Pereira & Peres, 2010).

As motivações são diversas, para os peregrinos e para os turistas religiosos. Os primeiros poderão ter motivações mais ligadas ao sagrado enquanto o turista religioso pode ter motivações mais ligadas ao profano ou mistas (profano e sagrado) (Sousa & Pinheiro, 2014).

Os santuários de maior ou menor dimensão recebem muitos visitantes, onde se destacam as motivações culturais, festivas, de lazer, de contacto com a natureza ou

simplesmente por curiosidade. O feito turístico dos santuários é indiscutível, e por isso é necessário geri-lo tendo em consideração as distintas necessidades dos visitantes: religiosas, culturais e turísticas (Serrallonga & Hakobyan, 2011).

A motivação religiosa é o principal motivo que leva as pessoas a saírem de casa e a percorrerem longos caminhos, com a finalidade de ir ao encontro de um novo “eu”. Numa peregrinação o fundamental é conseguir deixar o mundo profano procurando aproximar-se ao sagrado através de momentos de sacrifício (ex: andar de joelhos em Fátima) (Pinto, 2011).

As principais motivações que motivam a visita a um santuário do noroeste de Portugal, segundo o estudo de Silva (2011) são a peregrinação/fé, férias/lazer, festividades/celebrações religiosas e a curiosidade. Constatou, ainda que a motivação por razões religiosas é o principal motivo de deslocação dos visitantes.

Noutro estudo realizado por Santos (2008), de entre os diversos motivos que levam a visitar Fátima, destacam-se por ordem de importância: o rezar; cumprir uma promessa; e por tradição.

Também de acordo com Oosterwijk, Uden e Hensgens (1986, citados por Ambrósio 2009), as principais razões que levam as pessoas a deslocarem-se até um santuário por ordem decrescente são: pelo santo, por ação de graças, para obtenção da bênção de Deus, para pedir ajuda ao divino, para rezar pela cura de outra pessoa, por causa da Virgem Maria, para orar por um mundo melhor, para renovar a energia pessoal e para agradecer favores concedidos.

O turista cultural apresenta como principais motivações a valorização cultural, o usufruto dos atrativos do destino, a concretização de circuitos temáticos e multitemáticos, as visitas a monumentos e a museus, usufruto limitado de eventos culturais ou de festividades tradicionais (Pereira & Peres, 2010).

Para além de se considerar os motivos que levam os visitantes a visitarem locais sagrados, estes necessitam de serviços que satisfaçam desde as necessidades básicas humanas até outros serviços completos, que concorrem com as melhores estâncias de turismo (Nolan & Nolan, 1992).

Para além das motivações existem outros fatores, que influenciam a prática de Turismo Religioso, tais como o rendimento, a idade, a disponibilidade, o poder de compra, ser crente ou não numa religião, entre outros (Sousa & Pinheiro, 2014). Por isso, neste estudo importa conhecer as principais motivações e fatores que podem influenciar a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar. De seguida, analisa-se a oferta turística dos Santuários religiosos.

### 1.6- Oferta turística nos Santuários religiosos

Analisadas as principais motivações e fatores que influenciam a visita a locais religiosos, importa refletir, também, acerca da oferta turística dos Santuários religiosos, que fazem parte de um destino turístico. A oferta turística é considerada como sendo as infraestruturas ligadas ao turismo, como aeroportos, hotéis, museus, entre outros que constituem a oferta turística (Carvalho, 2015).

Ter a perceção das necessidades, expectativas e motivações dos visitantes, é indispensável para assegurar a qualidade de seu acolhimento. Contudo o número de visitantes *versus* as infraestruturas de acolhimento dos Santuários afetam-se reciprocamente em quantidade e em qualidade, no que concerne aos equipamentos religiosos. Porém o crescimento das cidades santuário acarreta consequências ao nível do ordenamento do território e do desenvolvimento regional, abrangendo a construção de infraestruturas de acessibilidades (estradas, caminhos de ferro e aeroportos). Infraestruturas são equipamentos que estão disponíveis para qualquer pessoa utilizar sempre que necessite, tendo em conta determinadas condições estabelecidas em sociedade (Carvalho, 2013). Neste sentido, os santuários passam a ser causas de desenvolvimento, deixando de ser simples lugares de culto religioso (Prazeres & Carvalho, 2015).

Em volta de alguns santuários formaram-se cidades e mais recentemente toda uma infraestrutura turística e comercial (Sarasa & Espejo, 2006), que tem contribuído para o desenvolvimento de cidades e da região (Perales, 2002). Jerusalém, Roma, Santiago de Compostela e Fátima, locais que recebem uma enorme afluência de pessoas tornou-se quase obrigatório a criação de uma vasta rede de instituições, bens, equipamentos, alojamento para dar resposta de maneira organizada e minimamente

satisfatória às necessidades da procura gerada (Sousa & Pinheiro, 2014). Em Fátima o Santuário, devido à crescente procura, sentiu a necessidade de construir uma nova Basílica, para acolher condignamente os seus peregrinos.

O desenvolvimento de uma região não se faz separadamente, existe a necessidade de se juntar esforços, entre os agentes públicos e privados, de forma a proporcionar as condições adequadas ao acolhimento dos visitantes, bem como desenvolver esforços de promoção conjunta (Ribeiro, Vareiro, Fabeiro, & Blas, 2005). Para isso devem-se fazer ações de marketing com o objetivo de difundir informação; criação e atualização de bases de dados, e fazer com que o cliente se sinta satisfeito para poder transmitir uma boa mensagem (Neves, 2012).

Santos (2008) refere que os Santuários estão atentos à importância da comunicação. É necessário estar em constante vigilância para compreender o que é pretendido e reconhecer as tendências de cada público-alvo, de forma a orientar a sua ação de comunicação, nomeadamente na publicação de jornais e revistas, a presença nos media (rádio e televisão), páginas web oficiais e nas redes sociais (Facebook, twitter, instagram, entre outros) (Prazeres & Carvalho, 2015). Os Santuários reconhecem a importância da página web oficial para divulgar as atividades, eventos e outras informações, possuindo assim a sua própria página web onde informam sobre as várias atividades, eventos e outras informações que pretendem divulgar.

De acordo com Prazeres (2014), ainda existe um determinado acomodamento ou desinteresse por parte dos visitantes, apoiando-se sobretudo em opiniões e experiências passadas. Estes quase não consultam o posto de turismo, as agências de viagem, jornais, revistas, entre outros. A informação transmitida pelo “boca-a-orelha” é suficiente, evidenciando-se assim o valor que é dado às suas experiências anteriores, dos seus amigos e familiares. Por outro lado, verifica-se que aqueles que vem pela primeira vez e que não têm testemunhos, obtêm informação no site do santuário, em postos de informação ou ainda nos museus e hotéis que possuem por vezes alguns folhetos que são dados nos postos de informação do Santuário.

Também segundo Richards (2009) as fontes de informação mais utilizadas são a troca de experiências entre amigos e familiares, a internet, os guias, as brochuras das agências de viagens.

As atividades económicas existentes nos Santuários representam um importante complemento de atração, a par da oferta paisagística e religiosa, proporcionando aos visitantes um conjunto de serviços que contribuem para a caracterização dos santuários, enquanto locais que exercem uma função de lazer em conjunto com a função religiosa (Silva, 2011). Por outro lado, a procura pelas cidades-santuário não se centra apenas nos serviços religiosos, mas também naquilo que está associado à religião como o património, a arte e a cultura (Prazeres & Carvalho, 2015).

Vieira (2001), considera que, as atrações de turismo religioso ou os recursos turísticos de índole religiosa, podem ser agregados em três classes: i) locais sagrados usados no culto (Santuário de Fátima; a Catedral de Notre Dame em Paris; a Catedral de Santiago de Compostela; a Abadia de Westminster em Londres; entre outros); ii) lugares ligados à religião mas onde não se pratica o culto (Cristo Redentor do Corcovado no Rio de Janeiro, do Templo de Delfos na Grécia e do Monte Sinai); iii) eventos ou festividades com intensa ligação religiosa (Semana Santa em Sevilha, o S. João no Porto, a Procissão da Senhora da Saúde e os Santos Populares em Lisboa). Deste modo, verifica-se o seguinte:

Os crentes com as suas demonstrações individuais e coletivas, tais como peregrinações, celebrações e procissões solenes acabam por fazer parte da experiência dos não crentes (Vieira, 2001).

O património religioso faz parte dos recursos turísticos de uma dada região. Assim, para além do património edificado, as obras de arte e relíquias religiosas ou incluídas em património religioso, podem assumir o papel de atração principal num espaço de turismo religioso (Dias, 2010).

Petrillo (2003, citado por Dias, 2010) salienta que podem ter no território religioso duas funções de uso: i) a religiosa (compreendendo aspetos teológicos, litúrgicos e pastorais); ii) e a secular (que inclui as vertentes educativas, históricas e estéticas).

Os santuários marianos são, a parte mais significativa da religiosidade popular mariana (Arribas, 1984), existem em maior número no conjunto de todos os santuários cristãos (Vukonić, 2006) e constituem cerca de dois terços da totalidade dos santuários

cristãos na Europa Ocidental ao longo dos 2000 anos de cristianismo, segundo o estudo de Nolan e Nolan (1989, citados por Ambrósio, 2006).

Nas cidades-santuário marianas, o santuário é o principal ponto de atração de multidões e de dinamização da economia local e regional, fomentando um conjunto de atividades económicas associadas à religião e ao turismo cuja continuidade está dependente da capacidade do santuário para atrair visitantes (Prazeres & Carvalho, 2015). Para além disso podem ser atividades do âmbito cultural, desportivo e recreativo (Carvalho, 2015). As atividades desenvolvidas consistem em conhecer a gastronomia, visitar espaços naturais, adquirir peças de artesanato e produtos tradicionais, conhecer costumes, interagir de forma social e cultural no destino, assistir a festas culturais, visitar monumentos, entre outros (Julião, 2013). Por isso, Silva (2011) destaca como principais atividades praticadas no santuário: visitar a igreja, passear, rezar, assistir a uma celebração religiosa e visitar a cripta. Menos referidas foram atividades como visitar a casa das estampas, fazer compras ou almoçar/jantar. Mas no que respeita aos comportamentos rituais praticados pelos peregrinos/visitantes, Giuriati & Arzenton (1992, citados por Ambrósio, 2009), mencionam o sacramento da confissão e a participação na eucaristia. Em Fátima as principais atividades são cumprir uma promessa/ex-voto.

## 1.7 - Conclusão

No final deste capítulo, conclui-se que existem diversos tipos de conceitos que ajudam a clarificar melhor as diferenças entre eles. Verifica-se que o turismo pode ser visto e interpretado como um sistema, onde os elementos interagem entre si e que a alteração de um implica mudança noutros. Confirma-se que um peregrino e um visitante apesar de poderem ter motivações diferentes fazem uso das mesmas infraestruturas, nomeadamente restauração, alojamento, facilidades e de vários serviços turísticos. Estas infraestruturas constituem uma parte do sistema turístico. Por um lado, a procura, composta pelos peregrinos/visitantes que possuem todo um conjunto de características próprias que podem ser iguais ou distintas. Por outro a oferta, que consiste nos recursos turísticos, nas infraestruturas que o Santuário tem à disposição dos peregrinos/visitantes, os transportes, alojamento, a promoção e informação e as

organizações. Por isso, a atratividade de um destino turístico depende das infraestruturas existentes, isto é, da oferta que compõe o destino.

Conclui-se também que um peregrino se pode transformar num turista religioso, porque para além de cumprir uma promessa religiosa, rezar, assistir a uma celebração religiosa pode também ter o desejo de conhecer outras coisas, nomeadamente visitar museus, admirar obras de arte, visitar monumentos conhecer a cultura local, fazer compras no comércio local. Estas atividades enquadram-se no âmbito da cultura, daí que o turismo religioso esteja integrado no turismo cultural. Um indivíduo pode deslocar-se com o intuito de realizar uma prática religiosa, mas complementá-la ainda com a visita a outros locais, contribuindo desse modo, para o desenvolvimento do seu conhecimento sobre a cultura do seu país ou de outro. Neste sentido, não é possível demarcar o turismo religioso do turismo cultural, com base exclusivamente na motivação, sendo difícil afirmar-se quando se está na presença de uma motivação religiosa, cultural ou ambas.

No que concerne às suas características verifica-se que são as mulheres que mais se deslocam aos santuários, sendo que os homens não as deixam de acompanhar. Estas vêm sobretudo porque possuem fé, querem assistir a uma celebração, por questões culturais, por curiosidade, entre outros. Utilizam maioritariamente o automóvel, seguindo o transporte coletivo para as excursões e a pé para os que vem em peregrinação.

Relativamente às atrações estas podem ser por exemplo lugares religiosos, eventos religiosos (romarias, festas populares), Santuários, entre outros. Neste último lugar são realizadas atividades como rezar, participar em celebrações religiosas, cumprir promessas, realizar o sacramento da confissão, entre outros.

Em suma, no final deste capítulo dedicado ao enquadramento teórico do Turismo Religioso, emergem as seguintes proposições de investigação, que a vão orientar:

PI 1: A peregrinação/fé e as visitas ao Santuário Alexandrina de Balasar são as principais motivações dos peregrinos/visitantes;

PI 2: Os peregrinos/visitantes são maioritariamente nacionais e vêm de concelhos vizinhos;

PI 3: Os peregrinos/visitantes vêm ao Santuário Alexandrina de Balasar, sobretudo de carro, autocarro, e a pé;

PI 4: O passa-palavra e o website do Santuário Alexandrina de Balasar são as fontes de informação mais utilizadas pelos peregrinos/visitantes;

PI 5: Visitar o Santuário Alexandrina de Balasar, rezar e cumprir promessas são as principais atividades desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes;

PI 6: As infraestruturas e os equipamentos do Santuário Alexandrina de Balasar e da freguesia satisfazem as necessidades e desejos dos peregrinos/visitantes.

Enquanto o capítulo I têm como finalidade fazer a revisão da literatura para construir o quadro teórico conceptual de referência deste estudo, com o capítulo seguinte da metodologia tenciona-se estabelecer o “elo” de ligação e de operacionalização com a parte empírica desta investigação.

## CAPITULO II – METODOLOGIA DO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

### 2.1 - Introdução

O objetivo principal deste capítulo é descrever a metodologia de investigação utilizada no estudo tendo por base investigações do mesmo âmbito de estudo. Assim, este capítulo encontra-se estruturado em três partes. Na primeira parte, procede-se ao enquadramento científico da investigação, em termos de metodologia (secção 2.2). Na segunda parte apresenta-se e detalham-se as etapas do processo metodológico (secção 2.3). Começa-se por identificar o problema de investigação, define-se a pergunta de investigação e os objetivos que guiam o estudo (secção 2.3.1). Na terceira etapa, apresenta-se as fontes de informação usadas para redigir a revisão crítica da literatura (secção 2.3.2) que ajudará, a gerar o quadro conceptual que deu origem ao modelo de análise que define as proposições/hipóteses, as variáveis, os conceitos e as questões (secção 2.3.3). Seguidamente, na quarta etapa, expõe-se o quê, quem e o como observamos, isto é, o método e as técnicas usadas (secção 2.3.4), para na quinta etapa, descrever-se como foi efetuada a análise e a interpretação dos dados (secção 2.3.5). Por fim, faz-se uma avaliação da metodologia usada nesta investigação (secção 2.4).

### 2.2 - Investigação em Turismo

A palavra ‘ciência’ vem do latim ‘scire’ que significa *saber* apresentando o mesmo conteúdo etimológico que *conhecimento* que deriva do latim *cognosci* que significa ‘conhecer’, ou seja, é um conhecimento racional, sistemático e verificável. Por isso, o objetivo da ciência é obter conhecimentos válidos acerca da realidade. É uma das atividades praticadas pelo homem através de ações orientadas para alcançar conhecimentos acerca dos factos que estão à sua volta, aspirando uma melhor compreensão da estrutura e das funções da ciência (Freixo, 2012).

A investigação científica consiste em estruturar o conhecimento, sistemático, flexível e objetivo de averiguação, que ajuda a perceber e clarificar os fenómenos sociais, dando origem a novo conhecimento, que surge através de novas teorias, ideias e definições, que surgem das aprendizagens (Coutinho, 2014; Sousa & Baptista, 2011).

De acordo com Bell (1997), “uma investigação é conduzida para resolver problemas e para alargar conhecimentos sendo, portanto, um processo que tem por objetivo enriquecer o conhecimento já existente”.

Este estudo pretende criar conhecimento científico, pois é racional, objetivo Galliano (1986, citado por Sousa & Baptista, 2011) e através da utilização de um grupo de procedimentos e diretrizes sustentados na metodologia científica, tem como objetivo gerar um conhecimento racional, sistemático e verificável (Sousa & Baptista, 2011).

Nesse sentido, a produção de conhecimento requer o uso de um método científico, este “ consiste em estudar um fenómeno da maneira mais racional possível, de modo a evitar enganos, procurando sempre evidências e provas para as ideias, conclusões e afirmações ou ainda, conjunto de abordagens, técnicas e processos para formular e resolver problemas na aquisição objetiva do conhecimento” (Oliveira & Ferreira, 2014).

A palavra método surge do grego ‘*methodos*’, que significa “caminho para chegar a um fim”, (Freixo 2012, p. 85). Assim, neste estudo o método de investigação escolhido foi o estudo de caso – em Balasar, um dos métodos mais utilizado na investigação qualitativa (Aires, 2011), pois recorre a um conjunto de técnicas específicas.

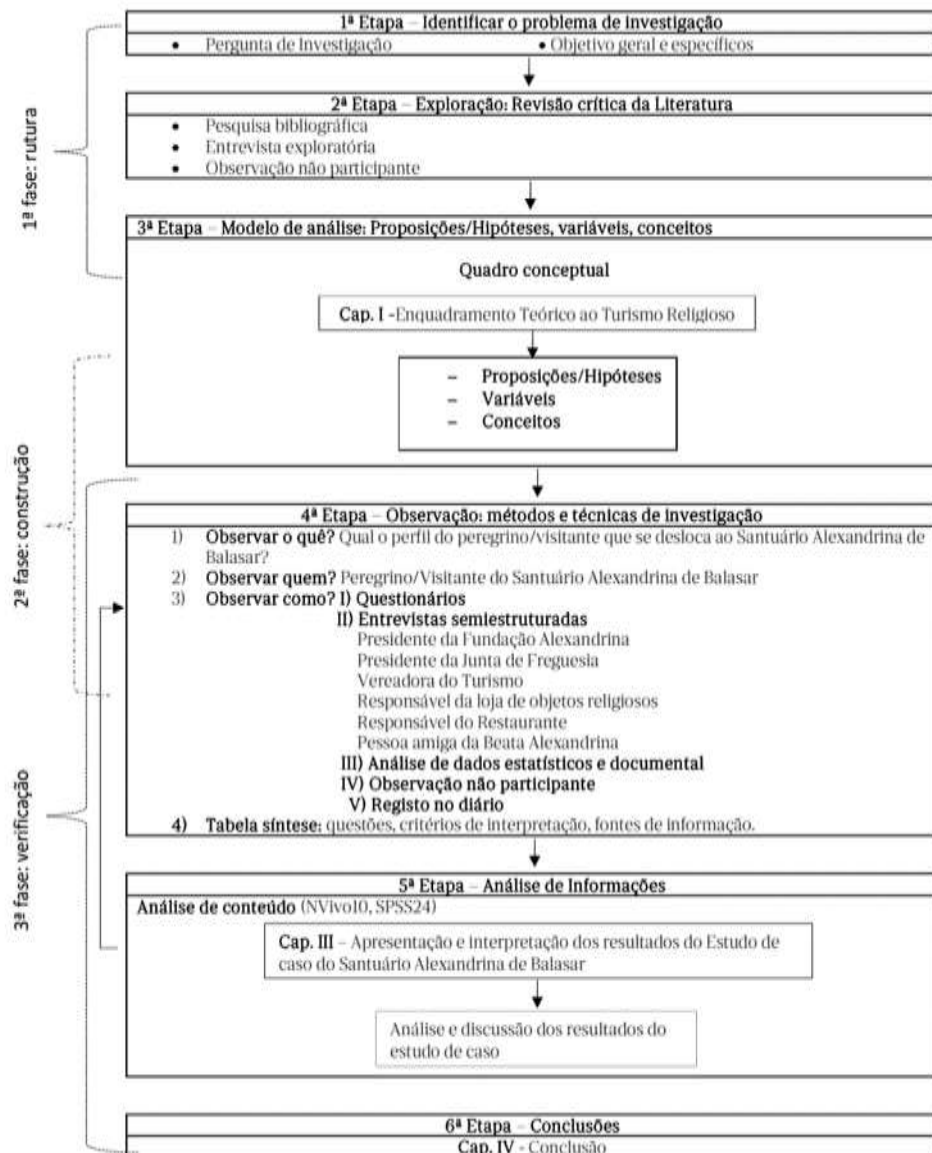
Segundo Bogdan e Biklen (1994), a abordagem qualitativa exige que os investigadores desenvolvam empatia com os participantes no estudo e que façam esforços concentrados para compreender os diversos pontos de vista. O objetivo não é o juízo de valor, mas sim, o de compreender o ponto de vista dos sujeitos e determinar como e com que critério eles o julgam.

Esta investigação enquadra-se, por uma metodologia qualitativa, uma vez que, o que se pretende não é explicar a realidade, mas sim compreendê-la. Contudo o estudo teve ainda uma abordagem quantitativa. Assim, esta investigação caracteriza-se por possuir uma abordagem mista em termos de metodologia.

## 2.3 - Fases do processo metodológico

O processo de investigação é dividido, por cada investigador, em sequências que são reconhecidas a nível internacional (Abraham Pizam, 1994), apesar de se lhe conferir designações distintas. A metodologia de investigação deste estudo foi desenvolvida e organizada em três fases- rutura; construção e verificação – e cinco etapas (Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Almeida & Freire, 2000) (Figura 2).

Figura 2: Etapas da metodologia do estudo



Fonte: elaboração própria com base em Freixo (2012); Campenhoudt & Quivy (1998)

### 2.3.1 - Identificar o problema de investigação

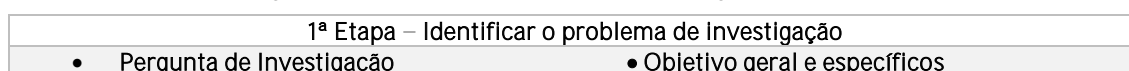
A formulação de um problema de investigação consiste em desenvolver uma ideia através de uma sequência lógica de argumentos, ideias e de factos relacionados com o estudo que se pretende realizar (Freixo, 2012). O problema deve “apresentar-se relevante e que justifique os meios e o tempo que iremos despende.” (Freixo, 2012, p. 186).

Neste estudo, o desejo em saber mais acerca deste tópico surgiu da experiência, vivência de muito perto com a realidade do Santuário Alexandrina de Balasar, assim como da participação em algumas celebrações que decorrem no mesmo e do interesse do próprio investigador (Coutinho, 2014; Freixo, 2012; Sousa & Batista, 2011) e devido à crescente importância do turismo religioso enquanto atividade económica e movimentador de massas, tem chamado a atenção dos investigadores (Prazeres, 2014). Nesse sentido, os parâmetros que levaram à seleção do tema foram a proximidade com o objeto de estudo (o Santuário Alexandrina de Balasar), que advém da vivência do investigador, da sua afetividade e pelo facto de ter alcançado os meios necessários para realizar este estudo (Sousa & Baptista, 2011).

Esta investigação justifica-se, pois o investigador reconheceu a necessidade de identificar o perfil dos peregrinos/visitantes que se deslocam até ao Santuário e pelo facto de nunca ter sido feito nenhum estudo acerca deste fenómeno que ocorre no Santuário Alexandrina de Balasar, uma vez que, não foi identificado na revisão crítica da literatura, verificando-se assim uma lacuna na investigação e na ciência.

Identificado o problema de investigação (Figura 3), formula-se a seguinte pergunta de investigação (PI), que descreve o que se busca saber, explicar e entender melhor, ou seja, que vai orientar toda a investigação (Freixo, 2012; Campenhoudt & Quivy, 1998; Sousa & Baptista, 2011): **Qual o perfil do peregrino/visitante que se desloca ao Santuário Alexandrina de Balasar?** Desse modo, o objetivo de formular o problema de investigação é torná-lo específico, único e individualizado (Freixo, 2012).

Figura 3: Primeira etapa: identificar a pergunta de partida



Fonte: elaboração própria com base em Coutinho (2014); Freixo (2012); Abraham Pizam (1994); Quivy & Campenhoudt (1998); Sousa & Baptista (2011)

A Pergunta de Investigação revela o quê, quem se vai investigar e concede pistas para o método a eleger (Sousa & Baptista, 2011). Depois de ter sido definido a pergunta de investigação, foram definidos os objetivos geral e específicos deste estudo (Tabela 1) que segundo Freixo (2012, p. 192) constituem “um enunciado declarativo que precisa as variáveis-chave, a população-alvo e a orientação da investigação”.

Tabela 1: Objetivo geral e específicos do estudo

<b>OBJETIVO GERAL (OG)</b>	<b>1. Conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes que se deslocam ao Santuário Alexandrina de Balasar.</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)</b>	<p>1.1 Identificar as principais motivações dos peregrinos/ visitantes que visitam o Santuário Alexandrina de Balasar.</p> <p>1.2 Conhecer a origem e o meio de transporte dos peregrinos/visitantes que visitam o Santuário Alexandrina de Balasar.</p> <p>1.3 Identificar as fontes de informação que ajudaram os peregrinos/visitantes a obter conhecimento do Santuário Alexandrina de Balasar</p> <p>1.4 Descrever as atividades que são desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes durante a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar.</p> <p>1.5 Determinar se o Santuário Alexandrina de Balasar oferece ou dispõe das infraestruturas adequadas para satisfazer as necessidades e desejos dos peregrinos/visitantes.</p>

Fonte: Elaboração própria

Os objetivos são de índole exploratória e descritiva, pois selecionou-se um problema com elevada relevância para ser estudado e, em simultâneo, vai pormenorizar algumas das características do perfil dos peregrinos/visitantes. De salientar, que a Pergunta de Investigação e os objetivos foram aperfeiçoados no decorrer do processo de investigação, através da revisão da literatura e das entrevistas exploratórias. De seguida, apresenta-se e explica-se a segunda etapa.

### 2.3.2 - Exploração: revisão crítica da literatura

Após identificado o problema de investigação, a pergunta de investigação elaborada e os objetivos geral e específicos estarem determinados, avançou-se para a segunda etapa (Figura 4), a exploração – revisão crítica da literatura (Sousa & Baptista, 2011).

Nesta etapa procurou-se “saber como proceder para conseguir uma certa qualidade da informação; como explorar o terreno para conceber a problemática de investigação” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p. 49), através de uma profunda e vasta pesquisa bibliográfica, entrevistas exploratórias, observação não participante, (Coutinho, 2014; Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011).

Figura 4: Exploração: revisão crítica da literatura

2ª Etapa – Exploração: Revisão crítica da Literatura
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pesquisa bibliográfica</li><li>• Entrevista exploratória</li><li>• Observação não participante</li></ul>

**Fonte:** elaboração própria com base em Coutinho (2014); Freixo (2012); Abraham Pizam (1994); Quivy & Campenhoudt (1998); Sousa & Baptista (2011)

A pesquisa bibliográfica foi extensiva, rigorosa e crítica (Sousa & Baptista, 2011), pertinente, clara, com caráter empírico, estruturada, atual, relevante (Freixo, 2012) e referente à PI e aos objetivos (Quivy & Campenhoudt, 1998). Foi feita com fundamento em diversos artigos científicos de revistas nacionais e internacionais relativos ao tema, dissertações de mestrado, teses de doutoramento, livros técnicos de Turismo, trabalhos académicos, bem como referências referidas em documentos (Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011). Como fontes de pesquisa, também, foram usados o Google como motor de busca, o Google Académico, b-on, o rcaap, algumas bibliotecas de Politécnicos.

Para se compreender melhor a dimensão do problema de investigação, realizou-se uma entrevista exploratória com a finalidade de descobrir os aspetos a ter em conta, e a alargar ou retificar o campo de investigação das leituras e a despertar determinados aspetos do fenómeno estudado que ainda não se teria pensado (Quivy & Campenhoudt, 1998). Por motivos de ética e responsabilidade o entrevistado encontra-se codificado pela letra A (Tabela 2), sendo aquele que Quivy e Campenhoudt (1998, p. 71) consideram ser como um dos três interlocutores válidos: “testemunhas privilegiadas. Trata-se de pessoas que, pela sua posição, ação ou responsabilidades têm um bom conhecimento do problema”.

Tabela 2: Pannel de entrevistas exploratórias

Entrevistado	Instituição
A	Guia da Casa Beata Alexandrina

Fonte: elaboração própria

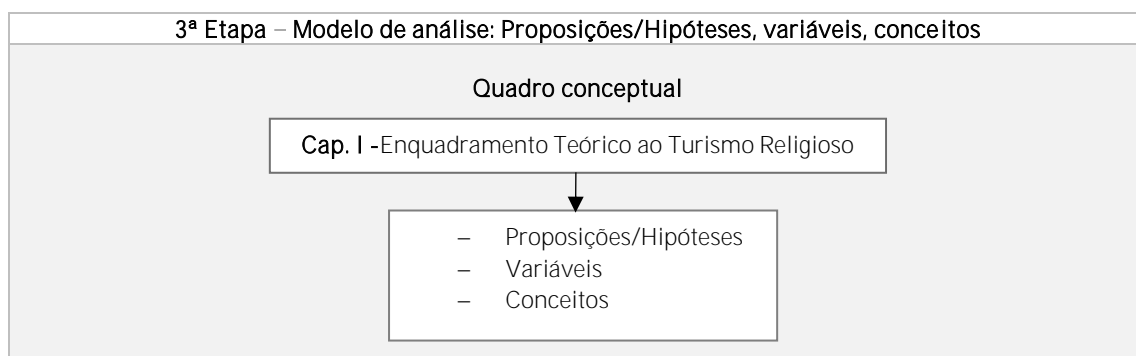
A entrevista exploratória, realizada em março de 2018, sem guião, decorreu durante uma visita guiada à Casa Museu da Beata Alexandrina e contribuiu para acrescentar informação às leituras e dar orientação sobre o caminho a seguir (Quivy & Campenhoudt, 1998). Foram colocadas diversas questões ao entrevistado que teve tempo para se expressar, sem qualquer pressão e de falar sobre outros temas que considerasse relevante para os objetivos deste estudo, permitindo estabilizar e evidenciar na problemática da investigação (Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011). Foram registados em papel as principais ideias, sugestões e pistas de trabalho, seguindo-se uma reflexão pessoal e com o orientador (Quivy & Campenhoudt, 1998).

No decorrer da elaboração da revisão da literatura, realizou-se ainda, a observação e a análise de alguns documentos. A observação não participante ocorreu durante a visita ao Santuário, à área circundante, à Casa Museu e durante a aplicação dos questionários, observando o espaço exterior ao Santuário Alexandrina de Balasar e a conduta e atitude dos inquiridos de forma não estruturada. Existiu, ainda, a oportunidade a direcionar o caminho a seguir. De seguida, apresenta-se a etapa do modelo de análise desta investigação.

### 2.3.3 - Modelo de análise: proposições, variáveis e conceitos

A revisão crítica da literatura deu origem à criação do capítulo I da investigação, de onde emergiu o modelo de análise, as proposições, variáveis e conceitos que caracterizam o problema de investigação (Figura 5).

Figura 5: Modelo de análise: proposições, variáveis e conceitos



Fonte: elaboração própria com base em Coutinho (2014); Freixo (2012); Abraham Pizam (1994); Quivy & Campenhoudt (1998); Sousa & Baptista (2011)

A revisão da literatura consiste num “processo de seleção teórica que culmina na elaboração de um modelo de análise, que serve de base para todo o processo analítico da investigação” (Sousa & Baptista, 2011, p. 43). Por isso, nesta fase identificou-se o objeto de estudo, depois de expostos e debatidas as definições do corpo teórico que suportam e legitimam este estudo. Assim, construiu-se o quadro conceptual da investigação, estabeleceram-se os conceitos fundamentais e as ligações que eles têm entre si (Quivy e Campenhoudt, 1998).

Quando a abordagem é quantitativa, as hipóteses mostram a relação de efeito positivo ou negativo de uma variável sobre a outra (variável dependente e independente) ou uma relação de influência entre as variáveis. Por outro lado, quando a abordagem é qualitativa, as hipóteses podem ser substituídas por proposições, porque dão explicações, ou seja, explicam o porquê de um dado fenómeno (Oliveira & Ferreira, 2014). Nesse sentido, neste estudo serão usadas proposições, que podem emergir de uma afirmação mais geral, de uma teoria ou da combinação de observações ou de factos específicos, que resultam da observação de fenómenos da realidade, seja da teoria ou de trabalhos empíricos (Freixo, 2012).

Nesta investigação, as proposições foram elaboradas com base na revisão da literatura como se pode ver na Tabela 3.

Tabela 3: Proposições de investigação e fontes

Proposições de Investigação (PI)	Fontes (referências)	Secções
PI.1 A peregrinação/fé e as visitas ao Santuário Alexandrina de Balasar são as principais motivações dos peregrinos/visitantes.	Literatura (Cunha, 2006; Marques, 2006; UNWTO, 2008; Pereira, 2010; Sousa e Pinheiro, 2014; Silva, 2011)	1.2; 1.5
PI.2 Os peregrinos/visitantes são maioritariamente nacionais e vêm de concelhos vizinhos.  PI.3 Os peregrinos/visitantes vêm aos Santuário Alexandrina de Balasar, sobretudo de carro, autocarro, e a pé.	Literatura (Ambrósio, 2009; Cunha, 2006; Dias, 2010;)  Observação e Literatura (Santos, 2008; Silva, 2011; Vilas Boas, 2012)	1.3; 1.4
PI.4 O passa-palavra e o website do Santuário Alexandrina de Balasar são as fontes de informação mais utilizadas pelos peregrinos/visitantes.	Literatura (Prazeres, 2014; Prazeres e Carvalho, 2015; Santos, 2008)	1.6
PI.5 Visitar o Santuário Alexandrina de Balasar, rezar e cumprir promessas são as principais atividades desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes.	Literatura (Sousa e Pinheiro, 2014; Silva, 2011; Santos, 2008; Ambrósio, 2009)	1.2; 1.5; 1.6
PI.6 As infraestruturas e os equipamentos do Santuário Alexandrina de Balasar e da freguesia satisfazem as necessidades e desejos dos peregrinos/visitantes.	Literatura (Arnt, 2006; Sousa e Pinheiro, 2014; Prazeres, 2010; Sarasa e Espejo, 2006; Silva, 2011)	1.2; 1.6;

Fonte: elaboração própria

Através da revisão da literatura formularam-se as proposições, que permitiram identificar as variáveis. Com a finalidade de unir e guiar o processo deste estudo, as proposições que identificam as variáveis, foram estruturadas de acordo com o objetivo geral e específicos, conforme se pode ver na Tabela 4. Esta ligação tem como objetivo tornar este estudo credível e reproduzível (Coutinho, 2014; Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011).

Tabela 4: Enquadramento do objetivo geral e específicos, proposições de investigação e variáveis

Objetivo Geral	Objetivos específicos	Proposições	Variáveis
OG 1	OE 1.1	PI 1. A peregrinação/fé e as visitas ao Santuário Alexandrina de Balasar são as principais motivações dos peregrinos/visitantes.	Motivações
	OE 1.2	PI 2 Os peregrinos/ visitantes são maioritariamente nacionais e vêm de concelhos vizinhos.  PI 3. Os peregrinos/visitantes vêm aos Santuário Alexandrina de Balasar, sobretudo de carro, autocarro, e a pé.	Origem e meio de transporte
	OE 1.3	PI 4. O passa-palavra e o website do Santuário Alexandrina de Balasar são as fontes de informação mais utilizadas pelos peregrinos/visitantes.	Fontes de informação
	OE 1.4	PI 5. Visitar o Santuário Alexandrina de Balasar, rezar e cumprir promessas são as principais atividades desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes.	Atividades desenvolvidas
	OE 1.5	PI 6. As infraestruturas e os equipamentos do Santuário Alexandrina de Balasar e da freguesia satisfazem as necessidades e desejos dos peregrinos/visitantes.	Infraestruturas e equipamentos do Santuário

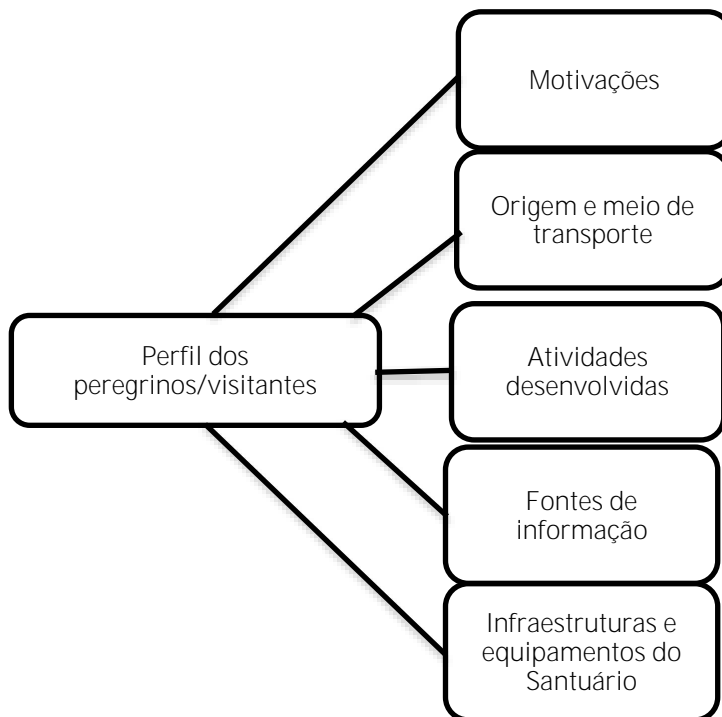
**Fonte:** elaboração própria

Legenda: OG- Objetivo geral; OE – Objetivo Específico

A distinção das variáveis e a definição dos seus conceitos possibilitou a construção de um modelo de análise conceptual (ver figura 6), que explana de forma gráfica as dimensões e as variáveis a analisar e os conceitos que ligados entre si originam um quadro conceptual lógico (Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011).

O modelo de análise conceptual (figura 6) é exposto na Tabela 5, de forma sequencial, com os conceitos de cada variável, sustentando e demarcando a investigação e servindo de suporte na análise comparativa com os resultados da análise dos dados, reconhecendo desigualdades conceptuais para o renovar.

Figura 6: Modelo de análise



Fonte: Elaboração própria

Tabela 5: Descrição do modelo de análise conceptual

Variáveis	Conceitos e Referências
<b>Motivações</b>	<p>É o agente que mais afeta a procura e ao mesmo tempo é o que potencia a procura turística ((Buhalis &amp; Cooper, 1998)</p> <p>As motivações são diversas, para os peregrinos e para os turistas religiosos. Os primeiros poderão ter motivações mais ligadas ao sagrado enquanto o turista religioso pode ter motivações mais ligadas ao profano ou mistas (profano e sagrado) (Sousa &amp; Pinheiro, 2014).</p>
<b>Origem e meio de transporte</b>	<p>Este conceito apresenta-se ligado aos transportes urbanos, que abrange indivíduos e mercadorias, caracterizado de acordo com o seu tipo: rodoviário, pedonal, ferroviário, marítimo, aéreo ou fluvial (Afonso, 2015).</p>
<b>Fontes de informação</b>	<p>Ações de marketing com o objetivo de difundir informação; criação e atualização de bases de dados, e fazer com que o cliente se sinta satisfeito para poder transmitir uma boa mensagem (Neves, 2012)</p>
<b>Atividades desenvolvidas</b>	<p>São atividades que podem ser do âmbito cultural, desportivo e recreativo (Carvalho, 2015)</p> <p>As atividades desenvolvidas consistem em conhecer a gastronomia, visitar espaços naturais, adquirir peças de artesanato e produtos tradicionais, conhecer costumes, interagir de forma social e cultural no destino, assistir a festas culturais, visitar e monumentos, entre outros (Julião, 2013)</p>
<b>Infraestruturas e equipamentos do Santuário.</b>	<p>São infraestruturas ligadas ao turismo, como aeroportos, hotéis, museus, etc., (Carvalho, 2015) e equipamentos que estão disponíveis para qualquer pessoa utilizar sempre que necessite (estacionamento; casas de banho; etc), tendo em conta determinadas condições estabelecidas em sociedade (Carvalho, 2013)</p>

Fonte: elaboração própria

O processo metodológico desta investigação foi dividido em etapas, para facilitar a compreensão, pois há uma interação entre elas. De seguida, vai-se desenvolver a escolha do método e das técnicas de investigação deste estudo.

#### 2.3.4 - Observação: métodos e técnicas de investigação

A observação consiste no “conjunto de operações através das quais o modelo de análise (constituído por proposições e por conceitos) é submetido a teste dos factos e confrontados com dados observáveis” (Quivy & Campenhoudt, 1998).

Assim, no sentido de orientar e conduzir a investigação, colocam-se as seguintes questões, com base na pergunta de investigação, proposições e variáveis (Figura 7): i) Observar o quê? ii) em quem? iii) como? (Quivy & Campenhoudt, 1998).

Figura 7: 4ª etapa – Observação: métodos e técnicas de investigação

<b>4ª Etapa – Observação: métodos e técnicas de investigação</b>	
1)	<b>Observar o quê?</b> Qual o perfil do peregrino/ visitante que se desloca ao Santuário Alexandrina de Balasar?
2)	<b>Observar quem?</b> Peregrino/Visitante do Santuário Alexandrina de Balasar
3)	<b>Observar como?</b> I) Questionários II) Entrevistas semiestruturadas Presidente da Fundação Alexandrina Presidente da Junta de Freguesia Vereadora do Turismo Responsável da loja de objetos religiosos Responsável do Restaurante Pessoa amiga da Beata Alexandrina III) Análise de dados estatísticos e documental IV) Observação não participante V) Registo no diário
4)	<b>Tabela síntese:</b> questões, critérios de interpretação, fontes de informação.

Fonte: elaboração própria

### 1) Observar o quê

Nesta fase, procedeu-se à identificação dos dados úteis à verificação das proposições, designados de dados pertinentes (Quivy & Campenhoudt, 1998). A pergunta de investigação demonstra que se pretende investigar “Qual o perfil dos peregrinos/ visitantes que se deslocam ao Santuário Alexandrina de Balasar”.

Segundo Barañano (2008), Dencker & Gil (1998; 1999) esta investigação é um estudo exploratório, uma vez que, se estudou uma dada amostra para se saber particularidades e convicções e também descritivo, porque se procurou conhecer o comportamento, atitudes e opiniões de uma dada população. Neste caso particular, este estudo insere-se no âmbito do turismo religioso no Santuário Alexandrina de Balasar.

Num estudo de caso, Yin (2003, p. 32) dá maior relevo ao contexto, especialmente nos estudos descritivos, que exibem uma “descrição exaustiva de um fenómeno, dentro do contexto”. Nesse sentido, o estudo enquadra-se no âmbito de uma metodologia qualitativa, que busca analisar e perceber factos e fenómenos sociais complexos e de uma metodologia quantitativa, uma vez que, é feita uma recolha de dados observáveis e quantificáveis (Freixo, 2012). Por isso, num estudo de caso é importante estabelecer: i) a pergunta de investigação; ii) proposições ou hipóteses; iii)

unidades de análise; iv) a lógica que liga os dados às proposições; e v) os parâmetros de interpretação dos dados reunidos (Barañano, 2008; Freixo, 2012; Yin, 2003, 2014), que se encontram descritos neste capítulo de forma clara. De seguida, identifica-se quem foi observado nesta investigação.

## 2) Observar quem?

Um estudo de caso investiga um acontecimento único e diferente onde o investigador recolhe informação pormenorizada (Sousa & Baptista, 2011), que acontece num determinado contexto, que deve ser indicado na pergunta de investigação (Coutinho, 2014; Yin, 2003, 2014).

A seleção de uma amostra numa investigação é essencial, nomeadamente num estudo quantitativo. Num estudo de caso, segundo Stake (1995) é o próprio investigador a eleger o ‘caso’ gerando um processo lógico que o irá conduzir na obtenção da informação (Creswell, 2007). Assim, a seleção dos casos é sempre premeditada, uma vez que, se fundamenta “em critérios programáticos e teóricos em vez de critérios probabilísticos, buscando não a uniformidade mas as variações máximas” (Bravo, 1992b, p. 254, citado por Coutinho, 2014). Assim, neste estudo, a pergunta de investigação determina o estudo de caso, sobre o turismo religioso no Santuário Alexandrina de Balasar, que imediatamente se explica de forma mais pormenorizada.

### Estudo de caso no Santuário Alexandrina de Balasar

Quando se realiza um estudo qualitativo seleciona-se sempre uma amostra de forma intencional uma vez que não existe qualquer motivo para que ela seja representativa da população. O critério de escolha utilizado para a seleção dos entrevistados foi realizado tendo em conta os tipos das amostras dos estudos qualitativos e a que se melhor se adequa é a de variação máxima, que tem como objetivo documentar variações e identificar padrões de resposta comuns (Coutinho, 2014). Nesse sentido, os entrevistados foram selecionados tendo em conta a preocupação em selecionar indivíduos com diferentes cargos relacionados com o santuário, o turismo local e de vida em comum com a Beata Alexandrina, obtendo dessa forma diferentes perspetivas do tema em estudo. As entrevistas foram então realizadas ao presidente da Fundação

Alexandrina de Balasar, presidente da Junta de Freguesia de Balasar, Vereadora do Pelouro do Turismo da Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, responsável da loja de objetos religiosos, responsável do restaurante e pessoa amiga da Beata.

No estudo quantitativo, a população foram todos os peregrinos/visitantes que visitaram o Santuário Alexandrina de Balasar de 22 de abril até 30 de abril de 2018. A amostra teve por base 153 peregrinos/visitantes que aceitaram responder ao questionário, que se encontravam no Santuário, em redor da Igreja na qual está inserido o túmulo.

Seguidamente, explica-se como foram observados os dados necessários para o estudo.

### **3) Observar como?**

Nesta fase procedeu-se à seleção das técnicas mais convenientes, para reunir dados com o objetivo de responder às perguntas e, conseqüentemente, à pergunta de investigação.

Definiu-se um protocolo que orientou “o investigador nas atividades de recolha de dados, estabelecendo as regras gerais que serão seguidas em campo” (Oliveira & Ferreira, 2014). No capítulo I da revisão da literatura faz-se uma exposição pormenorizada da conjuntura onde está incorporado o caso. Este capítulo (II) expõe o protocolo, elucidando os procedimentos realizados em cada fase e etapa, desde a pergunta de investigação, ao objetivo geral e aos específicos, às proposições, variáveis, conceitos e às questões orientadoras; ao fundamento da importância deste estudo; à caracterização do caso e da unidade de análise; ao plano metodológico eleito; à apresentação das técnicas utilizadas na recolha e, em seguida, na análise dos dados.

No capítulo III procede-se à apresentação da freguesia e dos dados, à descrição e análise dos resultados do estudo de caso.

No decorrer da fase de recolha de dados, como forma de garantir a sua qualidade e fiabilidade, foi tido em consideração a validade do constructo por meio da triangulação dos dados, ou seja, foram usadas diversas fontes de indicadores para angariação dos

mesmos. Por fim, a investigação demonstra uma sequência lógica dos indicadores, desde a pergunta de investigação até aos resultados finais (Coutinho, 2014; Oliveira & Ferreira, 2014; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2003, 2014).

No estudo de caso foram usadas as seguintes fontes de evidência: análise de dados estatísticos e documental; inquéritos por questionário; entrevistas semiestruturadas; observação não participante e registo no diário (Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2003, 2014). Na primeira fase, conceberam-se os instrumentos de recolha das fontes de evidência, posteriormente foram testados e, por fim, aplicados (Quivy & Campenhoudt, 1998).

#### **A. Análise de dados estatísticos e documental**

Foram analisados diversos documentos, tais como informação estatística sobre algumas características dos peregrinos/visitantes e documentos onde os peregrinos/visitantes escrevem a pedir ou a agradecer algum pedido feito à Beata Alexandrina.

#### **B. Inquéritos por questionário**

Tendo em atenção a dimensão da amostra da presente investigação, o questionário, foi construído com base na revisão da literatura, permitindo recolher um elevado número de informação para caraterizar a população estudada.

O inquérito por questionário é uma técnica de recolha de dados rigorosamente uniformizada, tanto no texto das perguntas e das respostas como na sua disposição para que se possa comparar as respostas da totalidade dos indivíduos. O objetivo do questionário é obter de forma metódica e ordenada referências sobre uma determinação população a estudar, ou seja, aquilo que fazem, pensam, opinião, sentem, aprovam ou desaprovam, os motivos das suas ações (Ferreira & Oliveira, 2014).

Para construir um bom questionário é preciso avaliar e selecionar o melhor modelo a adotar assim como escolher os tipos de perguntas que mais se adequam ao contexto da investigação (França, 2016). Não basta que ele seja bom, é necessário aplicá-

lo para se obter um número suficiente de respostas, para que a análise seja considerada válida.

É necessário que o investigador explique ao inquirido, o valor da sua participação, pois geralmente as pessoas não mostram disposição para participar. Estas apenas o fazem, se acharem que podem ganhar algo com isso ou se presumirem, que a sua opinião irá contribuir para algo que elas consideram importante. Aplicar diretamente o questionário aos inquiridos torna-se mais viável do que por outro meio. Permite que haja uma interação inquiridor-inquirido, obtendo uma disposição para responder verdadeiramente e totalmente às questões por parte do inquirido. A vantagem deste método é poder quantificar uma multiplicidade de dados, sendo que posteriormente se pode realizar diversas análises de correlação. Como desvantagem deste método temos a superficialidade das respostas que não possibilitam a análise de determinados processos e a individualização dos inquiridos que são tidos em conta independentemente das suas relações sociais (Pocinho, 2012).

Este método considera que toda a informação pode ser traduzida em números, pontos de vista e informações, que depois podem ser interpretados e analisados através de métodos estatísticos (Reis, 2010).

Neste estudo, optou-se por elaborar um inquérito por questionário em português e em inglês (ver apêndice B e C) a ser preenchido pelos peregrinos/visitantes. Este instrumento é composto por perguntas fechadas e abertas. As perguntas abertas permitem que o inquirido responda livremente à pergunta, enquanto as fechadas aparecem com limitação de resposta pois encontram-se categorizadas e hierarquizadas em escalas (Bell, 2002).

A maioria das perguntas do questionário são de escolha múltipla e às restantes questões aplicou-se a escala de Likert, em algumas de 1 a 5 e noutras de 1 a 6. Neste tipo de questões, pediu-se ao inquirido a atribuição do grau de concordância composto por 5 opções escolhendo uma delas, enquanto nas outras pediu-se ao inquirido a atribuição do grau de importância, composto por 6 opções, selecionando uma delas. Esta escala é geralmente utilizada em pesquisas empíricas de cariz quantitativo e usam o questionário para medir os dados pretendidos (Saraph, Benson, & Schoroeder, 1989).

O inquérito possui no cabeçalho um pequeno texto onde é descrito o objetivo da investigação, a natureza académica, a instituição de ensino na qual advém o estudo, a duração do preenchimento e a garantia da confidencialidade dos dados obtidos. Este instrumento encontra-se dividido em 8 secções, com 57 perguntas ordenadas de forma sequencial de acordo o objetivo geral e específicos do estudo.

A primeira parte do questionário diz respeito à informação pessoal do inquirido, tendo sido elaborado um conjunto de questões que visam caracterizá-lo em termos demográficos, profissionais e de habilitações literárias.

Na segunda secção, designada de “Situação religiosa”, procurou-se obter-se informação sobre a situação religiosa, nomeadamente a regularidade da prática religiosa.

Na terceira secção, intitulada de “Estadia e organização da viagem” pretendeu-se recolher dados sobre a organização da viagem, a duração da estada, com quem se faz acompanhar no decurso da viagem, tipologia de alojamento, planeamento da viagem e participação em alguma celebração.

Na quarta secção tentou-se obter informação sobre as principais “Motivações da visita” sobretudo se se deveu a querer visitar o Santuário Alexandrina de Balasar ou a outros motivos.

Na quinta secção, designada de “Meio de transporte”, procurou-se saber de que forma os peregrinos/visitantes se deslocam até ao Santuário Alexandrina de Balasar.

Na sexta secção, chamada de “Atividades”, tentou-se identificar as atividades que eram realizadas no decorrer do percurso e no Santuário Alexandrina de Balasar.

Na sétima secção, intitulada de “Existência Santuário Alexandrina de Balasar”, procurou-se entender como os peregrinos/visitantes tiveram conhecimento da existência do Santuário.

A última parte do questionário, designa-se por “Condições necessárias no Santuário Alexandrina de Balasar”, sendo que nesta secção procurou-se adquirir opiniões acerca das condições do Santuário.

O questionário aplicado, que foi previamente testado, baseou-se em diversos estudos e autores referidos na revisão da literatura, através dos quais se instauraram relações entre as questões do questionário com os objetivos sugeridos para esta investigação. Os dados recolhidos foram analisados no Software SPSS v.24.

### C. Entrevistas

De acordo com Freixo (2012), nos estudos de caso o inquirido por entrevista é visto como uma fonte essencial de evidências. Também para Yin (2003, 2014), as entrevistas são consideradas uma das fontes de informação mais relevantes num estudo de caso e são utilizadas como forma de obter informação que não se conseguiu alcançar pela observação ou para verificar observações (Coutinho, 2014).

Estas podem ser estruturadas, semi-estruturadas ou semidirigidas e não estruturadas (Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011). Em investigação social, segundo Quivy e Campenhoudt (1998, p. 192) a mais usada é a semi-estruturada ou semidirigida, onde o investigador tem ao seu dispor um guião composto por um conjunto de questões, as quais são colocadas aos entrevistados, sem ter que seguir a ordem obrigatória pelas quais foram enumeradas e sob a redação prevista. O que se torna imperativo é obter informação por parte do entrevistado, deixando tanto quanto possível que ele elabore livremente o discurso. O entrevistador terá apenas que, reencaminhar o entrevistado para os objetivos sempre que este deles se desviar e por colocar ao mesmo, as perguntas às quais ainda não chegou, no momento mais adequado e de forma mais natural possível (Quivy & Campenhoudt, 1998). É também exequível, que o entrevistador possa fazer algumas perguntas pertinentes para a investigação, que não se encontrem no guião, mas podem acontecer no desenrolar da entrevista.

Uma das vantagens da entrevista é o grau de profundidade dos dados recolhidos, pois a flexibilidade e a frágil frontalidade da entrevista permite obter os testemunhos e as interpretações dos inquiridos respeitando a forma como falam e pensam. Como desvantagens, este método pode intimidar os indivíduos que não conseguem trabalhar com calma sem terem ordens precisas, pode levar a pensar que podem falar com as outras pessoas de qualquer forma, e a flexibilidade pode conduzir à crença numa total espontaneidade do entrevistado e numa completa neutralidade do investigador (Pocinho, 2012).

Para a realização deste estudo, realizaram-se seis entrevistas semiestruturadas, com base num guião (ver apêndice G, H, I, J, K, L) com questões e tópicos, com origem na revisão da literatura e na entrevista exploratória articulados com a pergunta de investigação, o objetivo geral e específicos, as proposições, as variáveis, as questões

orientadoras e os critérios de interpretação (Freixo, 2012; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2014). Foi elaborado um guião, adaptado para cada entrevistado, de acordo com a sua natureza, apesar de algumas questões serem comuns em todos os guiões, para permitir analisar e comparar os resultados.

O primeiro guião de entrevista é composto por 26 questões abertas, o segundo tem 11 perguntas abertas, o terceiro é composto por 10 questões abertas, o quarto guião é constituído por 11 questões abertas, o quinto guião é composto por 12 questões e por fim o sexto guião é formado por 12 perguntas abertas. As entrevistas foram gravadas através de um dispositivo móvel, garantindo a confidencialidade dos dados e utilização dos mesmos exclusivamente para fins académicos, sendo posteriormente realizadas as suas transcrições.

O critério que esteve na base da seleção dos entrevistados nas unidades de análise foi a experiência do investigador, a entrevista exploratória e a revisão da literatura. Os entrevistados estão codificados (de E1 a E6) por motivos de ética e de responsabilidade (Quivy & Campenhoudt, 1998). Assim, de um total de seis entrevistas, entrevistou-se o Presidente da Fundação Alexandrina de Balasar, Vereadora do Pelouro do Turismo da Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, o Presidente da Junta de Freguesia, uma responsável da loja de objetos religiosos, uma responsável do estabelecimento de restauração e uma pessoa amiga da Beata, o que reflete uma diversidade de cargos.

Tabela 6: Identificação dos entrevistados no estudo de caso

Unidade de análise	Fonte de informação da unidade de análise (cargo/função)	Data	Local	Duração
E1	Presidente da Fundação Alexandrina de Balasar	30/03/18	Gabinete do presidente	53 min
E2	Responsável da loja dos objetos religiosos	18/04/18	Loja de objetos religiosos	15 min
E3	Responsável do restaurante	18/04/18	Restaurante	15 min
E4	Pessoa amiga da Beata	27/04/18	Casa da pessoa amiga	1h
E5	Presidente da Junta de Freguesia	21/05/18	Gabinete do presidente	40 min
E6	Vereadora Da Câmara Municipal	31/07/18	Gabinete da Vereadora	20 min

Fonte: elaboração própria

Após apresentado o entrevistado para cada unidade de análise, foram contactados pessoalmente e por telemóvel, esclareceram-se os objetivos e aferiu-se da sua disponibilidade para uma entrevista. Estas foram previamente autorizadas e posteriormente estabeleceram-se os detalhes para a realização das mesmas.

O guião de entrevista foi testado e preparado previamente nos dias que a antecederam. No início da entrevista agradeceu-se o acolhimento e colaboração no estudo, apresentou-se a questão de investigação e os objetivos, a sua estrutura, e foram informados que as informações concedidas e a sua identificação seriam exclusivamente para fins académicos. Foi utilizado o programa *Audacity* para gravar as entrevistas em formato mp3, com consentimento dos entrevistados, com a exclusão de duas, que foram registadas manualmente, em papel, pois os entrevistados não permitiram a sua gravação. No momento da entrevista para além do dispositivo móvel, utilizou-se ainda uma caneta, um bloco de papel (diário) e um relógio de pulso.

De seguida, foram feitas as questões de maneira contextualizada, objetiva e clara sem nenhum condicionalismo. No decorrer da entrevista, o investigador teve uma postura ouvinte e anotou no diário informação que julgou pertinente. Antes de concluir a entrevista, foi questionado ao entrevistado se tencionava expor mais alguma informação sobre o tema e a investigação. No final, agradeceu-se a participação de cada entrevistado.

Após a recolha da informação, procedeu-se à análise de conteúdo da mesma, através do NVivo 10, tendo sido criadas as seguintes categorias: a Causa da Beata Alexandrina, origem e/ou criação da Fundação, Perfil dos peregrinos/visitantes, Procura e Oferta, relacionamento dos stakeholders, serviço e apoio aos peregrinos/visitantes, sugestões, e Turismo religioso em Balasar. Criaram-se também subcategorias, nomeadamente: Factos que contribuíram para a Causa da Beata, Atividades desenvolvidas, Duração da estada dos peregrinos/visitantes, Formas de conhecimento, infraestruturas do Santuário, motivações, número de peregrinos/visitantes, origem e meio de transporte.

#### **D. Observação não participante**

Neste tipo de observação, a realidade a estudar é exterior ao investigador e deverá ser realizada sem que ocorra interferência ou envolvimento do observador na situação, ou seja, o investigador adota o papel de espectador (Freixo, 2012). Segundo Quivy & Campenhoudt (1998), a observação não participante consiste no facto de o investigador não participar na vida do grupo, que, desta forma, observa do ‘exterior’. Assim, a observação ocorreu durante a visita ao Santuário, à área circundante, à casa Museu e durante a aplicação dos questionários observando-se o espaço exterior ao Santuário Alexandrina de Balasar e o comportamento e atitude dos inquiridos. Foram registadas várias notas no diário, como resultado da observação.

#### **E. Diário**

No decorrer do processo de investigação, foram anotadas num diário notas da pesquisa bibliográfica; da entrevista exploratória; da presença em seminários; das observações dos entrevistados e dos inquiridos do estudo de caso; da análise de websites e de documentos, assim como de algumas reflexões pessoais. Este instrumento “representa, não só, uma fonte importante de dados, mas também pode apoiar o investigador no desenvolvimento do estudo” (Coutinho, 2014, p. 341) guiando-o e auxiliando-o a estabelecer a estratégia de investigação.

#### **4) Tabela Síntese**

De forma a garantir a obtenção de informação das variáveis que compõe o modelo de análise conceptual, foi essencial elaborar uma tabela, definindo para algumas variáveis as questões, os correspondentes critérios de interpretação e as prováveis fontes de informação (Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2003, 2014), conforme se pode ver um resumo, que serve de exemplo, na Tabela 7.

Tabela 7: Tabela Síntese informativa

Variáveis	Questões (guião de entrevista e Inquérito por questionário)	CrITÉrios de interpretação	Fontes de informação
<b>Motivações</b>	<p>4.1 O motivo principal da sua viagem foi a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar?</p> <p>4.2 Caso tenha respondido “não” selecione o(s) motivo(s), por ordem de importância, que levou à sua deslocação:</p> <p>- Qual o principal motivo que leva o peregrino/visitante a deslocar-se até ao Santuário da Beata Alexandrina?</p>	- Identificar e descrever os diversos tipos de motivações	<p>Inquéritos por questionário</p> <p>Entrevistas semiestruturadas</p> <p>Revisão da literatura</p>
<b>Origem e meio de transporte</b>	<p>5.1 Qual o(s) meio(s) de transporte que utilizou para chegar ao Santuário Alexandrina de Balasar?</p> <p>- Qual o meio de transporte que considera ser mais utilizado pelos peregrinos/visitantes que se deslocam até ao Santuário Alexandrina de Balasar?</p>	- Identificar e descrever os diversos tipos de meios de transporte que utilizam	

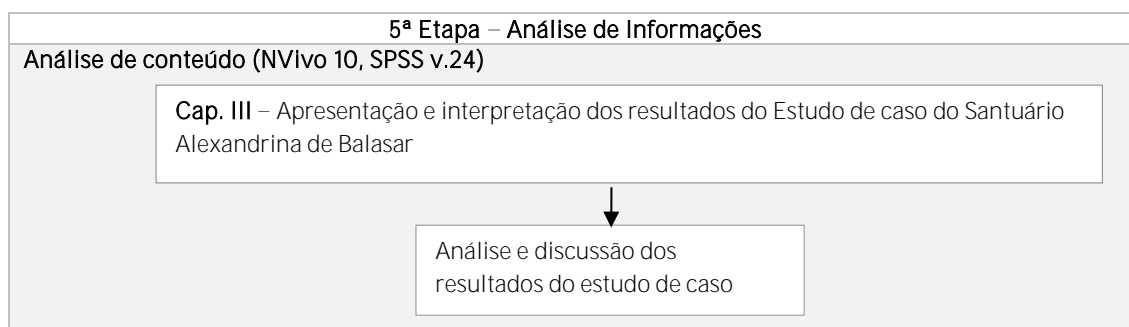
Fonte: elaboração própria

Após ter-se apresentado e explicado o protocolo da recolha das fontes de informação, vai-se de seguida, descrever como é que esta foi analisada e compreendida.

### 2.3.5 - Análise da informação e conclusões

Depois de recolhida a informação, passou-se para a etapa onde é essencial estruturá-la, explorá-la e interpretá-la. (Figura 7). Inicialmente, foi analisada a validade e pertinência da informação em relação aos objetivos, e a sua singularidade, clareza e profundidade, tendo em conta os sentimentos e as recordações de cada entrevistado, a sua energia e confiança e a dimensão da expressividade das suas respostas e posteriormente procedeu-se à sua organização e análise (Sousa & Baptista, 2011).

Figura 8: 5ª Etapa - Análise das informações



Fonte: elaboração própria

Os resultados obtidos através da análise da informação recolhida por meio da observação, permitiu comparar os resultados observados com os esperados a partir das proposições (Quivy & Campenhoudt, 1998).

A análise foi elaborada com base em todas as evidências reunidas. A pesquisa foi exaustiva, representativa do universo de estudo, uniforme e relevante (Coutinho, 2014). Conforme os dados iam sendo recolhidos foram de imediato estruturados e preparados para a análise, tendo em conta os objetivos e as variáveis da investigação. As entrevistas foram transcritas, os questionários foram classificados por ordem e as restantes evidências também foram estruturadas de acordo com os processos definidos.

Posteriormente, procedeu-se à diminuição e codificação dos dados em estado bruto, que se traduziu num processo sistemático (Coutinho, 2014) que teve como finalidade “atingir uma representação do conteúdo ou da sua expressão” (Bardin, 2011, p. 129, citado por Coutinho, 2014). Os questionários foram analisados através do SPSS v.24, as entrevistas através do software NVivo 10 e as outras fontes de evidência de forma manual. Sempre que era exequível, a informação foi reduzida a gráficos e tabelas, e em algumas situações quantificada a sua percentagem/frequência. Numa primeira fase, no decorrer da codificação dos dados, foram formuladas categorias e subcategorias que surgiram da reunião de semelhanças, padrões de raciocínio, palavras, frases tendo em conta as variáveis do estudo. Na segunda fase, foi necessário melhorar a codificação feita inicialmente, comparando as categorias entre si para as associar em temas e analisar equivalências, distinções e prováveis ligações (Coutinho, 2014; Sousa & Baptista, 2011).

Por fim, seguiu-se para a descrição e interpretação dos dados, onde foi tido em conta a sua saturação ou repetição. Primeiro, foram definidas e analisadas as relações e

investigados padrões. Depois, os resultados foram comparados e foi identificado o que era semelhante e diferente, confrontado com a revisão da literatura (capítulo I) e procurou-se esclarecer o significado dos resultados, alcançando a resposta para as proposições, aspirando alcançar as conclusões e recomendações do estudo.

Em relação aos questionários foi criada uma base de dados, onde se começou por inserir as diferentes variáveis do questionário. Posteriormente, a base de dados, foi sendo preenchida com a informação que foi obtida através do preenchimento dos questionários, pelos inquiridos. Depois de a base de dados estar totalmente preenchida, procedeu-se à realização de diversos cálculos estatísticos (mínimos, máximos, alfa de Cronbach, teste Kruskal-Wallis, teste Mann-Whitney) e respetivos gráficos e tabelas. No decurso deste processo foram assegurados a fiabilidade e a validade da informação (Coutinho, 2014; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2014). De seguida, identifica-se algumas das limitações da metodologia utilizada.

#### **2.4 - Avaliação da metodologia**

Todas as metodologias tem limitações, as quais apresentam-se de seguida (Oliveira & Ferreira, 2014). Iniciamos (secção 2.1) pela descrição e esclarecimento das deliberações metodológicas, ao nível do paradigma, da metodologia e do tipo de raciocínio, do método e das técnicas (Barañano, 2008; Coutinho, 2014; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2014). Este estudo apresenta desde logo limitações que estão relacionadas com a metodologia, principalmente a qualitativa, que se guia pelo tipo de raciocínio indutivo, o método de estudo de caso, as técnicas de obtenção e de análise da informação, bem como com a metodologia quantitativa.

No estudo de caso, analisámos os indivíduos que estão envolvidos e outros que possuem um papel mais importante neste processo. Assim, consideramos que os resultados são extensivos e possuem uma repercussão relevante na região.

Para atribuir e aumentar a fiabilidade desta investigação, seguiu-se um exigente protocolo da metodologia selecionada, que é descrita de forma detalhada, possibilitando assim, a sua replicabilidade do processo de obtenção e análise dos dados (Coutinho, 2014; Oliveira & Ferreira, 2014; Yin, 2003, 2014). Por último, a investigação é significativa,

uma vez que, é um estudo que ainda não foi realizado na região, que é de interesse geral para o Santuário e para a região, pois versa sobre questões de interesse prático e teórico; é uma investigação integral, que esclarece os limites do caso, isto é, explica a diferença entre o fenómeno que se está a analisar e o seu contexto e, por outro lado, foi efetuado um esforço árduo na angariação de numerosas fontes de evidência importantes, para o caso; ponderaram-se ainda perspectivas opcionais e suficientes, uma vez que, foram reunidas e analisadas evidências tendo em conta diferentes convicções acerca da pergunta de investigação (Barañano, 2008).

De acordo com Creswell (2010), a metodologia mista é utilizada pelos investigadores por forma a aumentar a compreensão e elucidação da investigação. O seu uso não é visto como uma separação entre as metodologias, mas sim como uma complementaridade. Permite também obter informação aprofundada sobre o tema em estudo que a análise qualitativa privilegia e obter bastante informação de uma amostra que a análise quantitativa dá ênfase (Huberman & Miles, 2002).

## **2.5 - Conclusão**

No fim deste capítulo ficou-se a compreender as etapas do processo metodológico selecionado para esta investigação. Iniciou-se a explicar (secção 2.2) que este estudo se enquadra no conhecimento científico, uma vez que, difere dos outros por se guiar por um conjunto de normas e processos que se baseiam na metodologia científica que tem como objetivo gerar um conhecimento racional, sistemático e verificável.

Ao iniciar uma investigação científica é essencial fazer diversas escolhas que determinem e fundamentem o rumo a seguir, perante outras opções em termos, de metodologia e de tipo de raciocínio, de método e de técnicas. Este estudo, segue uma metodologia qualitativa, com um tipo de raciocínio indutivo, selecionando o método de estudo de caso e técnicas de análise dos dados. Para além disso, também adota uma metodologia quantitativa, através da aplicação de inquéritos por questionários aos peregrinos/visitantes do Santuário Alexandrina de Balasar.

Na segunda parte, apresenta-se as etapas do processo metodológico (secção 2.3). A investigação foi desenvolvida em três fases e seis etapas práticas e interativas. Iniciou-se por determinar e fundamentar o problema de investigação (secção 2.3.1), que gerou a pergunta de investigação e depois o objetivo geral e específicos (Tabela 1), num ponto de vista mais funcional, que guiaram a totalidade das etapas do estudo. De seguida, explanou-se a fase da exploração, isto é, todas as fontes (Figura 4) que foram usadas para redigir a revisão literatura (secção 2.3.2), de onde surgiram as proposições (Tabela 3) e foram determinadas as variáveis (Tabela 4) concebendo-se assim o modelo de análise (Figura 6) do estudo (secção 2.3.3).

Posteriormente, identificou-se ‘o que é’, ‘quem’ e ‘como observamos’ (Figura 7), ou seja, expôs-se e fundamentou-se o método do estudo de caso e as técnicas utilizadas na recolha dos dados, assim como uma tabela síntese informativa (Tabela 7) composta pelas perguntas orientadoras, pelas regras de análise e pela origem da informação (secção 2.3.4). Após o levantamento dos dados, utilizou-se o software NVivo 10 para a análise de conteúdo das entrevistas, o SPSS v.24 para a análise do conteúdo dos questionários ao passo que, para as outras fontes de evidência foi efetuada de forma manual. Na análise e exposição da informação foi tido em consideração a sua redundância, assim como no decorrer de todo o procedimento a sua credibilidade e validade (secção 2.3.5). De forma a concluir, foi realizada uma análise da metodologia selecionada, onde se destaca a metodologia qualitativa com um raciocínio indutivo, a metodologia quantitativa, o método do estudo de caso e as técnicas de recolha e análise da informação utilizada (secção 2.4).

No capítulo seguinte, começa-se por apresentar os resultados do estudo de caso (capítulo III) e em seguida, expõe-se a análise e a interpretação comparativa dos resultados das duas metodologias.

## CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS DO ESTUDO DE CASO DO SANTUÁRIO ALEXANDRINA DE BALASAR

### 3.1 - Introdução

Este capítulo tem como objetivo apresentar a análise e interpretação dos dados, de acordo com a informação obtida nos questionários, nas entrevistas, em documentos e dados estatísticos, pela observação não participante e pelos diversos registos no diário.

Começa-se por dar a conhecer um pouco sobre a freguesia de Balasar e o Santuário Alexandrina de Balasar (secção 3.2), a causa da Beata Alexandrina e da Fundação (secção 3.3) e sobre a oferta de serviços religiosos e turísticos (secção 3.4) no Santuário. De seguida, apresentam-se os resultados dos questionários realizados aos peregrinos/visitantes do Santuário Alexandrina de Balasar (secção 3.5). Os resultados dos questionários vão ao encontro do objetivo geral e específicos definidos. Inicia-se por apresentar a caracterização do perfil (secção 3.5.1) da amostra obtida, as suas principais motivações (secção 3.5.2), a sua origem e o meio de transporte (secção 3.5.3), as fontes de informação mais utilizadas (secção 3.5.4), as suas atividades desenvolvidas (secção 3.5.5) e a opinião acerca da adequabilidade das infraestruturas do Santuário Alexandrina de Balasar (secção 3.5.6).

De seguida, apresenta-se na secção 3.6, os resultados da análise às entrevistas e aos dados estatísticos e informação documental recolhida acerca do Santuário Alexandrina de Balasar, começando pela caracterização do perfil dos peregrinos/visitantes (secção 3.6.1), as suas principais motivações (secção 3.6.2), a sua origem e meio de transporte (secção 3.6.3), as fontes de informação sobre o Santuário Alexandrina de Balasar (secção 3.6.4), as atividades desenvolvidas (secção 3.6.5), a adequabilidade das infraestruturas (secção 3.6.6).

Por fim na secção 3.7, faz-se uma análise e interpretação dos resultados, tendo em linha o objetivo geral e os objetivos específicos deste estudo. Para a realização deste estudo, que visa conhecer o perfil do peregrino/visitante que se desloca até ao Santuário Alexandrina de Balasar, foi entregue ao presidente da Fundação Alexandrina de Balasar (ver apêndice D) um pedido de autorização escrito, entregue pessoalmente, explicando o âmbito e os objetivos do estudo, para a realização de questionários aos

peregrinos/visitantes e a recolha de informação diversa na Fundação e Santuário Alexandrina de Balasar.

### 3.2 - A freguesia de Balasar e o Santuário Alexandrina de Balasar

Balasar é uma das doze freguesias do Concelho da Póvoa de Varzim, situada a 14,9 Km da Póvoa de Varzim, no extremo nascente do concelho. Possui cerca de 2545 habitantes e tem uma área total de 11,57 Km<sup>2</sup> e densidade de 219,8 h/km<sup>2</sup>.<sup>1</sup>

As suas principais atividades económicas são a agricultura, e algumas unidades de serração, confeção e construção civil.

Figura 9: Localização geográfica da freguesia de Balasar



Fonte: Website da Câmara Municipal da Póvoa de Varzim

Historicamente, vem mencionada nas Inquirições Gerais de D. Afonso II (1220) com o nome de “Sancta Eolália de Balazar”. Porém, este não foi o nome primitivo da área correspondente à atual freguesia. Em tempos longínquos, Balasar foi uma vila luso-romana, pertencente à cidade de Bagunte. O próprio nome de «Balazar» é uma corruptela de «Belisári», cuja forma antiga, provada em alguns documentos, era «Belsar». Aqui existiam duas divisões administrativas, uma denominada Gresufes e a outra Casal que, em 1442, se achou por bem anexar numa só e dar-lhe o nome do lugar mais pequeno da freguesia, Balasar. Mas uma vez que, a freguesia vizinha de Macieira de Rates já tinha como padroeiro Santo Adrião, decidiram escolher Santa Eulália, como padroeira da nova paróquia. Mais tarde, como as duas igrejas antigas eram distantes e pequenas para toda a população, foram construídas a igreja e a residência paroquial, no lugar do Matinho,

<sup>1</sup> <http://www.alexandrinadebalasar.pt/balasar/>, consultado a 2 de março 2019

onde atualmente se encontra o cemitério de Balasar. Posteriormente, esta igreja tornou-se pequena para a população, que aumentou ao longo dos anos. Foi então escolhido um novo terreno onde foi construída a atual igreja paroquial, entre 1907 e 1910, como consta das atas da Junta de Paróquia e vem noticiado em jornais do tempo.

Até 1836, pertenceu ao concelho de Barcelos, passando nessa época para o da Póvoa de Varzim. Em 1853, foi incluída no de Vila Nova de Famalicão mas, dois anos depois, regressou ao da Póvoa de Varzim.<sup>2</sup>

Balasar é o “berço” de Alexandrina Maria da Costa, falecida em 1955, com fama de santidade e conhecida em todo o país por “Santinha de Balasar”.<sup>3</sup> A paróquia da Beata Alexandrina, denominada por Santa Eulália de Balasar, sua padroeira, pertence ao arcebispo de Vila do Conde/Póvoa de Varzim, arquidiocese de Braga.

Quando se trasladaram para a atual igreja paroquial os restos mortais da Beata Alexandrina Maria da Costa, a capela-mor sofreu uma remodelação radical, formando-se uma espécie de transepto. Toda a talha da igreja foi retirada, e colocaram-se-lhe uns magníficos vitrais.<sup>4</sup>

Figura 11: Igreja com talha no altar-mor



Fonte: Website dos amigos da Alexandrina

Figura 10: Igreja na atualidade



Fonte: Website Tripadvisor

### 3.3 - A Causa da Beata Alexandrina e a sua Fundação

Após a morte de Alexandrina, a afluência de peregrinos a Balasar continuou, e em grande número. Era comum ouvir chamar Alexandrina de “Santinha de Balasar”, a “mãe dos

<sup>2</sup> <https://www.cm-pvarzim.pt/municipio/juntas-de-freguesia/balazar>, consultado a 2 de março de 2019

<sup>3</sup> <https://www.cm-pvarzim.pt/municipio/juntas-de-freguesia/balazar>, consultado a 2 de março de 2019

<sup>4</sup> Foram usadas na pesquisa as palavras igreja de Balasar e igreja paroquial.

pobres”, “a doentinha de Balasar”. Estas denominações revelavam a confiança na santidade de Alexandrina por parte do povo.

O Arcebispo de Braga – D. Francisco Maria da Silva – procurou a opinião dos Bispos reunidos em Fátima, sobre a abertura do Processo Informativo sobre a vida, virtudes e fama de santidade da Beata. À resposta afirmativa, em 1965, D. Francisco convidou o Pe. Humberto Pasquale, segundo diretor de Alexandrina, a dar início ao Processo. Durante quase três meses, o Pe. Humberto Pasquale e o Pe. Heitor Calovi, convidados para o efeito pelo mesmo Arcebispo, estiveram em Balasar e elaboraram o livro dos «Artigos» que serviria de base para a instrução do Processo, bem como a lista das principais testemunhas que seriam chamadas a depor.

O processo diocesano inicia-se oficialmente a 14 de Janeiro de 1967. Entretanto, o Tribunal eclesiástico de Braga começa a interrogar as testemunhas do processo, sendo os mesmos, familiares, amigos e pessoas com ligação à vida de Alexandrina.

Em Janeiro de 1996, Alexandrina é declarada venerável, pela Congregação para as Causas dos Santos. No dia 25 de abril de 2004, Alexandrina Maria da Costa foi beatificada em Roma pelo Papa S. João Paulo II. Na celebração estiveram presentes um milhar de peregrinos portugueses e alguns grupos estrangeiros provenientes de vários locais, entre eles Escócia e Irlanda. A partir desta data, tornou-se beata da Igreja universal.

A miraculada, Maria Madalena Azevedo Gomes Fonseca, também participou na Eucaristia, assim como o Dr. Juan Sanches-Reyes e o Dr. João Fontes, os médicos que examinaram a sua cura. Maria Madalena Gomes Fonseca, foi diagnosticada com a doença de Parkinson. No ano de 1995 iniciou uma novena à Beata Alexandrina e no dia 3 de março, primeira sexta-feira do mês e da quaresma deu-se o milagre. A miraculada, apenas se lembra de receber a Sagrada Eucaristia, por volta das 16h00 e por volta das 18h00, sentiu que alguém lhe tocou e foi quando ficou curada. De seguida foi chamado o médico, a sua casa, e ela agradeceu-lhe e a Deus. Imediatamente o médico disse a Madalena que não lhe deveria agradecer nem a outro médico, mas sim a Deus, porque

para a sua doença não existe cura possível através da medicina. Foi este milagre que conduziu à beatificação de Alexandrina Maria da Costa.<sup>5</sup>

São diversos os fenómenos que contribuíram para a Causa Beata Alexandrina. Pessoas que ela considerava de confiança, nomeadamente as amigas, eram convidadas para assistir aos chamados “êxtases” que aconteciam todas as sextas-feiras às 15h. Também acontecia fenómenos com Nossa Senhora a quem ela chamava de “Mãezinha”, em todos os primeiros sábados de cada mês, ainda de madrugada.

“(…) nós íamos lá a casa, convidaram-nos para ir ver um êxtase, íamos lá às 15h, às sextas feiras ela ficava a falar sozinha com o nosso senhor e podia-se espetar uma agulha que ela não deitava sangue nenhum (…)”.

“(…) o senhor num êxtase pediu: Dás-me a tua mãe sem lágrimas, sem lágrimas não te dou. E depois ele respondeu: Ainda vais ter mãe até depois da tua morte (…)”.

“(…) a primeira vez que entramos para ouvir, na casa dela, foi numa sexta-feira e o senhor falava através dos lábios dela: Por teus lábios vai falar a Santíssima Trindade. E ela dizia vejam bem o amor que Jesus tem, nós ouvíamos pela mesma boca e pelos lábios (…)”.

“(…) no momento que o senhor estava a falar ela não via nem ouvia (…)”.

“(…) ainda me lembro de algumas coisas (…) o senhor a dizer-lhe quem vier ao teu quarto tem bênçãos do céu, olha que a gente perde tantas graças.”.

“(…) o senhor disse num êxtase: O teu paizinho foi para o Brasil, mas depois ainda vem para a tua beira morto ou vivo. E ele está morto aqui. Ele disse nós ouvimos: O teu paizinho que tu tanto amas é um santo, mas ele morto ou vivo vai para a tua beira, mas vem (…)”.

“(…) a senhora Alexandrina num êxtase cantou à Santíssima Trindade tão bem, tão bem que nós nunca mais ouvimos coisa assim (…)”.

“(…) ela disse que estava como um tapete à entrada do céu, ela queria ser o tapete nós ouvimos (…)”.

(E4)

Para além dos êxtases que aconteciam todas as sextas-feiras, também sofreu a paixão do Senhor em alguns momentos. Durante a paixão, o seu corpo ficava muito pesado, pois era o peso da Cruz que Cristo transportou e quando terminava, o seu peso voltava ao normal.

“(…) com o senhor era sempre às sextas feiras, ela ao primeiro teve a paixão. Andava pelo chão da varanda de joelhos não era em pé, a via sacra é a paixão (… mandaram pegar nela e não conseguiu, mas depois mandaram pegar nela e ela depois ao fim do êxtase, já pegou nela (…))”.

“(…) ela não conseguia levantá-la do chão, pois era quando eles queriam pô-la numa balança para ver quanto é que ela pesava. Pegaram nela quando o senhor disse que estava sobre ela o peso do mundo e eles não podiam (… uns homens pegaram nela para pesar e não havia peso que fosse capaz de medir, depois pegavam nela e era uma pena, mas naquele momento era o peso do mundo em cima dela, era como o senhor ia (…))”.

(E4)

---

<sup>5</sup> <http://www.alexandrinadebalasar.pt/processo-de-canonizacao/>, consultado a 2 de março de 2019

Quando tinha fenómenos com Nossa Senhora, a beata ficava feliz e demonstrava um olhar e sorriso contagiante.

“Quando era com a Nossa Senhora, ela tinha um sorriso e nós dizíamos que não havia nem olhar, nem sorriso como o dela, quando nós íamos lá não havia coisa igual (...)”.

“ (...) ela também desmaiava ficava em êxtase, mas não posso dizer o que ela dizia, porque me esqueci mas era Mãezinha, mãezinha. Era só aos primeiros sábados com a Nossa Senhora, porque nós íamos às 5h da manhã, Nossa Senhora era madrugadora era o que nós dizíamos pelo menos os primeiros sábados (...)”.

“ (...) e ela dizia que a cobria com o seu manto (...)”. (E4)

Para além de ter episódios com Nossa Senhora e Nosso Senhor, a Beata também sofreu em alguns momentos perturbações por parte do Diabo.

“(...) o senhor deixava o Diabo fazer-lhe torturas, (...) a mãe dela não podia entrar dentro do quarto que era logo os nomes mais feios que houvesse (...) o senhor punha a senhora Alexandrina a andar e deixava o Diabo fazer-lhe mal, roubava-lhe uma senhora que ela tinha na mão levava-a para a pocilga dos porcos, onde marcou os dentes na senhora, pisou-a, marcou-a (...) ela sofreu muito com o Diabo e depois ele atirava-a abaixo da cama (...) dizia que o Senhor não lhe ligava, que ela era muito fraca, que era a coisa mais fraca que havia neste mundo (...)”. (E4)

Passado um tempo da queda, a Beata Alexandrina deixou de se alimentar através de refeições e passou a viver apenas da sagrada “hóstia”/eucaristia. Quando recebia a sagrada comunhão, ouvia-se aquilo a bater-lhe no peito.

“(...) deixou de comer, era o jejum, era só o senhor e nós íamos lá e ouvíamos ele a engolir-se (...) o senhor dizia-lhe: Agora vais receber a gotinha do meu sangue que é o alimento da tua semana e ouvia-se ela a engolir e a bater no peito, aquela gota de sangue do senhor (...)”. (E4)

Na opinião da pessoa amiga, o facto de se deslocarem em grande número aqui a Balasar deve-se ao facto de ela querer que todos se salvem e venham para o céu.

“O fenómeno é o céu, é ela que está lá e quer que todos se salvem, não há mais nada (...)”.

“(...) uma mulher o que trouxe (...) era uma mulher que nem a quarta classe tinha (...)”. (E4)

O facto da Causa Alexandrina de Balasar ser tão complexa e de grande dimensão espiritual levou à criação de uma Fundação, com funcionamento próprio e autónomo em relação à Paróquia, que tem as suas próprias atividades. Foi necessário haver essa separação, pois tratavam-se de organismos distintos, que precisavam de ter órgãos e estruturas próprias.

“ (...) A Causa da Beata Alexandrina é tão importante, tão importante que tem de ter um organismo próprio (...)”.

“ (...) a pastoral da paróquia exige espaços próprios, exige uma realidade própria. É uma pastoral diferente da pastoral da Alexandrina (...)”.

“ (...) são duas realidades distintas, embora na mesma igreja, mas distintas. De facto, tem de ter um programa próprio, uma direção própria e objetivos próprios (...). Alexandrina exige um trabalho muito sério e independente”. (E1)

O aumento contínuo do número de peregrinos/visitantes levou a Fundação, em conjunto com a Paróquia, a Arquidiocese de Braga, a Junta de Freguesia e a Câmara Municipal, entre outros, a construir uma nova Basílica, acessos e infraestrutura de apoio ao “novo” Santuário.

“(...) quando a basílica estiver pronta ou antes disso, devemos estar todos reunidos numa só mesa Câmara, Junta de Freguesia, Fundação Alexandrina, Diocese de Braga para definirmos um plano estratégico para a uma só voz e em equipa termos um objetivo comum (...)”. (E6)

A Causa da Beata de Alexandrina tem contribuído para a economia local, mas a construção do “novo” Santuário como uma Basílica poderá ter um grande impacto, de acordo com os entrevistados, não só na freguesia e no Concelho da Póvoa, mas também nos Concelhos vizinhos.

“(...) é um fenómeno e temos de avançar, seja ao nível de alojamento, comercial (...)”.

“(...) temos de investir, temos de chamar, cativar as pessoas para virem a Balasar e estarem aqui algum tempo (...)”. (E5)

“(...) não é só Balasar que vai beneficiar com isso, sejamos honestos. Vamos ser todos, toda a comunidade envolvente, os concelhos limítrofes também vão beneficiar disso, não só o concelho da Póvoa (...)”. (E6)

### 3.4 - Oferta de serviços religiosos e turísticos

A dinâmica religiosa das cidades-santuário é aquela sobre a qual gira todo o dinamismo da cidade (atividade económica/turística). A qualidade dos serviços muitas vezes é que vai ditar a fidelização dos visitantes, principalmente dos peregrinos devotos, os mais religiosamente motivados. Para estes, tendo em conta o seu número, não só interessa a qualidade como também a quantidade. Por essa razão, no Santuário de Balasar os peregrinos/visitantes podem participar em missas todos os dias, mas também podem participar nas adorações eucarísticas todas as quintas-feiras, domingos e dias santos e na adoração perene todos os dias. É possível também estar em direto com o túmulo da Beata Alexandrina através do site da página do santuário.

Próximo da Igreja de Santa Eulália de Balasar está uma capelinha dedicada à Santa Cruz, que recorda o «aparecimento» de uma cruz, por volta de 1832 e na qual os naturais e vizinhos possuem grande devoção.

Existe, também o cruzeiro paroquial, uma excelente obra da cantaria, que se encontra situado no lugar da Quinta, tendo sido construído em 1955.

A grande atração turística neste destino, é a Igreja de Santa Eulália de Balasar, que anualmente movimenta milhares de peregrinos/visitantes, devido ao túmulo da Beata Alexandrina. O cemitério onde estiveram os restos mortais da Beata Alexandrina, antes de serem transladados para a igreja acima mencionada, é outro dos locais a visitar, tal como a Casa da Beata Alexandrina agora museu com as oferendas dos peregrinos/visitantes e um lindíssimo jardim.

Recentemente foi também aberto ao público, o memorial Padre Francisco, onde estão expostas peças únicas colecionadas pelo mesmo.

A nível de Alojamento, existem apenas dois espaços. As pessoas que desejem pernoitar na freguesia e não tenham onde ficar poderão pedir na receção da igreja para pernoitar num dos quartos da Casa dos Salesianos ou então dirigir-se para uma casa que se encontra dedicada ao alojamento local.

A freguesia de Balasar encontra-se em expansão, tendo como apoio várias infraestruturas que dão resposta às necessidades e exigências dos peregrinos/visitantes. Identificam-se três estabelecimentos de restauração e ainda alguns cafés e pastelarias e uma Quinta de Eventos.

Alguns estabelecimentos de restauração têm parcerias com agências de viagens, que quando organizam roteiros a passar em Balasar, contactam os restaurantes para reservarem as refeições.

“Nós temos parcerias com agências de viagens. As pessoas vêm, almoçam e arrancam.”. (E3)

Por forma a promover o turismo religioso em Balasar, a vereadora do Pelouro do Turismo tem estabelecido contactos com o turismo do porto e norte.

“(…) a Câmara tem protocolo com o turismo porto e norte que é o forte apoio, portanto pela conversa que temos tido acho que a coisa é para durar e para aumentar a cooperação entre as várias entidades (…) eles tem acompanhado o processo e portanto através da doutora Lucinda Delgado que é a Vereadora

agora do Turismo tem estado sempre em contacto e tudo o que ela tem dito e pela conversa que tenho observado com o padre Manuel pela fundação e através do conselho económico as coisas estão prontas para andar (...)”. (E5)

De acordo com os entrevistados, deslocam-se a Balasar milhares de pessoas, sendo esse número, possivelmente superior ao das pessoas que frequentam as praias da Póvoa de Varzim. Por diversos motivos, o turismo religioso está a aumentar cada vez mais, a nível nacional, mas também regional, como é o caso do concelho da Póvoa, mais especificamente em Balasar.

“(…) há mais gente em Balasar que na praia da Póvoa de Varzim. Eles não acreditam mas quando aponto os números 280, 300 (...)”.(E1)

“O turismo religioso neste momento é de toda a importância, não só para o concelho da Póvoa, mas para todo o país. O turismo religioso neste momento está muito em voga e a aumentar muito (...)”. (E5)

“(…) o turismo religioso para o concelho da Póvoa é um dos pontos estratégicos bastante fortes, nós temos um concelho com uma vertente religiosa bastante forte, basta ver o número de igrejas, capelas, alminhas, cruzeiros em todo o concelho não só na cidade (...)”. (E6)

### 3.5 - Estudo quantitativo

A recolha de dados foi realizada com recurso a um questionário, aos peregrinos/visitantes que estavam no Santuário Alexandrina de Balasar de 22 de abril até 30 de abril de 2018.

Seguidamente procedeu-se à elaboração de uma análise estatística tendo por base essencialmente medidas de estatística descritiva para todas as variáveis do questionário, através da realização da distribuição de frequências (máximos e mínimos) e respetivos gráficos. Nesta fase determinou-se também algumas das medidas de tendência central, para descrever o centro da distribuição dos valores de uma variável na amostra, às quais associou-se as medidas de dispersão, que fornecem a indicação do quanto os valores individuais da mesma variável estão próximos ou se afastam do centro da distribuição. Foram efetuados testes estatísticos, de entre os quais destaca-se o alfa de Cronbach, teste Kruskal-Wallis, teste Mann-Whitney.

Tendo em conta Pereira & Patrício (2013), o Alpha de Cronbach consiste numa medida de consistência interna de uma escala, sendo usado como uma estimativa da fiabilidade de um teste psicométrico para uma amostra de inquiridos. Assim, para aferir a validade do questionário aplicou-se o teste a todos os itens que eram preenchidos tendo em conta uma escala de Likert.

Com base nos autores (Pereira & Patrício, 2013), os valores do Alfa de Cronbach devem ser interpretados da seguinte forma: < 0,50 – inaceitável; 0,50 – 0,60 – Fraca; 0,60 – 0,70 – Aceitável; 0,70 – 0,80 – Boa; 0,90- 1 – Muito boa.

Nesse sentido, após a aplicação do Teste de Alfa de Cronbach aos itens da pergunta 8 do questionário, verificou-se que ( $\alpha = .907$ ) concluindo que a fiabilidade do questionário é muito boa.

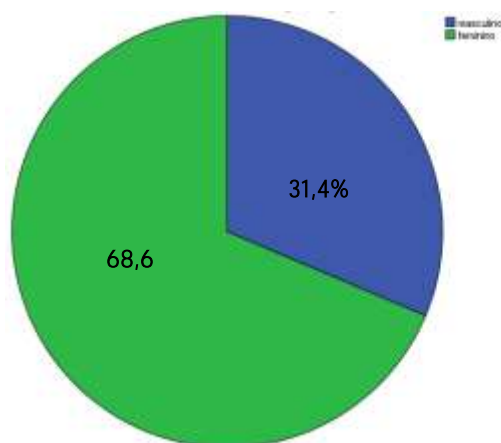
Foi também aplicado o Teste de Alfa de Cronbach aos itens da pergunta 9 tendo-se verificado que ( $\alpha = .852$ ) concluindo que a fiabilidade do questionário é boa.

### 3.5.1 - Caracterização do perfil dos peregrinos/visitantes

O questionário aplicado permite caracterizar os inquiridos quanto ao género, faixa etária, habilitações académicas e estado civil, que pretende ir ao encontro do objetivo geral deste estudo.

Verifica-se que a amostra, recolhida através dos questionários é maioritariamente do sexo feminino 68,6% (n=105) face ao sexo masculino 31,4% (n=48), de acordo com o gráfico 1.

Gráfico 1: Género dos inquiridos

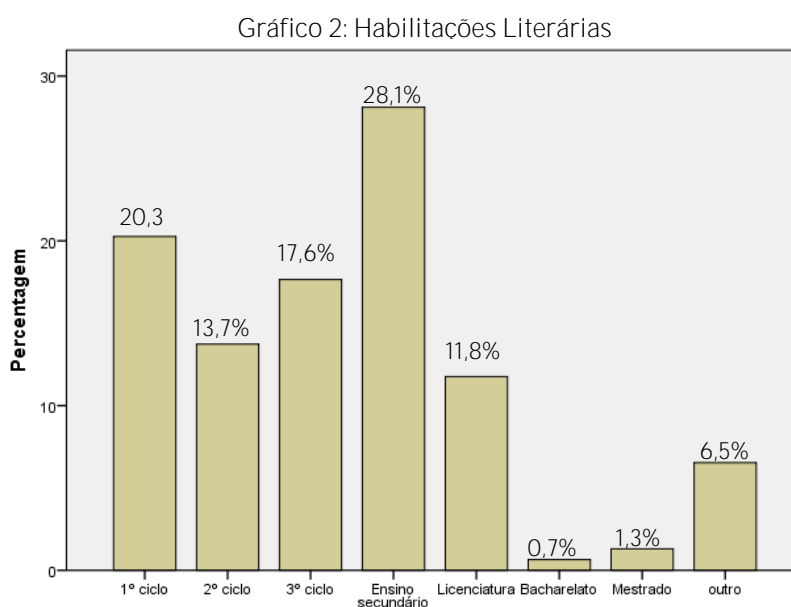


Fonte: elaboração própria

No que diz respeito à idade dos inquiridos, o mais jovem tem entre os 15-19 anos e o inquirido mais velho tem entre os 69 e mais anos, sendo que a média de idade dos inquiridos situa-se entre os 45-49 anos. A maioria dos inquiridos 11,8% (n=18) tem idade

compreendida entre os 40-44 anos, seguindo-se 11,1% (n=17) com idades entre os 50-54 anos e 10,5% (n=16) com idades entre 55-59 anos. Estes resultados demonstram que cerca de um terço dos inquiridos tem entre 45 e 59 anos.

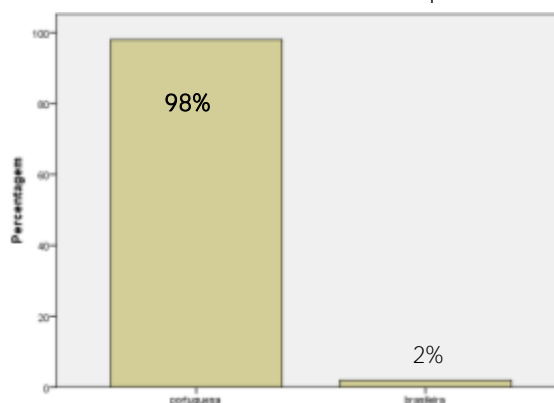
Relativamente ao grau de habilitações literárias (gráfico 2), 28,1% (n=43) possui o ensino secundário; 20,3% (n=31) têm o 1º ciclo; 17,6% (n=27) têm o 3º ciclo; 13,7% (n=21) têm o 2º ciclo de escolaridade; 11,8% (n=18) tem licenciatura, enquanto os restantes são detentores de outro tipo de ensino 6,5% (n=10); 1,3% (n=2) tem mestrado e 0,7% (n=1) detêm bacharelato. Verifica-se que os peregrinos/visitantes têm um bom nível de instrução académica, porque cerca de 57,5% detêm o ensino secundário, o 3º ciclo e uma licenciatura.



Fonte: elaboração própria

No que concerne à nacionalidade (gráfico 3), constata-se que quase todos os inquiridos são de nacionalidade portuguesa 98% (n=150), face aos estrangeiros 2% (n=3). Contudo, será interessante confrontar com os registos do Santuário Alexandrina de Balasar, para verificar se têm a mesma tendência ou se haverá mais estrangeiros.

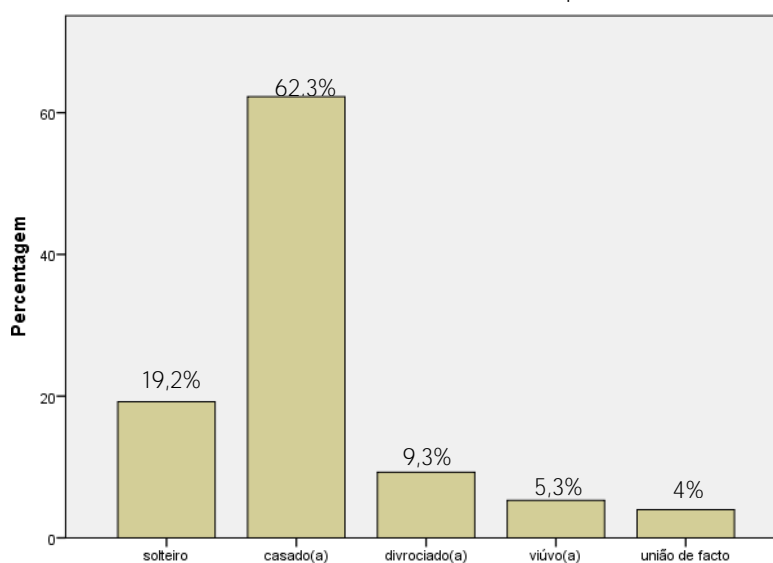
Gráfico 3: Nacionalidade dos inquiridos



Fonte: elaboração própria

De acordo com o gráfico 4, ao nível do estado civil, verifica-se que a grande maioria dos inquiridos é casado 62,3% (n=94) e a grande distância o solteiro com 19,2% (n=29), o divorciado com 9,3% (n=14), o viúvo com 5,3% (n=8) e por último os que estão em união de facto com 4% (n=6). Estes resultados demonstram que cerca de 81,4% são principalmente casados e solteiros que visitam o Santuário Alexandrina de Balasar. Destaca-se, também, a existência de alguns divorciados e de viúvos.

Gráfico 4: Estado civil dos inquiridos

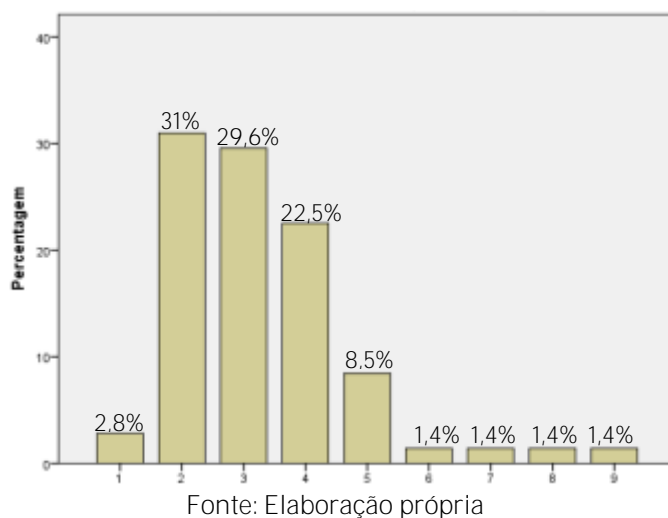


Fonte: Elaboração própria

Quanto ao número de elementos que compõe o agregado familiar dos inquiridos, representado no gráfico 5, verifica-se que a maior representatividade 31% (n=22) está no grupo com 2 elementos, a seguir 29,6% (n=21) com pelo menos 3 elementos e 22,5% (n=16) tem 4 elementos no seu agregado familiar. Esta situação demonstra que, tendo em conta que são sobretudo os casados e sendo o agregado familiar constituído

maioritariamente entre os dois e os quatro elementos, os inquiridos são na sua maioria (83,1%) famílias que visitam o Santuário Alexandrina de Balasar.

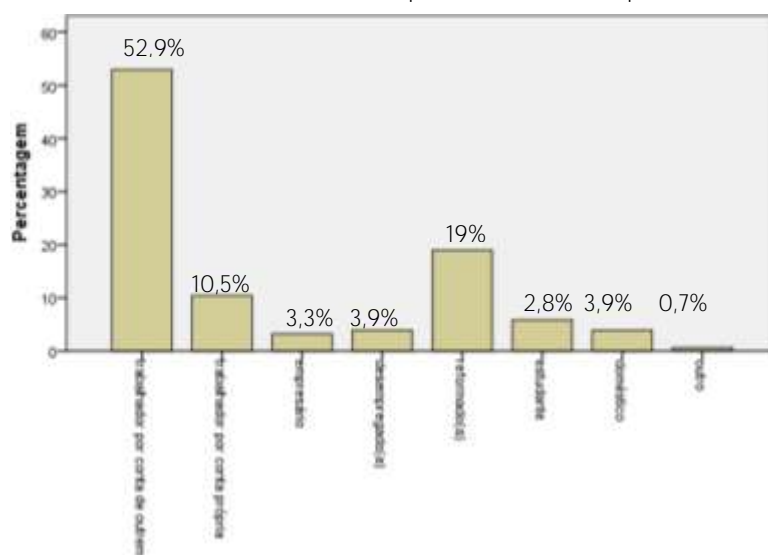
Gráfico 5: N° de elementos que compõe o agregado familiar



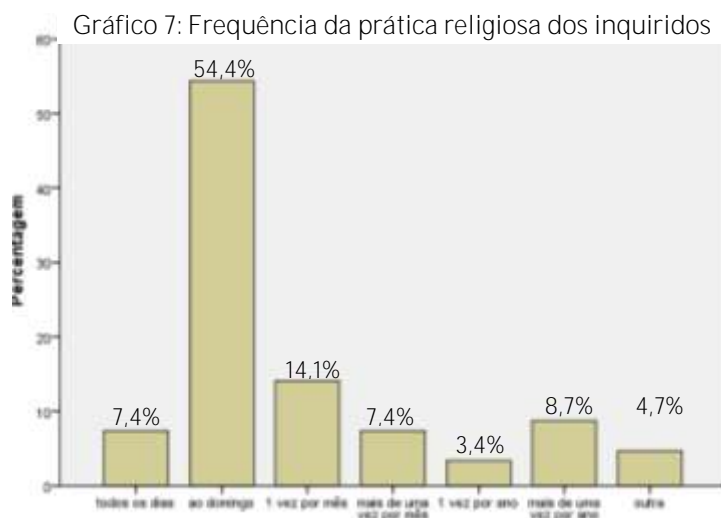
No que se refere ao estatuto socioprofissional, a categoria de trabalhador por conta de outrem assume particular relevância com 52,9% (n=81), seguindo-se o estatuto de reformado com 19% (n=29) e depois a categoria de trabalhador por conta própria 10,5% (n=16), segundo o gráfico 6.

Denota-se que a percentagem de reformados apresenta um valor representativo na amostra ( $M_o=1$ ) podendo-se relacionar este valor percentual com as idades do peregrino/visitante que visita o Santuário Alexandrina de Balasar.

Gráfico 6: Estatuto socioprofissional dos inquiridos



Relativamente à situação religiosa dos inquiridos, verifica-se, que 99,3 % (n=152) afirma ser católico em detrimento de 0,7% (n=1) que afirma não ter religião. No entanto, em termos de frequência da prática religiosa (ver gráfico 7), cerca de metade frequenta ao domingo 54,4% (n=81), sendo que o menos respondido foi 1 vez por ano 3,4% (n=5).

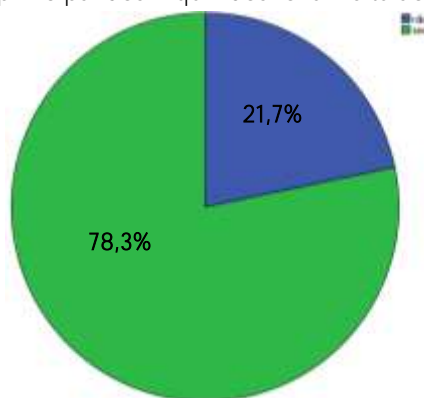


Fonte: Elaboração própria

### 3.5.2 – Motivações dos peregrinos/visitantes

Conhecer as motivações dos peregrinos/visitantes é um aspeto relevante deste estudo, para conhecer o nível de atratividade do Santuário Alexandrina de Balasar e para ir ao encontro do objetivo específico 1.1 e da proposição 1. De acordo com o gráfico 8, a maior parte dos inquiridos, 78,3% (n=119), refere que o principal motivo da sua viagem foi a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar, face a 21,7% (n=33) que disse que não era.

Gráfico 8: O motivo principal dos inquiridos foi a visita ao túmulo da Beata

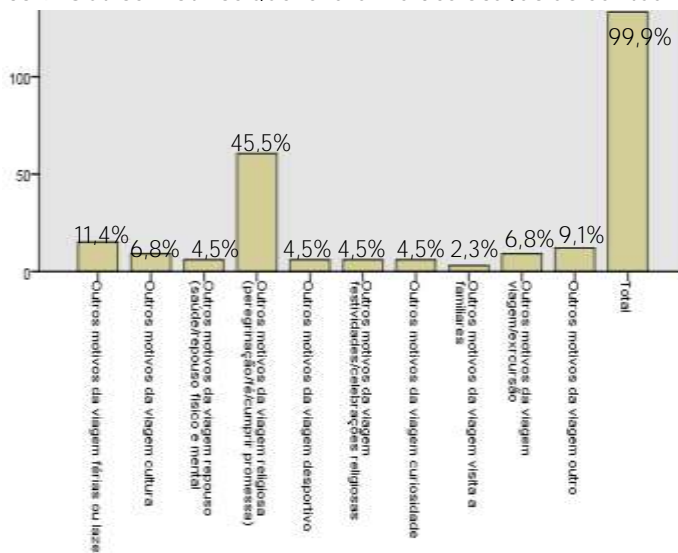


Fonte: elaboração própria

Dos inquiridos que respondem que o seu principal motivo não foi a visita ao Santuário, verifica-se que 45,5% (n=20) vem por motivos religiosos (peregrinação/fé/cumprir promessa), enquanto 11,4% (n=5) vêm em férias e lazer, 9,1%

(n= 4) desloca-se por outro motivo e 6,8% (n=3) vem por motivos de cultura e viagem/excursão. Consta-se que a grande maioria dos inquiridos vem motivada pela visita ao Santuário Alexandrina de Balasar e por motivos religiosos, apesar de uma pequena minoria vir por razões de férias, lazer e cultura (gráfico 9).

Gráfico 9: Outros motivos que levaram à deslocação ao Santuário

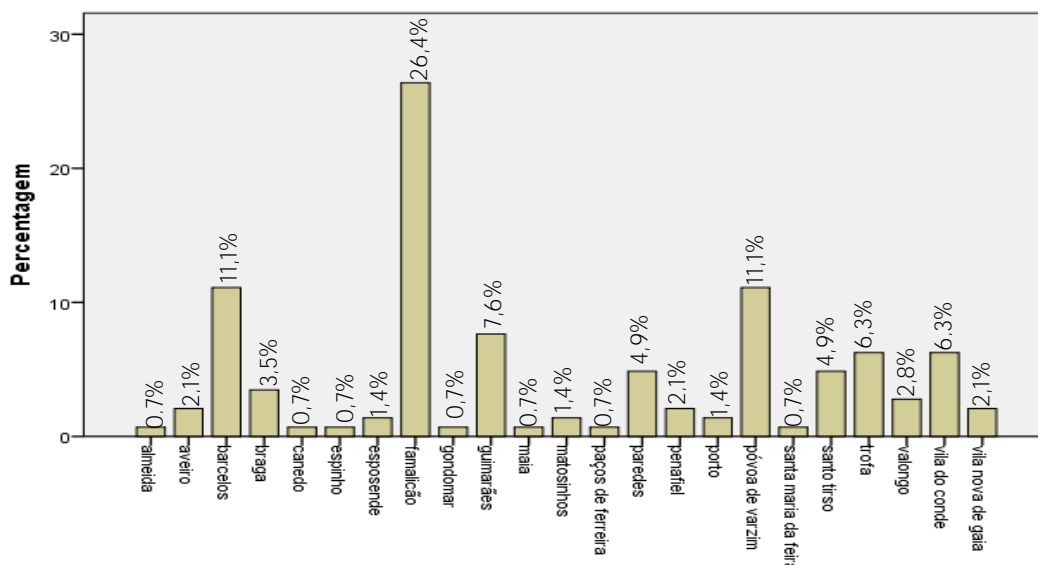


Fonte: Elaboração própria

### 3.5.3 - Origem e meio de transporte

Nesta secção analisa-se a origem, o meio de transporte e a forma como a viagem dos peregrinos/visitantes é organizada, para ir ao encontro do objetivo específico 1.2 e das proposições 2 e 3. Assim constata-se que a maior parte dos inquiridos (ver gráfico 10), vêm de concelhos vizinhos como Vila Nova de Famalicão com 26,4% (n=38), da Póvoa de Varzim com 11,1% (n=16) e Barcelos com 11,1% (n=16) e de Guimarães com 7,6%.

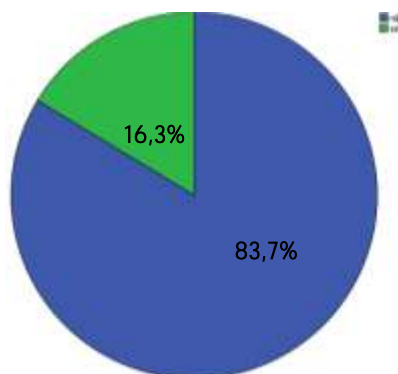
Gráfico 10: Concelho dos inquiridos



Fonte: Elaboração própria

Os inquiridos revelam que maioritariamente repetem a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar 83,7% (n=128), em oposição aqueles, 16,3% (n=25), que vêm pela primeira vez. Estes resultados (ver gráfico 11) demonstram a fidelidade e a frequência da visita dos inquiridos ao local.

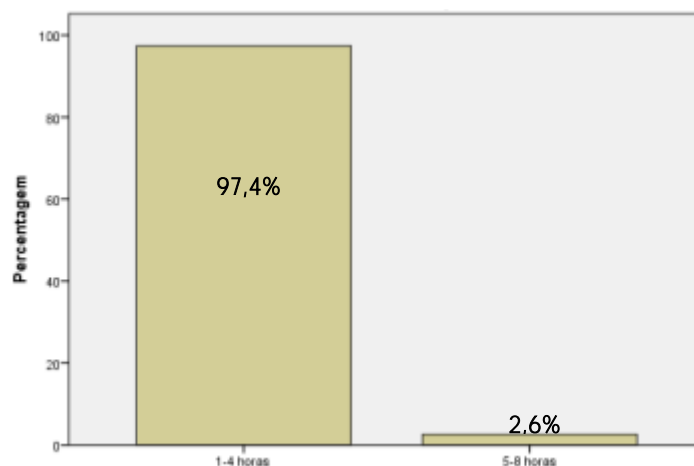
Gráfico 11: Visita ao túmulo da Beata Alexandrina



Fonte: elaboração própria

Tendo em conta o gráfico 12, conclui-se que 97,4% (n=149) dos inquiridos estão no Santuário Alexandrina de Balasar entre 1 a 4 horas, enquanto 2,6% (n=4) está entre 5 a 8 horas. Estes resultados demonstram que a mediana está localizada na categoria de 1 a 4 horas e que os inquiridos vão por pouco tempo ao Santuário Alexandrina de Balasar não pernoitando no local, seguindo provavelmente, para outros destinos.

Gráfico 12: Duração do tempo no Santuário de Balasar



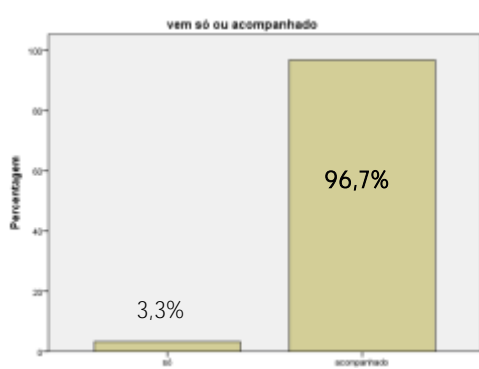
Fonte: elaboração própria

De acordo com o gráfico 14, verifica-se que 96,7% (n=148) dos inquiridos viajou acompanhado em oposição a 3,3% (n=5), que afirmaram terem-se deslocado sozinhos. Dos que viajaram acompanhados, de acordo com o gráfico 13, vêm maioritariamente com o conjugue/filhos 33,1% (n=49), com os amigos 32,4% (n=48), com outros familiares

31,8% (n=47) e com colegas de trabalho e familiares ou outros com uma percentagem de 1,4% (n=2). Estes resultados vão no seguimento do facto de cerca de 83,1% (ver gráfico 5) serem famílias, de dois a quatro elementos, demonstrando a importância das viagens em família e em grupo com família e amigos.

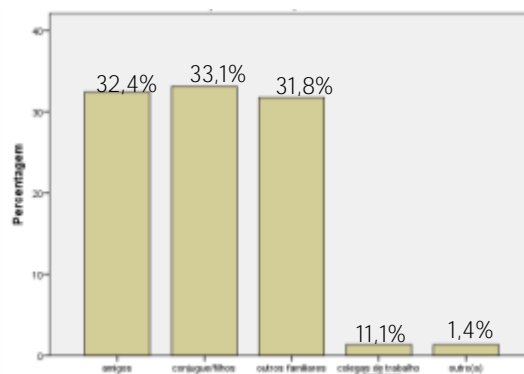
O facto da grande maioria vir acompanhado pela família e amigos, reflete-se, também, na forma como a viagem foi planeada e organizada (ver gráfico 15), pois a maior parte das viagens, 49% (n=75), são organizadas pelo próprio e 39,2% (n=60) em grupo.

Gráfico 14: Só ou acompanhado na visita ao



Fonte: elaboração própria

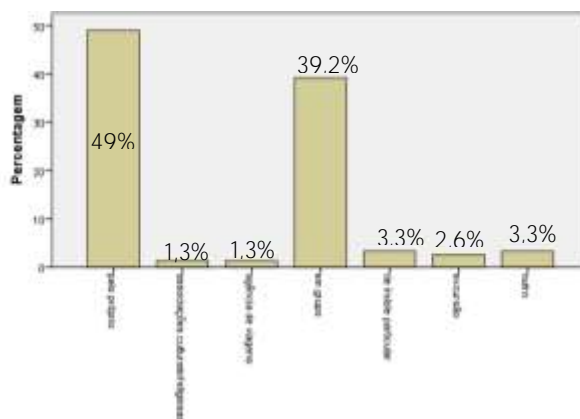
Gráfico 13: Companhia na visita ao Santuário



Fonte: elaboração própria

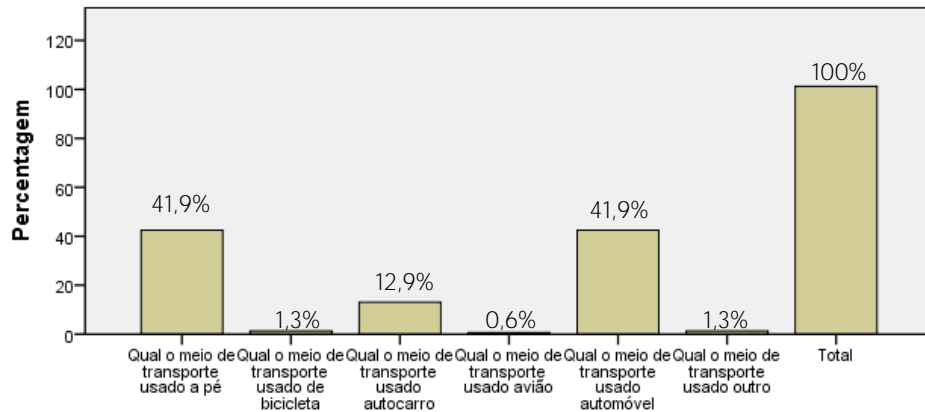
Neste caso, 2,6% (n=4) afirma que as viagens são organizadas em excursão, 1,3% (n=2) por associações culturais/religiosas e agências de viagens. Esta situação reflete-se no meio de transporte mais utilizado (gráfico 16), pois a maior parte, 41,9% (n=65), vai de automóvel, 41,9% (n=65) deslocam-se a pé e 12,9% (n=20) de autocarro, revelando a importância do passa-palavra entre família e amigos e da repetição da visita.

Gráfico 15: Responsáveis pela organização da viagem



Fonte: elaboração própria

Gráfico 16: Meio de transporte utilizado pelos peregrinos/visitantes



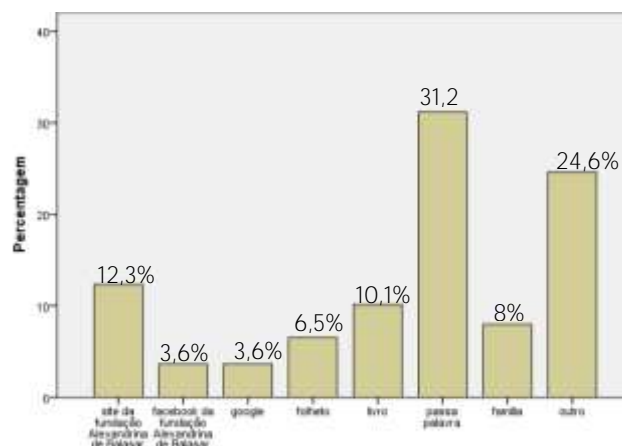
Fonte: Elaboração própria

### 3.5.4 – Fontes de informação sobre o Santuário Alexandrina de Balasar.

Conhecer as fontes de informação turística, que os inquiridos procuram e usam são fundamentais no planeamento e organização da viagem turística e, assim, vai-se ao encontro do objetivo específico 1.3 e da proposição 4.

No que diz respeito à forma como foi procurada informação, verifica-se no gráfico 17, que o passa-palavra com 31,2% (n=43) é a principal fonte de informação, seguindo-se os que responderam de outra forma com 24,6% (n=34), os que consultaram o site da Fundação Alexandrina de Balasar com 12,3% (n=17), os que viram em livros 10,1% (n=14), os que obtiveram na família com 8% (n=11), os que viram em folheto 6,5% (n=9) e os que procuraram no Google e no Facebook da fundação 3,6% (n=5), cada. Como as viagens são maioritariamente realizadas em família e amigos, pode ser natural o passa-palavra, porque as pessoas conhecem-se. No entanto, destaca-se a relevância que a procura de informação no website começa a ter.

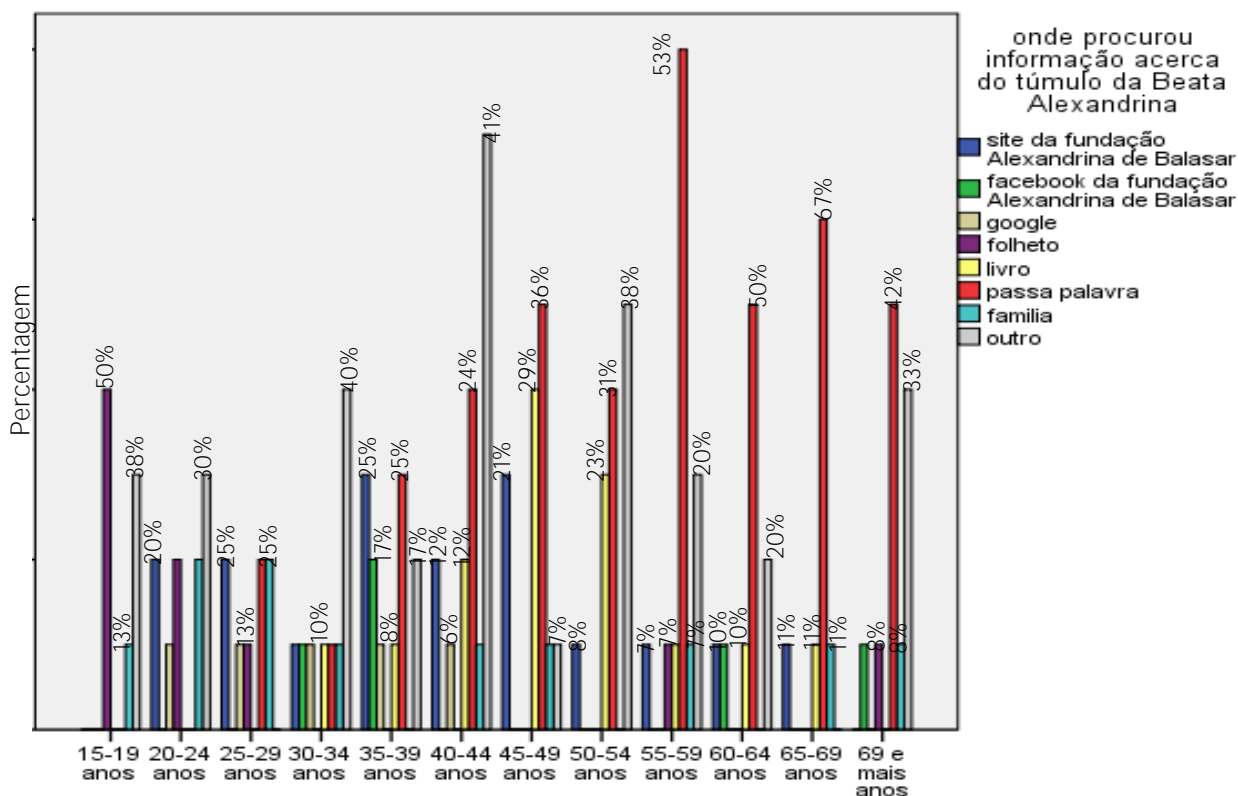
Gráfico 17: Onde procuram informação



Fonte: Elaboração própria

Quando cruzada a variável “idade” com a variável “fonte de informação” (gráfico 18), verifica-se que existem diferenças em função da idade e da fonte de informação. Constata-se que os inquiridos entre os 15-19 anos encontraram informação maioritariamente em folhetos, os que têm entre 20-24 anos, 30-34 anos, 40-44 anos e 50-54 anos, procuraram sobretudo em “outros” não discriminados no inquérito. A faixa etária entre 25-29 anos procuram principalmente na família e através do passa-palavra. Os que têm idade entre 35-39 anos, 45-49 anos, 55-59 anos, 60-64 anos, 65-69 anos e 69 e mais anos procuraram informação através do passa-palavra. No fundo, verifica-se que a partir dos 35 anos, o passa-palavra, os livros e o site da Fundação são as principais fontes de informação, enquanto os mais novos, entre os 15 e os 44, recorrem mais aos folhetos, ao site e à página do Facebook da Fundação, à família e ao passa-palavra.

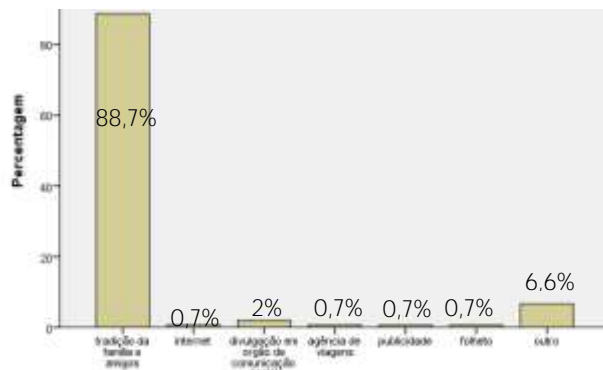
Gráfico 18: Idade vs onde Fonte de informação acerca do túmulo da Beata



Fonte: Elaboração própria

Quando questionados sobre a forma como tomaram conhecimento sobre o Santuário, constata-se, no seguimento dos resultados anteriores, através do gráfico 19 que, 88,7% (n=134) teve através da tradição da família/amigos e 6,6% (n=10) obteve de outra forma. No entanto, de forma muito residual, 2% (n=3), obteve através da divulgação em órgãos da comunicação social e 0,7% (n=1) através da internet, agência de viagens, publicidade e folheto.

Gráfico 19: Método de tomar conhecimento do túmulo da Beata



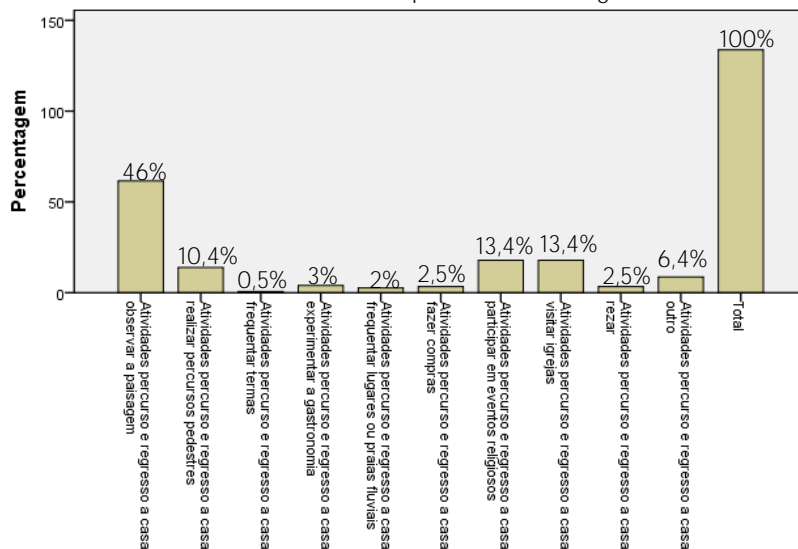
Fonte: Elaboração própria

### 3.5.5 - Atividades desenvolvidas

Tendo como ponto de partida o sistema turístico de Leiper (1979), é relevante conhecer as possíveis atividades desenvolvidas durante a viagem nas regiões de trânsito, ou seja, desde a região emissora até à região recetora e vice-versa, para ir ao encontro do objetivo específico 1.4 e da proposição 5.

No que concerne às atividades desenvolvidas durante o percurso até chegar ao Santuário Alexandrina de Balasar e posteriormente, aquelas que se realizam no regresso a casa, verifica-se, (ver gráfico 20), que quase metade dos inquiridos, 46% (n=93), salienta que observa a paisagem, 13,4% (n=27) visita igrejas e com a mesma percentagem participa em eventos religiosos e 10,4% (n=21) realiza percursos pedestres. De forma residual, destacam-se 6,4% (n=13) dos inquiridos que praticam outra atividade, 3% (n=6) experimenta a gastronomia local, 2,5% (n=5) faz compras, 2,5% (n=5) reza, 2% (n=4) frequenta lugares ou praias fluviais e por fim 0,5% (n=1) frequenta termas.

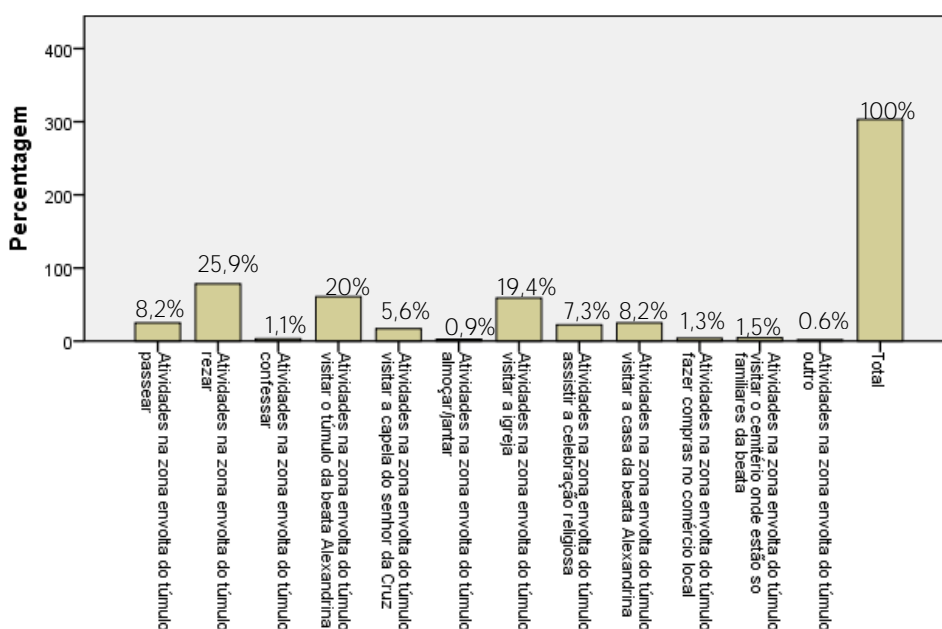
Gráfico 20: Atividades realizadas no percurso e de regresso a casa



Fonte: Elaboração própria

Ao nível as atividades desenvolvidas no Santuário Alexandrina de Balasar, o panorama é distinto do anterior. Consta-se através do gráfico 21 que, 25,9% (n=120) dos inquiridos reza, 20% (n=93) visitam o túmulo da Beata Alexandrina e 19,4% (n=90) visitam a igreja. Das atividades menos desenvolvidas salienta-se que apenas 8,2% (n=38) dos inquiridos visita a casa da Beata e com a mesma percentagem passeia, 7,3% (n=34) assiste a celebrações religiosas que estejam a ocorrer, 5,6 % (n=26) visita a capela do senhor da cruz, 1,5% (n=7) visita o cemitério onde estão sepultados os familiares da Beata, 1,3% (n=6) faz compras no comércio local, 1,1% (n=5) realiza o sacramento da confissão, 0,6% (n=3) faz outra atividade e 0,9% (n=4) assume que almoça/janta.

Gráfico 21: Atividades realizadas na zona envolta do túmulo



Fonte: Elaboração própria

### 3.5.6 - Infraestruturas adequadas

Nesta secção pretende-se averiguar a opinião dos inquiridos acerca da adequabilidade das infraestruturas do Santuário Alexandrina de Balasar, para ir ao encontro do objetivo específico 1.5 e da proposição 6.

A questão número oito do questionário pretendia apurar o grau de concordância, tendo em conta uma escala de Likert (1-discordo totalmente; 2- discordo; 3- nem discordo nem concordo; 4-concordo e 5- concordo totalmente) atribuída às condições necessárias no Santuário Alexandrina de Balasar, tais como vias de comunicação, higiene, segurança,

qualidade do alojamento e restauração, acessibilidades, atividades, entre outros (tabela 8).

Tabela 8: Análise dos dados da questão nº8 do questionário

Itens	1		2		3		4		5	
	% válida	N	% válida	N	% válida	N	% válida	N	% válida	N
8.1	3,3	5	11,1	17	24,2	37	51	78	10,5	16
8.2	2,6	4	13,7	21	24,8	38	46,4	71	12,4	19
8.3	2,6	4	0,7	1	5,2	8	60,8	93	30,7	47
8.4	2	7	8,5	13	47,7	73	35,3	54	6,5	10
8.5	2,6	4	2	3	39,9	61	38,6	59	17	26
8.6	2	3	0,7	1	7,8	12	49	75	40,5	62
8.7	2	3	3,3	5	15,7	24	56,2	86	22,9	35
8.8	0,7	1	1,3	2	2,6	4	52,3	80	43,1	66
8.9	2,6	4	2,6	4	26,1	40	49,7	76	19	29
8.10	1,3	2	2	3	13,7	21	48,4	74	34,6	56
8.11	1,3	2	1,3	2	11,1	17	56,9	87	29,4	45
8.12	2	3	3,9	6	11,8	18	61,4	94	20,9	32
8.13	1,3	2	5,2	8	13,1	20	54,2	83	26,1	40
8.14	2,6	4	33,3	51	32,7	50	26,8	41	4,6	7

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à adequabilidade da sinalização na faixa rodoviária (8.1), cerca de metade 51% (n=78) dos inquiridos concorda que é adequada mas 24,2% (n=72) não tem uma opinião definida. No mesmo sentido, quanto ao nível de satisfação da sinalização (8.2), salienta-se que 46,4% (n=71) concorda e 24,8% (n=38) nem discorda nem concorda. Estes dados revelam que há sinalização adequada e satisfatória para informar e guiar os peregrinos/visitantes ao Santuário Alexandrina de Balasar, mas que também poderá melhorar.

Quanto há existência de higiene e limpeza no Santuário Alexandrina de Balasar (8.3), os inquiridos estão satisfeitos, porque 60,8% (n=93) concorda e 30,7% (n=47) concorda totalmente. Este é um aspeto importante, pois está relacionado com diversos domínios, desde asseios públicos, ruas e becos, e também nos espaços afetos ao comércio e restauração, demonstrando higiene e limpeza dos espaços públicos.

Ao nível dos serviços de restauração serem adequados às necessidades dos peregrinos/visitantes (8.4), constata-se que cerca de metade não tem uma opinião

concreta 47,7% (n=73), e apenas 35,3% (n=54) concorda. Estes resultados podem traduzir o facto de 97,4% estar entre 1 a 4 horas no Santuário, não almoçarem no local e das principais atividades que realizam serem rezar, visitar o túmulo da Beata Alexandrina, a Igreja e a Casa Museu da Beata Alexandrina.

A respeito da existência de alojamento ser essencial para aumentar o número de peregrinos/visitantes (8.5), 39,9% (n=61) não tem uma opinião concreta, pois nem discorda nem concorda, mas 38,6% (n=59) concorda que possa contribuir para aumentar o número de peregrinos/visitantes. Nesta questão, os inquiridos, talvez, não possuem uma posição clara.

No que respeita à importância da existência de estacionamento perto do Santuário (8.6) é claramente considerada como fundamental, pois 49% (n=75) concorda e 40,5% (n=62) concorda totalmente. Estes resultados poderão estar relacionados com o facto de a maior parte dos inquiridos virem de automóvel, sendo necessário a existência de parques de estacionamento perto do Santuário.

Acerca da acessibilidade da informação no Santuário (8.7) a maioria concorda, 56,2% (n=86) e 22,9% (n=35) concorda totalmente. No mesmo sentido, 52,3% (n=80) concorda e 43,1% (n=66) concorda totalmente que é necessário a existência de tranquilidade para uma boa visita ao túmulo (8.8). Aliás, a tranquilidade é considerada essencial para quem visita lugares sagrados e igrejas com o objetivo de rezar e orar.

A respeito do funcionamento dos serviços de apoio (8.9), a maior parte, 49,7% (n=76) concorda e 19% (n=29) concorda totalmente. Mas no que concerne à contribuição de um parque de merendas (8.10) para aumentar as visitas, conclui-se que 48,4% (n=74) concorda e 34,6% (n=56) concorda totalmente.

O mesmo se verifica no item, acerca da realização de eventos religiosos na freguesia para atrair maior número de peregrinos/visitantes (8.11), pois 56,9% (n=87) concorda e 29,4% (n=45) concorda totalmente. Poderão contribuir para atrair e manter os peregrinos/visitantes mais tempo no Santuário para disfrutarem da visita.

Relativamente à importância da possível existência de visitas guiadas (8.12), a grande maioria concorda, 61,4% (n=94), e 20,9% (n=32) concorda totalmente, pois poderá contribuir para uma melhor compreensão da história da Beata Alexandrina e do Santuário.

Quando questionados sobre o facto de se vir a realizar outras atividades ao longo do ano ser fator para se visitar novamente (8.13), 54,2% (n=83) respondeu concordar e 26,1% (n=40) concordar totalmente. A realização de várias atividades ao longo do ano poderá não só, contribuir para atrair mais peregrinos/visitantes, como distribuir melhor, ou seja, diminuir a sazonalidade.

No que concerne aos acessos para pessoas com mobilidade reduzida ser suficiente (8.14), a opinião dos inquiridos é um pouco diversa, pois 33,3% (n=51) discorda, 32,7% (n=50) nem discorda nem concorda e 26,8% (n=41) concorda. Conclui-se, que talvez o santuário devesse melhorar as acessibilidades para pessoas com mobilidade reduzida, de forma a terem acesso mais facilitado às principais zonas a visitar.

Procurou-se ainda, perceber o grau de concordância dos inquiridos relativamente às condições que o Santuário oferece ao peregrino/visitante (tabela 9). Como se pode verificar na tabela 9, a média dos itens varia entre os 3,36 e os 4,36 com exceção de um deles acerca do número de acessos para pessoas com mobilidade reduzida ser suficiente (média de 2,97), o que representa uma opinião bastante favorável dos inquiridos sobre as condições que estão à sua disposição no Santuário.

Tabela 9: Condições existentes no Santuário e na zona envolvente

Itens	Média	Desvio Padrão
Considero a sinalização adequada para a faixa rodoviária	3,54	.939
Sinto-me satisfeito com a sinalização colocada na faixa rodoviária.	3,52	.967
Considero que existe higiene e limpeza no túmulo e na zona envolvente ao túmulo.	4,16	.773
Os serviços de restauração encontram-se adequados às necessidades dos visitantes.	3,36	.808
Considero que a existência de alojamento é essencial para aumentar o número de visitantes.	3,65	.876
A zona de estacionamento é importante para que os visitantes queiram visitar o túmulo da Beata Alexandrina.	4,25	.791
Na minha opinião a informação está acessível.	3,95	.833
Julgo que a tranquilidade é essencial para uma boa visita ao túmulo.	4,36	.665
Os serviços de apoio funcionam.	3,80	.869
A existência de um parque de merendas pode contribuir para aumentar as visitas ao túmulo da Beata.	4,13	.817
A celebração de eventos religiosos na freguesia faz com que os visitantes se desloquem em maior quantidade nesses dias.	4,12	.752
Considero importante a existência de visitas guiadas tanto na zona interior como exterior ao túmulo.	3,95	.814
O facto de se vir a realizar outras atividades (culturais, religiosas, concertos de música, conferências) ao longo do ano, seria fator para visitar novamente.	3,99	.851
Considero que o número de acessos para pessoas com mobilidade reduzida é suficiente.	2,97	.946

Fonte: Elaboração própria

A tabela 10 apresenta os dados recolhidos da questão número nove do questionário, relativamente ao nível de satisfação das infraestruturas e serviços do Santuário. Esta foi aplicada tendo em conta uma escala de Likert (1-péssima; 2-má; 3-razoável; 4-boas; 5- muito boa e 6- não aplicável).

Tabela 10: Análise dos dados da questão nº9 do questionário

Itens	1		2		3		4		5		6	
	% válida	N	% válida	N	% válida	N	% válida	N	% válida	N	% válida	N
9.1	-	-	3,9	6	32	49	37,9	58	11,8	18	14,4	22
9.2	2	3	4,6	7	29,4	45	30,1	46	9,2	14	24,8	38
9.3	-	-	0,7	1	25,5	39	39,2	60	9,8	15	24,8	38
9.4	1,3	2	3,3	5	14,4	22	27,5	42	9,8	15	43,8	67
9.5	-	-	4,6	7	24,2	37	24,8	38	8,5	13	37,9	58
9.6	0,7	1	5,2	8	23,5	36	20,3	31	7,2	11	43,1	66
9.7	0,7	1	3,9	6	27,5	42	32	49	18,3	28	17,6	27
9.8	1,3	2	2,6	4	16,3	25	46,4	71	15	23	18,3	28
9.9	0,7	1	7,2	11	22,2	34	40,5	62	17,6	27	11,8	18
9.10	-	-	2,6	4	19,6	30	43,1	66	21,6	33	13,1	20
9.11	0,7	1	-	-	7,8	12	54,2	83	28,1	43	9,2	14

Fonte: Elaboração própria

Quanto ao parque de estacionamento (9.1), quase todos estão satisfeitos, pois 37,9% (n=58) considera bom, 32% (n=49) razoável e 11,8% (n=18) muito bom, que vem ao encontro dos valores das respostas 8.1 e 8.2 referidas acima. Este aspeto é bastante reconhecido, pois existe uma extensa área de espaços livres reservada para o estacionamento, próxima do Santuário.

Relativamente aos WC'S (9.2), a maior parte refere a sua satisfação, pois 30,1% (n=46) salienta que são bons, 29,4% (n=45) dos inquiridos referem serem razoáveis enquanto 24,8% (n=38) diz não lhes ser aplicável, talvez por não os terem usado.

No que concerne à loja de objetos religiosos (9.3), verifica-se também um bom nível de satisfação, porque, 39,2% (n=60) considera ser boa e 25,5% (n=39) considera ser razoável. No entanto 24,8% (n=38) refere não lhes ser aplicável, porque não foi à loja de objetos religiosos.

Ao item serviços de apoio ao peregrino/visitante (9.4), 43,8% (n=67) refere que não lhes é aplicável, porque provavelmente não usou. Por outro lado, cerca de metade dos inquiridos, 27,5% (n=42), que talvez tenham usado os serviços de apoio ao peregrino/visitante consideram bons, 14,4 % (n=22) refere ser razoável e 9,8% (n=15) considera muito bom.

No que se refere ao estabelecimento de bebidas/cafetaria (9.5), há uma determinada percentagem de peregrinos/visitantes, 37,9% (n=58), que não recorreram, enquanto os restantes que usaram, 24,8% (n=38), considera o seu nível de satisfação como bom, 24,2% (n=37) razoável e 8,5% (n=13) muito bom. Praticamente se verifica o mesmo com os estabelecimentos de restauração (9.6), onde 43,1% (n=66) dos inquiridos não utiliza, 23,5% (n=36) considera o seu nível de satisfação como razoável, 20,3% (n=31) considera bom e 7,2% (n=11) muito bom. Estes resultados vão ao encontro, dos que em cima consideraram os estabelecimentos de restauração adequados.

Quanto à segurança (9.7), a maior parte sente-se satisfeita, pois 32% (n=49) considera que é boa, 27,5% (n=42) refere que é razoável e 18,3% (n=28) muito boa. De salientar que o sentimento de segurança principalmente num Santuário, é fundamental para que o peregrino/visitante se sinta bem, sem medo, de por exemplo ser assaltado, para poder rezar, visitar o túmulo e assistir às celebrações. Este aspeto talvez possa contribuir para o seu retorno.

Relativamente à urbanização e espaços verdes (9.9), os resultados demonstram que uma grande percentagem está satisfeita, uma vez que, 40,5% (n=62) afirma que é bom, 22,2% (n=34) refere razoável e 17,6% (n=27) considera muito bom.

Ao nível do acolhimento dos peregrinos/visitantes no Santuário, a grande maioria dos participantes está muito satisfeita, visto que 43,1% (n=66) afirma que o acolhimento no santuário é bom (9.10), 21,6% (n=33) refere ser muito bom e 19,6% (n=30) considera ser razoável. No mesmo sentido, se refletem os resultados relativos ao ambiente onde 54,2% (n=83) refere que o ambiente é bom e 28,1% (n=43) refere que é muito bom. Estes resultados demonstram que o Santuário terá algum cuidado em criar condições para que os peregrinos/visitantes se sintam bem acolhidos, num ambiente limpo e seguro.

A tabela 11 evidencia o grau de concordância quanto ao nível de satisfação dos inquiridos. A média em todos os itens varia entre 4,01 e os 4,73, o que representa um nível

de satisfação dos inquiridos muito bom relativamente às infraestruturas e serviços que utilizaram.

Tabela 11: Infraestruturas e serviços utilizados

Itens	Média	Desvio Padrão
Parque de estacionamento	4,01	1,085
WC's	4,14	1,315
Loja de objetos religiosos	4,33	1,129
Serviços de apoio ao peregrino/visitante	4,73	1,314
Estabelecimento de bebidas/cafetaria	4,51	1,333
Estabelecimento de restauração	4,58	1,408
Segurança	4,16	1,167
Oferta religiosa	4,26	1,099
Urbanização e espaços verdes	4,03	1,106
Acolhimento no santuário	4,23	.997
Ambiente no santuário	4,37	.809

Fonte: Elaboração própria

A validade de um instrumento de medida assegura que os seus itens abrangem e representam adequadamente o que se quer medir. Existem diversas técnicas e testes estatísticos que se podem utilizar, tal como a análise fatorial. Assim, realizou-se uma análise fatorial dos principais itens anteriormente apresentados, com o objetivo de descobrir possíveis combinações de variáveis (fatores) que expliquem as correlações entre todos os pares das variáveis. Para aplicação e validação desta técnica é necessário avaliar as correlações entre as variáveis para compreender sobre a legitimidade de realizar uma análise fatorial (Antunes, Barroco & Dias, 2016).

O teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) é uma técnica estatística que varia entre 0 e 1, e indica a proporção da variabilidade dos dados poder ser considerada comum a todas as variáveis. O valor de (KMO= .854) indica a adequação dos dados para a análise fatorial, que é considerada de nível boa. O KMO e o teste de Bartlett são dois procedimentos estatísticos que permitem avaliar a qualidade das correlações entre as variáveis, sendo o teste de Bartlett usado para confirmar a significância. Neste caso, o teste de Bartlett, que testa a hipótese nula de a matriz de correlação ser uma matriz identidade, apresenta o valor 997,430 e uma probabilidade associada de .000, o que rejeita a hipótese nula de a matriz de correlações ser uma matriz identidade (ver apêndice A - tabelas 13 e 14) (Antunes et al, 2016). Estes testes mostram que as 14 variáveis da pergunta 8 são adequadas para se realizar uma análise fatorial.

De forma a conseguir-se fazer uma boa interpretação dos fatores, efetuou-se uma rotação dos eixos utilizando o método varimax. A proporção de variância explicada pelas componentes mantém-se constante, distribuindo-se apenas de modo distinto para que sejam potencializadas as diferenças entre as combinações das variáveis, ampliando as que mais contribuem para a formação do fator e reduzindo os pesos das que menos contribuem. Na tabela 15 (ver apêndice A) são apresentados os pesos das variáveis em cada fator.

O fator 1, considerado o mais importante, é composto pelas variáveis V3, V7, V9, V6, V12, V13, V8, V11 e V10 que consistem nos serviços colocados à disposição dos peregrinos/visitantes. O fator 2 é composto pelas variáveis V1, V2, V4, referente à sinalização na faixa rodoviária e aos restaurantes. O fator 3 é composto pela variável V14 que diz respeito às acessibilidades para as pessoas com mobilidade reduzida. Esta análise mostra bem a importância das condições colocadas à disposição do peregrino/visitante no Santuário e na sua zona envolvente para que este se sinta bem e queira regressar.

Relativamente à pergunta 9 do questionário (nível de satisfação das infraestruturas e serviços do Santuário) verifica-se que o valor de (KMO= .841) indica a adequação dos dados para a análise fatorial, que considera a análise de nível boa. Quanto ao teste de Bartlett, que testa a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz identidade, apresenta o valor 593,748 e uma probabilidade associada de .000, o que rejeita a hipótese nula de a matriz de correlações ser uma matriz identidade (ver apêndice A- tabelas 16 e 17) (Antunes et al. 2016). Estes testes mostram que as 11 variáveis da pergunta 9 são adequadas para se realizar uma análise fatorial.

Posteriormente foi realizado o método de varimax, como anteriormente referido. Através da tabela 18 (ver apêndice A) podem ser visualizados os pesos das variáveis em cada fator.

O fator 1, considerado o mais importante, é composto pelas variáveis V1, V2, V3, V4, V5 e V6 referem-se aos serviços que os peregrinos/visitantes podem usufruir. O fator 2 é composto pelas variáveis V8, V7, V9, V11 e V10 referentes a aspetos relacionados com o Santuário. Esta análise apresenta de forma clara a importância dos serviços e das características do Santuário para os peregrinos/visitantes que se deslocam até aqui.

Os dados foram também tratados através de um teste não paramétrico, que se designa de Mann-Whitney (Tabela 12) e tem como objetivo comparar o centro de

localização de duas amostras independentes procurando encontrar distinções entre dois grupos correspondentes (Gageiro & Pestana, 2008). O objetivo será visualizar se existem diferenças no grau de concordância entre a variável género com as variáveis da pergunta 8 e 9.

Tabela 12: Teste de Mann-Whitney

Itens	Significância Assint. (Bilateral)
Considero a sinalização adequada para a faixa rodoviária	,118
Sinto-me satisfeito com a sinalização colocada na faixa rodoviária	,011
Considero que existe higiene e limpeza no túmulo e na zona envolvente ao túmulo	,580
Os serviços de restauração encontram-se adequados às necessidades dos visitantes	,530
Considero que a existência de alojamento é essencial para aumentar o número de visitantes	,003
A zona de estacionamento é importante para que os visitantes queiram visitar o túmulo da beata Alexandrina	,094
Na minha opinião a informação está acessível	,635
Julgo que a tranquilidade é essencial para uma boa visita ao túmulo	,324
Os serviços de apoio funcionam	,330
A existência de um parque de merendas pode contribuir para aumentar as visitas ao túmulo da beata	,014
A celebração de eventos religiosos na freguesia faz com que os visitantes se desloquem em maior quantidade nesses dias	,071
Considero importante a existência de visitas guiadas tanto na zona interior como exterior ao túmulo	,003
O facto de se vir a realizar outras atividades (culturais, religiosas, concertos de música, conferências) ao longo do ano seria fator para visitar novamente	,001
Considero que o número de acessos para pessoas com mobilidade reduzida é suficiente	,509
Parque de estacionamento	,734
Wc's	,866
Loja de objetos religiosos	,120
Serviço de apoio ao peregrino/visitante	,324
Estabelecimento de bebidas/cafetaria	,029
Estabelecimento de restauração	,074
Segurança	,880
Oferta religiosa	,590
Urbanização e espaços verdes	,828
Acolhimento no santuário	,057
Ambiente no santuário	,654

Fonte: Elaboração própria

A significância assintótica (p-value) menores que 0,05 significa que o teste é significativo, havendo diferenças no grau de concordância entre o género. Assim, constata-se diferenças no grau de concordância entre o género com a questão de se sentir satisfeito com a sinalização colocada na faixa rodoviária (p-value=,011<0,05). Existem também diferenças no grau de concordância entre o género com a questão se considera a existência de alojamento essencial para aumentar o número de visitantes (p-value= ,003<0,05). Há diferenças também no grau de concordância entre o género com a questão se considera que a existência de um parque de merendas pode contribuir para aumentar as visitas ao Santuário Alexandrina de Balasar (p-value=.014<0,05). Verificou-se também distinções no grau de concordância entre o género com a questão relativa à importância das visitas guiadas (p-value= ,003<0,05). Visualiza-se na tabela 12, diferenças no grau de concordância entre o género com a questão sobre o facto de se vir a realizar outras atividades (culturais, religiosas, concertos de música, conferências) ao longo do ano seria fator para visitar novamente (p-value=.001<0,05). Por último, constata-se que existem diferenças no grau de concordância entre o género com a questão acerca dos estabelecimentos de bebida/cafetaria (p-value= ,029<0,05). No capítulo seguinte apresentam-se os resultados qualitativos.

### **3.6 - Estudo qualitativo**

Neste ponto pretende-se conhecer o perfil do peregrino/visitante, na ótica de seis entrevistados relacionados com o Santuário e a Beata Alexandrina, referente à análise documental, da observação não participante e dos registos no diário, tendo em conta o objetivo geral e os cinco objetivos específicos.

#### **3.6.1 - Caracterização do perfil dos peregrinos/visitantes**

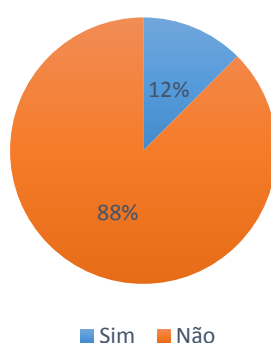
Nesta secção pretende-se identificar o perfil dos peregrinos/visitantes na perspectiva dos entrevistados e de informação fornecida por eles, para ir ao encontro do objetivo geral deste estudo.

Segundo os entrevistados, maioritariamente deslocam-se ao Santuário mulheres e homens com crianças, em família, alguns adolescentes, jovens e pessoas com elevado nível intelectual, mas também se destacam a “gente simples do povo” e os idosos, que se encontram em lares e centros de dia, de concelhos vizinhos.

- “(…) homens e mulheres, jovens e adultos, crianças, adolescentes tudo passa por aqui (…)”.
- “(…) pessoas intelectuais, mas também temos (…) gente simples do povo (…)”.
- “(…) idosos (…) , os lares de 3ª idade, os centros de dia vêm aqui (…)”. (E1)
- “Mais idosos do que jovens, normalmente casais. (...). Os jovens não ligam tanto (...)”. (E3)

Observando os dados fornecidos pela Fundação, verifica-se que a maior parte, 88%, dos peregrinos/visitantes nacionais estiveram mais do que uma vez a visitar o Santuário, enquanto 12% afirma ser a primeira vez (gráfico 22).

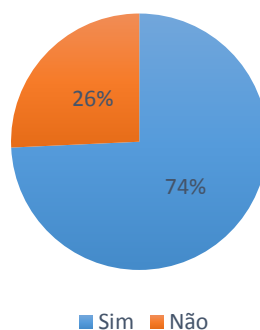
Gráfico 22: Primeira visita dos peregrinos/visitantes nacionais no Santuário Alexandrina de Balasar, segundo o Santuário



Fonte: Elaboração própria

Por outro lado, relativamente aos peregrinos/visitantes internacionais (gráfico 23) constata-se que a maior parte, 74%, visita o Santuário pela primeira vez, face a 26% que já realizou mais do que uma visita. Esta situação compreende-se, visto a distância ser longa e o meio de transporte mais limitado.

Gráfico 23: Primeira visita dos peregrinos/visitantes internacionais no Santuário Alexandrina de Balasar, segundo o Santuário



Fonte: Elaboração própria

Os peregrinos deslocam-se principalmente em grupo, mas também individualmente, destacando-se aqueles que vêm a pé, para cumprir as suas promessas. Nos estrangeiros salientam-se principalmente os idosos, que vêm de autocarro, em grupo e que nos restaurantes pedem menus de preço fixo, enquanto os que vêm de carro, em geral optam por pedir através da lista/ementa do restaurante. Nas casas de objetos religiosos, para além de comprarem Terços da Beata Alexandrina e livros sobre ela, também compram alguma coisa relacionado com Fátima.

“(...) vem em grupos, individualmente, famílias (...)”. (E1)

“(...) vem mais estrangeiros (...)”. (E3)

“Relativamente aos estrangeiros são mais idosos (...)”.

“(...) A pé vem muita gente jovem (...)”.

“(...) vêm em grandes grupos (...)”. (E2)

“De carro pedem à lista, de autocarro pedem menu, (...)”. (E3)

“Compravam coisas sobre Fátima. Terços de Alexandrina, livros da Alexandrina.” (E2)

Enquanto a Beata Alexandrina era viva, rapidamente as pessoas, ao ouvirem falar dela, começaram a deslocar-se cada vez mais em grande número, criando-se longas filas, para a conhecer. Apesar de, em Portugal, segundo a Conferência Episcopal, o número de pessoas que frequenta a Eucaristia estar a diminuir, no caso do Santuário Alexandrina de Balasar, esta situação não se verifica, muito pelo contrário, tem vindo a aumentar.

“(...) era muita gente, onde agora está o centro, estavam em fila desde lá até à casa dela (...)”.

“(...) a prática está a diminuir em Portugal, mas aqui, não se nota muito a diminuição, (...)”. (E1)

Na opinião dos entrevistados, o número de peregrinos/visitantes a deslocarem-se até ao Santuário Alexandrina de Balasar, assim como a frequentar a Eucaristia situa-se nos milhares. Apesar de muita gente da freguesia assistir à Eucaristia, verifica-se que vem muitas pessoas de outros locais. O aumento da procura de peregrinos/visitantes levou a projetar a criação de uma nova Basílica, num terreno relativamente mais próximo da Casa Museu da Beata Alexandrina.

“(...) vem muita gente de Balasar à missa, mas vem muitíssima de fora. Nós temos uma média posso dizer 280 mil a 290 mil pessoas a participar na Eucaristia, dados que temos do ano passado (...)”.

(E1)

“(...) com o novo Santuário teremos muito mais visitantes (...)”. (E5)

Estes peregrinos/visitantes deslocam-se ao Santuário durante a semana, principalmente entre abril e outubro, sobretudo aos domingos e dias de festa.

“(…) vem durante a semana (…)”.

“(…) abril começa a vir depois no fim de outubro começa a descer (…)”.(E1)

“(…) vem ao Domingo (…)”.(E3)

“(…) temos tido muitas pessoas que comparecem, quer na altura do 25 de abril, quer noutras alturas no fim de semana em que gostam de ir a Balasar (…)”..(E6)

Consideram que o Santuário Alexandrina de Balasar é um Santuário diferente dos demais, uma vez que a afluência de peregrinos/visitantes acontece com regularidade durante o ano, não havendo diferenças significativas relativamente a algum período.

“(…)não é um Santuário que vem de vez enquanto. Por exemplo, há Santuários que tem as suas festas e romarias e acabou. Aqui não, aqui é diário, é todas as semanas (…)”.(E1)

As suas visitas são registadas através de câmaras de videovigilância, que possuem um sistema de contagem e manualmente, feito pelos voluntários e colaboradores do Santuário.

“temos a equipa de acolhimento (…)”.(…) umas máquinas para a contagem (…)”.

“(…) e temos sobretudo também a noção das pessoas que vem (…)”.(E1)

### 3.6.2 – Motivações dos peregrinos/visitantes

Como se constatou no capítulo I, as principais motivações dos peregrinos/visitantes podem ser diversas. Nesta secção pretendemos corresponder ao objetivo específico 1.1 e à proposição 1 para identificar as principais motivações através da opinião manifestada pelos elementos entrevistados.

De facto, segundo os entrevistados, os peregrinos/visitantes deslocam-se até ao Santuário para expor os seus problemas, nomeadamente doenças físicas, psíquicas, problemas psicológicos e do trabalho/emprego e ainda dificuldades escolares.

“(…) todos vêm aqui a colocar as suas dificuldades, os seus problemas, as suas realidades, seja um aspeto de saúde, laboral, de estudos concretamente (…)”.

“(…) chamada doença física, psíquica e o problema do trabalho, do emprego (…)”.

“(…) problemas psicológicos, problemas graves da sua própria vida (…)”.

“(…) vem apresentar problemas, dificuldades de pessoas, que tem tocado Alexandrina (…)”.(E1)

Os peregrinos/visitantes deslocam-se até ao Santuário Alexandrina de Balasar, porque têm fé, para pedir e agradecer os milagres que a Beata Alexandrina lhes concede.

“(…) é a Fé não vem por outro motivo (…)”.(E1)

“(…) para mim é porque ela lhe faz muitos milagres, porque quando lhe pede ela atende (…)”.(E4)

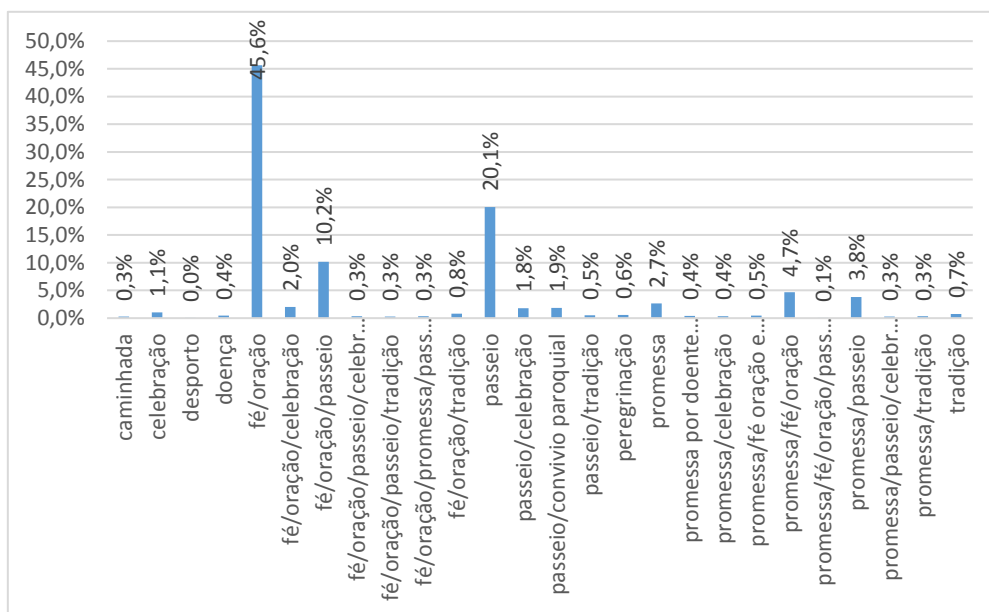
Os peregrinos/visitantes estrangeiros vêm a Balasar, mais precisamente para verem e estarem perto do túmulo da Beata Alexandrina e pela sua Fé. Por outro lado, reconhece-se que o Santuário Alexandrina de Balasar começa a fazer parte de itinerários de turismo religioso, de alguns operadores turísticos e agentes de viagens, entre Fátima, Braga e Santiago de Compostela.

“(…) o peregrino estrangeiro quer, é celebrar, (…)”.

“(…) uma grande parte dos peregrinos estrangeiros vêm a Balasar, porque conhecem Balasar, mas vêm, também, de virem de Fátima. Há aqui uma ligação turística que é Fátima; Balasar; Santiago de Compostela. Balasar não fica esquecido, é interessante (…)”. (E1)

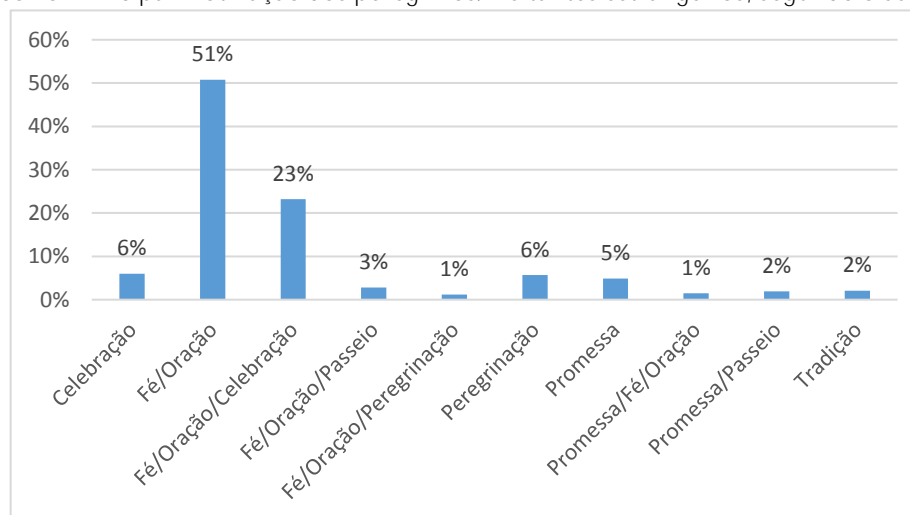
Considerando os dados obtidos pelo Santuário relativos ao ano de 2017 (ver gráfico 24 e 25), verifica-se que a fé/oração (n=7105) e a larga distância o passeio são as principais motivações que levam os peregrinos nacionais e estrangeiros a deslocarem-se até ao Santuário Alexandrina de Balasar.

Gráfico 24: Principal motivação dos peregrinos/visitantes nacionais, segundo o Santuário



Fonte: elaboração própria

Gráfico 25: Principal motivação dos peregrinos/visitantes estrangeiros, segundo o Santuário



Fonte: Elaboração própria

### 3.6.3 - Origem e meio de transporte

Nesta secção tem-se como objetivo averiguar a origem dos peregrinos/visitantes e qual o meio de transporte utilizado, para ir ao encontro do objetivo específico 1.2 e da proposição 2 e 3. Aquando da entrevista realizada ao presidente da Fundação Alexandrina de Balasar, foi-lhe pedida autorização, para aceder aos dados recolhidos pela equipa de acolhimento ao peregrino/visitante, a qual faz voluntariado para a Fundação. Após a receção dos dados, procedeu-se ao seu tratamento para uma melhor análise.

Os peregrinos que vêm em grupo, em geral, fazem a sua inscrição e/ou comunicam à receção do Santuário. Por vezes, os colaboradores do Santuário, quando vêm um grupo que não fez inscrição, procuram saber a sua origem, para registar a informação e poder ajudá-los em algo que necessitem. No entanto, há pessoas que fazem os seus passeios, nos quais está incluída a passagem por Balasar. Estas pessoas vêm sobretudo das regiões de Braga e do Porto.

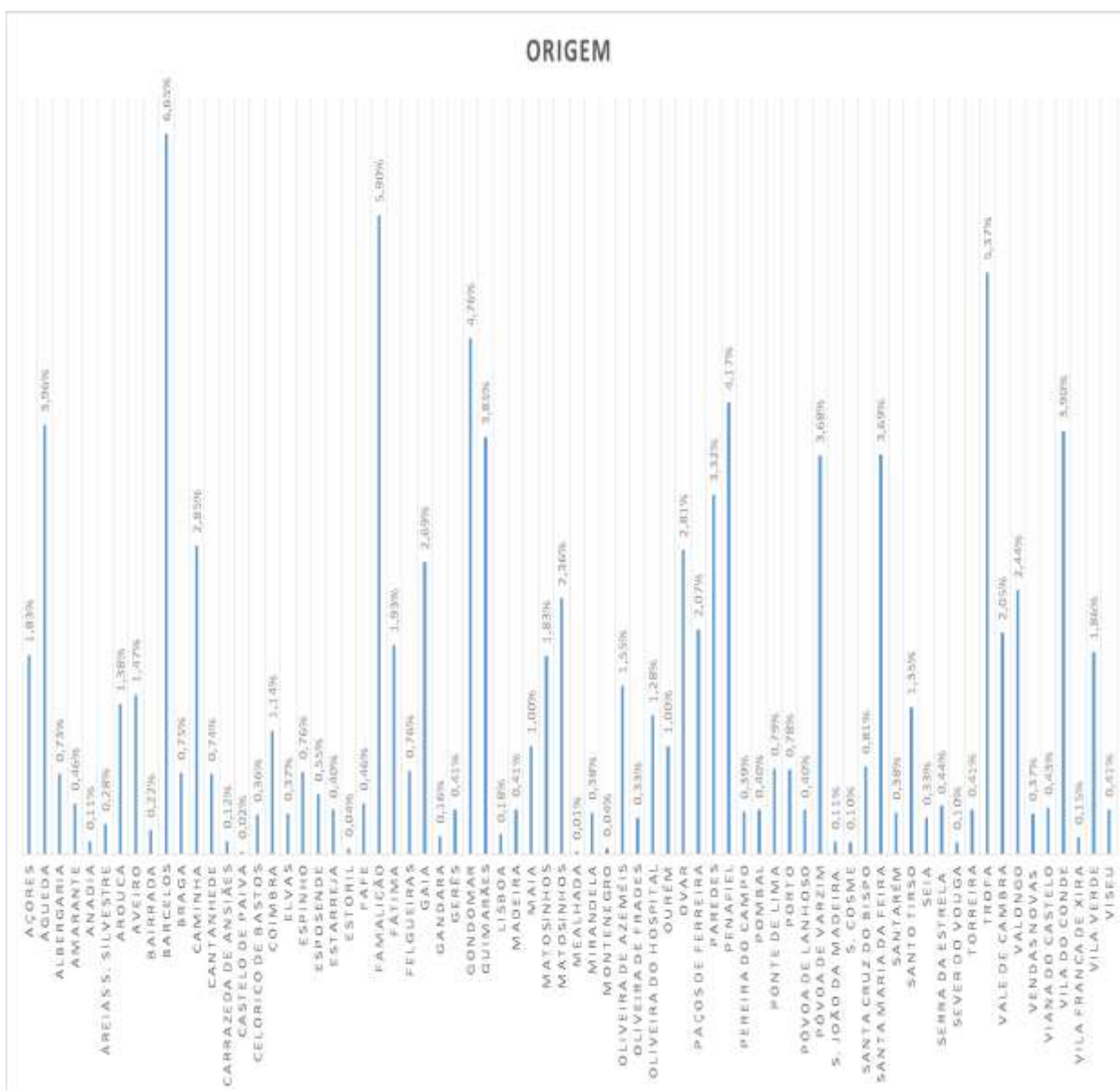
“ (...) nós temos inscrições de peregrinos que vêm em grupo de vários países e de várias dioceses portuguesas”. (E1)

“(...) temos excursões, registadas segundo os dados da fundação, de toda a parte do mundo (...)”. (E5)

“(...) fazem uma viagemzinha muitas vezes em passeios, e vem a Balasar sobretudo das regiões de Braga e do Porto (...). (...) Famalicão é o concelho com mais devotos à Alexandrina (...)”. (E4)

Segundo os dados fornecidos pelo Santuário (ver gráfico 26), que foram recolhidos entre janeiro e dezembro de 2017, verifica-se que os peregrinos nacionais que se inscrevem, vêm da zona Norte, nomeadamente de Barcelos, Vila Nova de Famalicão, Trofa, Gondomar, Penafiel, Águeda, Vila do Conde, Guimarães, Póvoa de Varzim, entre outros.

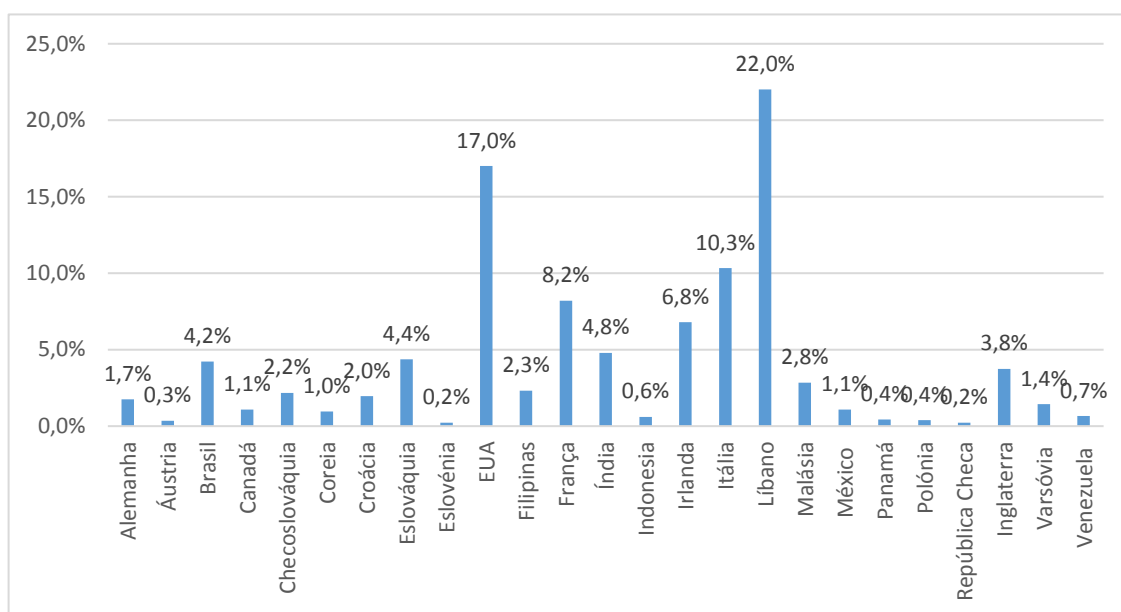
Gráfico 26: Origem dos peregrinos/visitantes nacionais, segundo o Santuário



Fonte: elaboração própria

Relativamente aos peregrinos/visitantes estrangeiros, segundo o gráfico 27, verifica-se que vêm peregrinos de vários países estrangeiros, sobretudo do Líbano, EUA, Itália, Irlanda, França e Índia, entre outros.

Gráfico 27: Origem dos peregrinos/visitantes estrangeiros, segundo o Santuário



Fonte: elaboração própria

Segundo os entrevistados, os peregrinos/visitantes, deslocam-se, nomeadamente através de automóvel, autocarros e a pé, em peregrinação. Os que vêm de autocarro, normalmente vem em excursões, que seguem um determinado roteiro turístico com passagens em diferentes locais.

“(…) transporte particular (….) temos aqui vários autocarros, (….)” (E1)

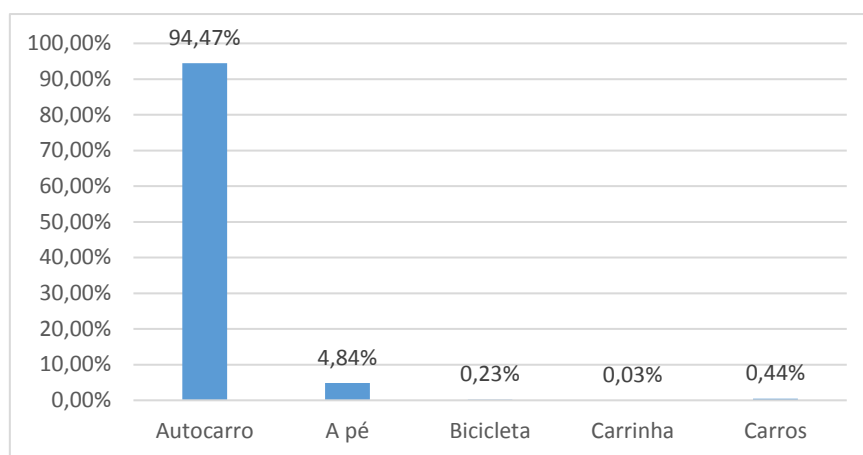
“(…) há muitas pessoas a fazer percursos a pé, em peregrinação para cumprir uma promessa (….)”. (E6)

“Nos autocarros quase sempre vem o casal (….)”. (E3)

“(…) fazem excursões para ir até Balasar (….)”. (E6)

De acordo com a informação recolhida pelo Santuário em 2017, constata-se que a grande maioria dos peregrinos/visitantes nacionais veio de autocarro (n=17.223). Esta situação poderá ocorrer, porque as excursões são viagens organizadas e registam-se no Santuário, face aqueles que vêm de carro e não se registam.

Gráfico 28: Tipo de transporte utilizado pelos peregrinos/visitantes, segundo o Santuário



Fonte: elaboração própria

### 3.6.4 – Fontes de informação sobre o Santuário Alexandrina de Balasar

Nesta secção pretende-se conhecer as fontes de informação que os peregrinos/visitantes recorrem, para ir ao encontro do objetivo específico 1.3 e da proposição 4. Segundo os entrevistados, existem diversas formas de divulgar o Santuário e a Causa da Beata Alexandrina. Muitos peregrinos/visitantes obtêm conhecimento através do “passa-palavra” de outros peregrinos/visitantes que falam e recomendam, das agências de viagens, das placas informativas colocadas na faixa rodoviária e de Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS).

“(…) muitas agências de viagens (…). (…) Instituições Particulares de Solidariedade Social (…). (…) sobretudo através dos peregrinos, do passa-palavra. Há muitos exemplos do passa-palavra, passam, falam e depois vem (…”. (E1)

“A igreja dá os panfletos em várias línguas”. (E2)

“(…) tem bastante placas nas estradas.” (E3)

“(…) a divulgação nos Postos de Informação Turística do Concelho da Póvoa, através dos panfletos da Beata Alexandrina (…”. (E6)

Muitos peregrinos/visitantes também obtêm informação através da leitura de boletins informativos e da internet, sobretudo para consultar o site da Fundação e enviar emails. Realça-se também a presença em feiras de Turismo e no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, aproveitando assim o momento, para difundir o fenómeno.

“(…) temos o site e temos um boletim (…”.)

“(…) eles falam muito através da internet, eles conhecem muito através da internet (…”.(E1)

“(…) através das feiras que a Câmara Municipal participa (…), em Lisboa e no aeroporto Francisco Sá Carneiro onde divulga Balasar (…”. (E5)

De forma a desenvolver e promover o turismo religioso em Balasar, é divulgada informação no site oficial da Fundação, na participação em feiras e em pontos estratégicos como é o caso do Aeroporto Francisco Sá Carneiro. O “passa-palavra” e a distribuição de panfletos são fundamentais para a divulgação da Causa e do Santuário da Beata Alexandrina. Destaca-se também, a criação de um roteiro com a participação de estudantes do Politécnico local, com o objetivo de divulgar especificamente Balasar.

“ (...) através das feiras que a Câmara Municipal tem feito, onde está incluída a freguesia (...) no aeroporto Sá Carneiro a divulgação de Balasar (...)”.(E5)

“ (...) transmissão oral e os panfletos (...) da Beata Alexandrina, porque achamos que elas melhores que nós estão por dentro de todo aquele trabalho e são conhecedoras do assunto e achamos que por direito terá que ser sempre a divulgação que é feita pelos próprios destinos (...)”.

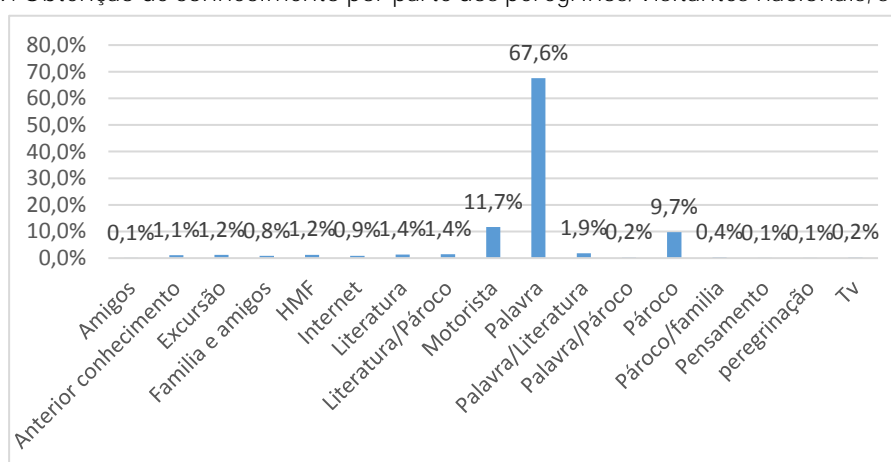
“ (...) num trabalho juntamente com umas estagiárias da escola para fazer um trabalho de divulgação mais aprofundada das obras que foram feitas agora no espaço da Beata Alexandrina e no novo museu padre Francisco Azevedo (...)”. (E6)

O Santuário possui panfletos com informação sobre os pontos de interesse turístico e existem também placas informativas a indicar para esses pontos turísticos.

“Não perguntam aqui, porque a igreja está munida dessa informação. A igreja dá os panfletos em várias línguas”. (E2)

De acordo com os dados do Santuário, a grande maioria dos peregrinos/visitantes nacionais respondeu ter sido através do “passa-palavra” e a uma grande distância o motorista e o pároco.

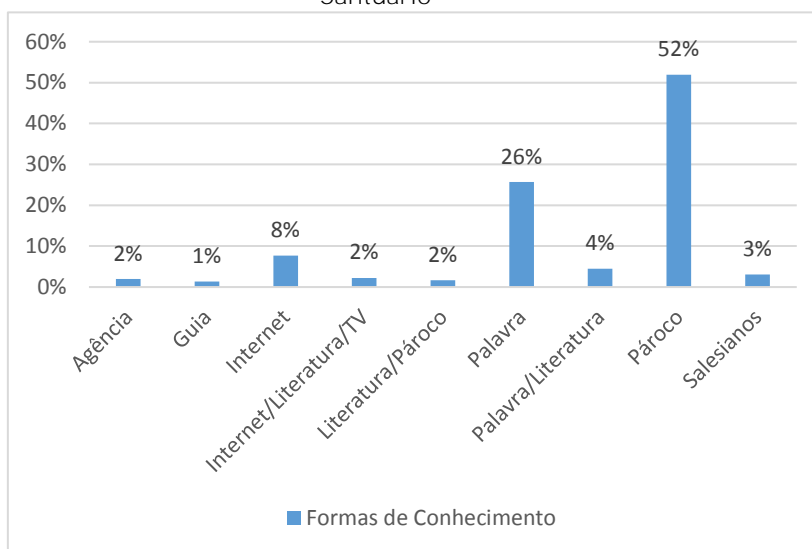
Gráfico 29: Obtenção de conhecimento por parte dos peregrinos/visitantes nacionais, segundo o Santuário



Fonte: elaboração própria

No que diz respeito à forma como os peregrinos/visitantes estrangeiros obtiveram conhecimento sobre o Santuário Alexandrina de Balasar, conclui-se, segundo os dados do Santuário, que a grande maioria obteve através do pároco, seguindo-se o “passa-palavra” e através do site da Fundação.

Gráfico 30: Obtenção de conhecimento por parte dos peregrinos/visitantes internacionais, segundo o Santuário



Fonte: elaboração própria

### 3.6.5 - Atividades desenvolvidas

Nesta secção, descrevem-se as atividades que são desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes, na perspetiva dos entrevistados, para ir ao encontro do objetivo específico 1.4 e da proposição 5.

As atividades realizadas antes, durante e após a visita ao Santuário são diversas e distintas para cada um dos peregrinos/visitantes, na opinião dos entrevistados, pois vão desde, rezar, assistir a celebrações religiosas (Eucaristia), fazer a tradicional romaria, visitar a igreja, o túmulo, a casa e o museu da Beata, o cemitério e alguns, sobretudo os nacionais, visitam as lojas de objetos religiosos.

No entanto, consideram que rezar é a primeira atividade que os peregrinos/visitantes realizam quando chegam à Casa da Beata e ao Santuário, onde está inserido o túmulo.

“vêm visitar e rezam. É interessante verificar o fenómeno (...) há sempre gente a rezar na Igreja, (...) rezam ao sacrário e vão à capela de adoração. Neste momento a Casa da Alexandrina, mais do que uma visita, é um local de oração, vão lá e rezam (...)”. “(...) frequência da eucaristia (...)”. (E1)  
 “(...) vem à igreja, vão ao túmulo da Beata Alexandrina, ao cemitério, à casa (...)”. (E5)

“(…) gostam de ir até Balasar fazer a sua peregrinação, rezar, estar por exemplo um bocadinho na casa da Beata Alexandrina (…)”. (E6)

“(…) o peregrino estrangeiro quer rezar (…) para se encontrar em oração com Alexandrina (…)”. (E1)

“Muitos vêm às igrejas e não vêm às lojas, sobretudo os estrangeiros não vêm às lojas”. (E2)

Muitos dos que se deslocam até ao Santuário vêm com a intenção de cumprir promessas, as quais podem incluir a tradicional romaria em redor da igreja e a oferta de esmolas ou objetos em cera.

“(…) fazem a sua romaria tradicional à volta da igreja, oferecem as velas e outros objetos em cera e as ofertas em dinheiro (…)”. (E1)

“(…) promessas religiosas, cumprir promessas religiosas (…)”. (E1)

Uma das coisas que caracterizou a vida espiritual da Alexandrina foi o facto de ao longo da sua vida terrena, ter tido diversos confesores e diretores espirituais. Talvez por isso, as pessoas que se deslocam até Balasar vem com o intuito de conhecerem o que ela fazia.

### 3.6.6 – Infraestruturas Adequadas

Nesta secção pretende-se saber, na opinião dos entrevistados, se o Santuário oferece ou dispõe das infraestruturas adequadas para satisfazer as necessidades dos peregrinos/visitantes, para ir de encontro do objetivo específico 1.5 e da proposição 6.

As infraestruturas são elementos importantes que complementam a oferta dos Santuários e a sua existência ou não, pode influenciar no momento de decidir por este ou por outro destino.

Verifica-se que a nível de infraestruturas o Santuário e a área envolvente oferecem ou dispõem de alguns serviços de apoio aos peregrinos/visitantes. A oferta de alojamento é quase inexistente, apenas se destacam a Casa dos Salesianos e uma pequena unidade de alojamento local. No âmbito da restauração, destacam-se três restaurantes e alguns cafés e pastelarias que não são suficientes para satisfazer as necessidades dos peregrinos/visitantes, assim como as ligações rodoviárias de transportes públicos são escassas ou quase inexistentes.

“(…) não há condições hoteleiras nem alojamento (…)”

“(…) faz falta é a ligação rodoviária entre Balasar –Póvoa de Varzim, se houvesse uma ligação mais fácil viria ainda mais gente a Balasar da Póvoa. (…). Uma vez falei na Câmara para colocar um comboio turístico (…”. (E1)

Relativamente às infraestruturas destacam-se o parque de merendas, sanitários, dois pequenos “museus”, um na Casa da Beata Alexandrina e o Memorial Padre Francisco, parques de estacionamento, e a Casa da Beata Alexandrina. Quanto às rampas, para pessoas com mobilidade reduzida existe na entrada principal do Santuário e na entrada dos sanitários.

“(…) temos parque de merendas, sanitários (…”.

“(…) vamos abrir agora o memorial de ex-votos debaixo da Casa, aquele jardim e a casa do padre Francisco (…) também estamos a pensar num centro cultural e museológico (…”. (E1)

“(…) utilizar os parques que há, tem este aqui, tem ali à beira da casa da ponte, que também será outro ponto de visita ao memorial do Padre Francisco (…”. (E6)

“(…) a casa da Beata Alexandrina está bem organizada, tem um jardim lindíssimo no qual podemos relaxar, ler e desfrutar (…”. (E6)

“(…) a Junta de Freguesia tem feito uma aposta grande em toda a sua envolvência, quer aquele parque perto do rio, quer aquele parque de estacionamento perto da junta de freguesia (…”. (E6)

“(…) tem rampas para os sanitários e para a entrada na frente da igreja”. (E2)

Para um futuro próximo, irão ser construídas novas estruturas, como uma nova Basílica, que vai ter uma farmácia, biblioteca, auditório, camaratas, mais parques de estacionamento, um centro de estudos espiritual, novas vias de comunicação, em especial zonas de acesso pedonal. Há uma grande preocupação em criar boas acessibilidades ao novo Santuário, protegendo a área envolvente de novas construções e desviando o trânsito, nomeadamente o de veículos mais pesados.

“(…) apresentamos um projeto, à Câmara, para saberem o que precisamos ao nível dos acessos, parques e uma proteção circular em todo este espaço, para evitar construir de qualquer forma (…”.

“(…) haverá um Centro de Estudos (…”.

“(…) haverá o centro Memorial Alexandrina, um centro interpretativo (…”.

“(…) o “novo” Santuário terá um pequeno auditório, salas de trabalho, espaço para acolhimento aos peregrinos, farmácia, pequeno hospital, quartos, camaratas e duas salas que serão uma biblioteca com livros sobre Alexandrina. Isto está tudo projetado no Santuário (…”;

“(…) retirar o trânsito, fora deste meio. A rua Alexandrina Maria da Costa deve ser só para peões e moradores e desde a casa dela até lá cima, ficar reservada só para o Santuário (…”. (E1)

“(…) desviando-se o trânsito junto ao santuário, principalmente o trânsito pesado (…”. (E5)

Um aspeto relevante seria a construção de um nó na A7, melhorando o acesso e rapidez ao Santuário, desde a autoestrada A28. Esta situação trará mais-valias não só para o Santuário, como para a indústria, o comércio e as pequenas e médias empresas pertencentes à freguesia e zona envolvente.

“(…) muito importante para Balasar será o Nó da A7, que pelas informações que tenho as coisas estão muito bem encaminhadas (…)”. (E5)

“(…) o nó não iria beneficiar somente aqui o turismo religioso, mas também a parte industrial, o comércio local, as pequenas e médias empresas (…)”. (E6)

Para os peregrinos que chegam ao Santuário, por vezes com dúvidas ou a precisar de ajuda ao nível da saúde física, existem colaboradores fixos no Santuário e na Casa da Beata Alexandrina. Nos meses de maior afluência existem equipas de acolhimento ao peregrino, para os acolher e dar-lhes apoio.

“(…) temos apoio – uma equipa de apoio ao peregrino, com pessoas prefixas quer na Casa da Beata Alexandrina e na igreja (…)”. (E1)

“(…) tem o pessoal que trabalha para a fundação (…)”. (E5).

Para além disso, o Santuário tem pessoas que dominam línguas estrangeiras e as tecnologias de informação e comunicação, para darem um melhor acolhimento e prestar auxílio ao nível da manutenção do site e responder aos emails recebidos.

“(…) temos pessoas para falar com os estrangeiros em inglês, francês e espanhol (…)”.

“(…) temos apoio concretamente a nível da internet (…)”. (E1)

### **3.7 – Análise e interpretação dos resultados**

Após a apresentação e descrição dos resultados, de seguida faz-se a análise e interpretação dos resultados para ir ao encontro do objetivo geral, dos objetivos específicos e das proposições.

Conclui-se que tanto na análise qualitativa como quantitativa são as mulheres, que vem em maioria, mas também vem o casal, ou seja, a família e em grupo. Tendo em conta a faixa etária obtida na análise quantitativa, depreende-se que a mesma vai ao encontro da análise qualitativa quando diz que vem desde jovens a idosos.

Verifica-se deste modo, uma concordância com a teoria, uma vez que, segundo Prazeres (2014) e Rinschede (1985, citado por Ambrósio 2009) os peregrinos/visitantes

que se deslocam em maior quantidade são as mulheres, assim como Santos (2008) refere que são as mulheres que deslocam em maior quantidade, mas que também os homens não as deixam de as acompanhar. Conclui-se assim, que ambos os sexos apresentam predisposição para visitarem.

Percebe-se uma igualdade nas duas análises quanto ao nível de estudos, uma vez que na análise quantitativa, a maior parte tem o 3º ciclo, que é considerado um certo nível de conhecimento, tal como se obteve na análise qualitativa quando afirmam que são pessoas que possuem estudos. Verifica-se também que vem peregrinos/visitantes com estudos inferiores o que também é confirmado na análise qualitativa quando afirmam que vem gente simples do povo.

Constata-se também através da análise quantitativa e dos dados fornecidos pela Fundação que os peregrinos/visitantes nacionais são repetentes, enquanto os internacionais, a sua maioria, vem pela primeira vez, segundo os dados da Fundação.

Frequentam sobretudo missa ao domingo de acordo com a análise quantitativa e segundo a análise qualitativa denota-se um aumento da participação na Eucaristia, uma vez que, deslocam-se sobretudo ao domingo. Tendo em conta a análise qualitativa esse aumento na participação da Eucaristia deve-se, porque há mais peregrinos/visitantes a virem cá do que aqueles que estão na “praia”.

Segundo as entrevistas os peregrinos/visitantes deslocam-se para visitar o túmulo da Beata Alexandrina que está inserido no Santuário, expor os seus problemas, para agradecer e para fazer/cumprir promessa. Já na época em que a Beata Alexandrina era viva, eles vinham ter com ela para lhe fazerem pedidos. De forma a complementar, observa-se também, que segundo os questionários e os dados facultados pela Fundação, os peregrinos nacionais e estrangeiros vêm também pela fé/oração. Essas afirmações vão de encontro à literatura, uma vez que, de acordo com Andrade (1999), uma das principais motivações relacionadas com o turismo religioso, na atualidade é a visita a Santuários, Sousa e Pinheiro (2014) afirmam que os peregrinos se deslocam por razões de índole sagrada. Também de acordo com Silva (2011), pois este autor refere no seu estudo que a fé é uma das motivações. Ainda de acordo com Santos (2008), a religião é um dos motivos que levam a que as pessoas se desloquem até Fátima, ou seja, até ao santuário. Pelo

exposto, considerámos que estas conclusões vão ao encontro da proposição 1 e respondem ao objetivo específico 1.1.

Depreende-se que existe uma concordância entre os dados recolhidos através das entrevistas, questionários e os dados da Fundação quanto à origem do peregrino/visitante nacional. Na análise quantitativa é referido que a sua maioria se desloca de Vila Nova de Famalicão, pois através dos questionários apenas se obteve 2% de estrangeiros, porque eles vêm durante a semana e em grupos organizados que se inscrevem no Santuário. Na análise qualitativa vem da região de Braga e do Porto e nos dados da Fundação a maioria desloca-se de Barcelos, salientando-se também outros concelhos do Norte de Portugal, do resto de Portugal continental e ilhas.

No entanto, há uma determinada discordância, pois a análise quantitativa obteve maioritariamente inquiridos nacionais e a análise qualitativa e os dados do Santuário referem que para além dos nacionais, também se deslocam peregrinos/visitantes estrangeiros, ou seja, as entrevistas e os dados secundários permitiram complementar a informação obtida através dos questionários.

Segundo Cunha (2006), as pessoas que tem mais tendência para viajar são as que residem em zonas urbanas. Deste modo, constata-se não existir uma total concordância entre o referido nas entrevistas, questionários e dados secundários, quanto à origem dos peregrinos/visitantes nacionais face à revisão da literatura, pois as zonas urbanas são consideradas as zonas mais no litoral, ou seja, junto à costa (ex: Porto e Braga) não abarcando as zonas mais interiores e ilhas, das quais também vêm peregrinos/visitantes. De acordo com Prazeres (2014), o facto de residirem perto do local a visitar também é um fator a ter em conta. Num estudo sobre Fátima, Magalhães (1992, citado por Ambrósio 2009), refere que os indivíduos deslocam-se a partir do concelho que são naturais, de outras regiões de Portugal e ainda do estrangeiro. Por outro lado, também se verifica uma certa concordância com os autores anteriores, pois como se pode perceber através das entrevistas, questionários e dados da Fundação os peregrinos/visitantes vem de concelhos vizinhos, uma vez, que devem conseguir deslocar-se com maior facilidade e rapidez, mas também vem de outras zonas de Portugal e do Mundo.

Quanto ao meio de transporte confirma-se uma concordância entre as análises e os dados da Fundação. A maioria dos peregrinos/visitantes desloca-se de automóvel, a pé e de autocarro. Percebe-se assim, uma igualdade com a literatura, uma vez que, Silva (2011) refere que os visitantes deslocam-se a pé, em automóvel particular e em excursões, ou seja, autocarro. Também Santos (2008), refere que os peregrinos/visitantes optam em maioria pelo carro, mas também usam o autocarro e o comboio. Nesse sentido, a análise e interpretação destes resultados vão ao encontro do objetivo específico 1.2. e da proposição 2 e 3.

Relativamente à procura de informação e a comunicação entre eles, observa-se, na análise quantitativa e qualitativa, que se dá maioritariamente através do passa-palavra, sobretudo entre os mais velhos. De salientar também, que os peregrinos/visitantes mais novos, obtiveram informação através da família, da leitura de folhetos/boletins informativos que são distribuídos e pela internet/site da fundação. A informação encontra-se online, pois o Santuário dispõe de recursos humanos que dominam as tecnologias da informação. Para além disso, através das entrevistas constata-se que alcançam informação através de agências de viagens e IPSS e é também divulgada informação no Aeroporto Francisco Sá Carneiro e em feiras de turismo, complementando assim os dados dos questionários e da Fundação. Quanto aos dados secundários, confirma-se que os peregrinos nacionais também obtêm maioritariamente conhecimento através do passa-palavra, enquanto os peregrinos estrangeiros obtiveram informação, na sua maioria, através do padre/pároco. Deste modo, depreende-se haver uma concordância com a literatura, uma vez que, Prazeres (2014) refere no seu estudo que o “boca-a-orelha”, ou seja, o passa-palavra, os postos de informação e os panfletos são três das formas de transmitir o conhecimento. Também de acordo com a mesma autora, Santos (2008) e Prazeres & Carvalho (2015), o site do santuário ou a própria página web é outra das formas de dar a conhecer o Santuário. Compreende-se então, que existem diferentes formas de se poder obter informação. Assim, depois de analisados e interpretados os resultados, verifica-se que os mesmos vão ao encontro do objetivo específico 1.3 e de certo modo com proposição 4. Isto porque, a proposição 4 refere que uma das fontes mais utilizadas é o website, sendo que através da análise, percebe-se que apenas é uma das diversas fontes.

Quanto às atividades que são desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes, constata-se também uma concordância entre as análises. Ambas mostram que os peregrinos/visitantes rezam, visitam o túmulo, a igreja, a Casa e Museu da Beata, o cemitério, a capela do Senhor da Cruz, fazem compras no comércio local, assistem a celebrações religiosas e fazem a romaria em volta da igreja. Com base no descrito, verifica-se que as reações vão de encontro ao defendido por Prazeres (2014), pois segundo este autor as atividades praticadas pelos peregrinos/visitantes consistem na participação em celebrações religiosas e em visitar outros pontos de interesse. Também vai de encontro ao defendido por Sousa & Pinheiro (2014), que identificam como sendo as principais atividades ir à missa, rezar e cumprir promessas religiosas. Num estudo sobre Fátima, Magalhães (1992, citado por Ambrósio, 2009), refere as mesmas atividades que os autores anteriores, exceto rezar. Ainda de acordo com o estudo de Silva (2011), as atividades desenvolvidas são visitar a igreja, rezar, assistir a uma celebração religiosa. Também de acordo com Tendeiro (2010) e Vukonić (2006), uma das atividades é a observação de obras de arte e de relíquias antigas. Pelo referido, considerámos que estas conclusões vão ao encontro da proposição 5 e respondem ao objetivo específico 1.4.

Relativamente ao alojamento não existe uma posição clara, uma vez que, o mesmo quase não existe, tendo em conta a análise quantitativa e qualitativa. Assim, como não existem condições suficientes, os peregrinos/visitantes estão durante pouco tempo, realizando assim, poucas atividades.

No que concerne às infraestruturas, constata-se que existe de forma geral alguma concordância. Verifica-se que os serviços de apoio funcionam, o acolhimento é bom e necessário, pois alguns peregrinos/visitantes quando terminam a sua caminhada precisam de alguns cuidados básicos de saúde dado quer pelos voluntários quer pelos colaboradores fixos do Santuário. Há também sinalização adequada, uma vez que, existem placas informativas na zona envolta do Santuário e na direção da Casa da Beata Alexandrina e existe higiene nesses locais. Relativamente ao alojamento, através dos questionários depreende-se que não há uma posição clara e nas entrevistas é afirmado que o mesmo é quase inexistente. Segundo os questionários, percebe-se que a informação encontra-se acessível, a realização de eventos religiosos e de outras atividades ajudaria em grande parte para aumentar o número de peregrinos e as visitas

guiadas, tendo em conta a maioria dos inquiridos, contribuiriam para transmitir a história e mensagem da Beata. Através das entrevistas, foi possível complementar os dados recolhidos através dos questionários, uma vez que, os mesmos não falam nas acessibilidades, sendo as mesmas bastante importantes e quase inexistentes e a existência da Casa e Museu da Beata Alexandrina e do Memorial Padre Francisco, como pontos de interesse cultural. Quanto às acessibilidades para pessoas com mobilidade reduzida é necessário melhorar, uma vez que estas são reduzidas, tendo em conta a análise quantitativa e qualitativa.

Verifica-se a existência de concordância entre os questionários e as entrevistas ao nível dos sanitários, parques de estacionamento, alguns cafés/pastelarias e alguns restaurantes. Em relação aos restaurantes infere-se na análise quantitativa que não lhes dão importância ou referem não lhes ser aplicável, enquanto na análise qualitativa afirmam que o número desses estabelecimentos é muito reduzido face às necessidades dos peregrinos/visitantes.

Segundo Arnt (2006), as infraestruturas dos quais os peregrinos/visitantes fazem uso são o alojamento, os equipamentos de alimentos e bebidas, entre outros. De acordo com Sousa & Pinheiro (2014), para se conseguir corresponder às expectativas dos peregrinos/visitantes é necessário ter à sua disposição equipamentos, alojamento, entre outros. Ainda, segundo Sarasa & Espejo (2006) que referem que em torno dos santuários se edificam toda uma infraestrutura turística, nomeadamente ao nível do alojamento e restauração e comercial ao nível das lojas de comércio (ex: lojas de objetos religiosos). Também Silva (2011), refere no seu estudo, que as infraestruturas que rodeiam um santuário são nomeadamente, cafés/restaurantes, unidades de alojamento, artigos religiosos, entre outros. Nesse sentido, os dados obtidos não vão totalmente ao encontro destes autores, uma vez que, o alojamento e a restauração são quase inexistentes, enquanto os autores afirmam que esses edifícios são os que principalmente se encontram na zona envolvente dos santuários. O crescimento das cidades/santuário acarreta também necessidades, como por exemplo, a construção de acessibilidades, nomeadamente estradas, ligações rodoviárias (Carvalho, 2013) o que não se constata através as entrevistas, pois as mesmas são poucas e quase inexistentes. Verifica-se uma igualdade entre as entrevistas e a literatura, no sentido em que as entrevistas referem a

existência da Casa e Museu da Beata e o Memorial do Padre Francisco, que são outras das infraestruturas que chamam a atenção da procura. Isto confirma-se, pois segundo Prazeres & Carvalho (2015) a procura das cidades/santuário não se centra somente nos serviços religioso, mas também em outros, nomeadamente o cultural. Verifica-se assim que os dados obtidos respondem à proposição 6 e ao objetivo específico 1.5.

Por fim, conclui-se que os peregrinos/visitantes vem de toda a parte de Portugal e do resto do mundo e não apenas de zonas urbanas, mas também de zonas mais interiores.

Constata-se também que as zonas onde se localizam Santuários encontram-se envoltas das mais diversas infraestruturas, infraestruturas das quais Balasar carece atualmente.

## **CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO**

### **4.1 – Introdução**

Esta investigação está estruturada em quatro capítulos. Inicia-se com a introdução onde se expõe a relevância e pertinência deste estudo. Posteriormente, apresenta-se a pergunta de investigação, os objetivos e de forma sucinta a metodologia adotada. No final expomos e esclarecemos a estrutura da dissertação.

No capítulo I, foi elaborada a revisão da literatura que ajudou na definição da pergunta de investigação, do objetivo geral e específicos e das proposições que guiaram esta investigação.

No capítulo II, foi apresentada e descrita de forma detalhada a metodologia mista adotada.

No capítulo III, deu-se a conhecer um pouco sobre a freguesia de Balasar e posteriormente apresentou-se e descreveu-se os dados obtidos do estudo de caso Alexandrina de Balasar. Ainda neste capítulo, analisou-se e interpretou-se os resultados da investigação obtidos através das diferentes metodologias, demonstrando o que era semelhante e diferente e comparou-se também com a revisão da literatura.

Por último, neste capítulo apresenta-se as principais conclusões, as limitações e recomendações.

### **4.2 – Principais conclusões**

Através desta investigação ficou-se a saber que se deslocam até ao Santuário homens, mulheres, crianças/jovens, e idosos com diversas características. Veem sobretudo pela fé e deslocam-se maioritariamente em veículos motorizados, nomeadamente autocarros e automóveis. Como vem sobretudo nestes veículos, consideram importante a existência de parques de estacionamento, daí os classificarem de bons.

Relativamente à sua origem, verifica-se que veem de todas as partes do país e do mundo, sendo que vem maioritariamente de concelhos vizinhos, talvez por ser mais

perto e conseguirem deslocar-se com maior facilidade, em termos de acessibilidades que tem à sua disposição.

Os nacionais vem sobretudo para rezar e os estrangeiros vem para celebrar a “Eucaristia”.

A nível de obtenção de conhecimento sobre o Santuário Alexandrina de Balasar, os nacionais obtiveram sobretudo através do passa-palavra e os estrangeiros através do padre/pároco.

Relativamente à avaliação global do Santuário Alexandrina de Balasar, no qual está inserido o túmulo da Beata, importa ter presente que este Santuário, apresenta uma marca segundo os participantes no estudo, não muito positiva nem muito negativa relativamente ao alojamento e restauração. Por outro lado, o comércio, o acolhimento e o ambiente apresentam uma marca positiva. O facto de se sentirem bem acolhidos e apoiados poderá contribuir para que queiram regressar e possam também desfrutar do ambiente rural e da tranquilidade do local. Relativamente à sinalização, acessos, limpeza e higiene e parques de estacionamento são pontos de destaque em Balasar. Existindo uma adequada sinalização permite que os peregrinos/visitantes se desloquem à vontade sem ter de andar constantemente a questionar. No que concerne à oferta religiosa constata-se que esta não corresponde às expectativas dos peregrinos, uma vez que, se obteve uma classificação fraca, pois provavelmente os peregrinos não compreenderam corretamente a questão que lhe estava a ser colocada.

Quanto à segurança, verifica-se que é uma referência em Balasar, já que se obteve uma pontuação excelente neste ponto, por parte dos participantes na investigação.

Todavia, ainda assim, é sobretudo em relação ao alojamento, restauração, estabelecimentos de bebidas/cafetaria que os visitantes se sentem menos satisfeitos, podendo pois ressaltar-se o facto de existirem em pouca quantidade e serem de baixa qualidade. O facto de se sentirem menos satisfeitos, poderá refletir a exigência que se verifica através dos testes aplicados neste estudo, uma vez que, os peregrinos/visitantes dão bastante importância às características do Santuário e aos serviços que existem à sua disposição.

Reconhece-se contudo que a aldeia dispõe de condições de acolhimento, isto sob o olhar dos inquiridos e também segundo aquilo que nos foi possível perceber aquando da observação direta.

### **4.3 - Limitações do estudo**

Tal como qualquer investigação científica, este estudo apresenta diversas limitações, especialmente aquelas que estão relacionadas com a metodologia adotada, que estão mencionadas na secção 2.2 (Aires, 2011; Barañano, 2008; Coutinho, 2014; Creswell, 2007; Freixo, 2012; Oliveira & Ferreira, 2014; Quivy & Campenhoudt, 1998; Sousa & Baptista, 2011; Yin, 2003, 2014). Neste estudo foi usada uma metodologia mista. Através do método de estudo de caso os resultados aplicam-se apenas à população e às unidades de análise em estudo. Assim, apesar da limitação reconhecida, consideramos que os resultados são amplos e possuem um impacto significativo no turismo religioso, na região em que está inserido.

Uma outra limitação relevante foi a impossibilidade de aplicação de questionários e de contacto verbal com os grupos de peregrinos/visitantes estrangeiros. O facto de virem em horários muito específicos e com uma duração da visita muito reduzida, levou a que não fosse possível esse contacto.

Quanto às entrevistas, pode-se destacar que em apenas duas houve algumas dificuldades na recolha de algumas evidências, uma vez que, não foi possível a sua gravação.

### **4.4 - Recomendações para futuras investigações**

Tendo em conta a evolução do Turismo religioso em Balasar e com a divulgação feita a nível nacional da construção do novo Santuário, torna-se cada vez mais importante a construção de novas infraestruturas de apoio/acolhimento. Isto leva-nos a refletir sobre as vantagens que um posto de turismo pode trazer tanto para Balasar, como para os seus peregrinos/visitantes. Nesse sentido, podemos concluir que não só faz sentido ter um posto de turismo acessível a todo o público, mas também num lugar onde o peregrino/visitante que chegue sem um roteiro predeterminado, se sinta com vontade

de visitar pela sua exposição e acessibilidade. Assim, tendo em conta a sua disponibilidade, poderiam ser-lhes indicados novos roteiros, que a serem realizados, fizessem estender a sua estadia na localidade.

Atendendo à necessidade dos peregrinos/visitantes, torna-se imperativo a construção imediata do novo Santuário, sendo ainda indispensável desviar o trânsito, originando assim uma imagem do Santuário mais envolvente do ponto de vista espiritual, uma vez que, permite mais facilmente oferecer a experiência de silêncio que é tão privilegiada nestes locais. O facto de se tratar de um Santuário e não de uma simples igreja, é necessário ter à disposição uma quantidade de serviços que possuem ao mesmo tempo qualidade naquilo que é exigido, pois os peregrinos/visitantes assim o obrigam. Uma vez que, afluem muitos peregrinos até ao túmulo da Beata é necessário que existam ao longo dos dias, diversos tipos de celebrações em vários momentos do dia. Poderiam acontecer “Eucaristias” a todas as horas do dia, ter uma hora específica para rezar o terço todos os dias, serem realizadas adorações, serem feitas vigílias de oração em língua portuguesa e noutros idiomas, já que afluem peregrinos de todo o mundo.

No geral, ainda que a maioria dos participantes tenha como interesse principal “o religioso”, verifica-se a necessidade imprescindível de dar respostas noutros âmbitos como o recreativo, desportivo, entre outros. Por um lado, porque dessa forma originam-se novas esperanças para a região através do rejuvenescimento da sua economia, do envolvimento da sociedade, vivência e maior divulgação das suas culturas. Por outro lado, porque mais uma vez se constatou que os peregrinos são transversais nas suas motivações, ou seja, vem cada vez mais peregrinos que se apresentam também como turistas religiosos. As pessoas que tenham disponibilidade financeira e tenham ideias para desenvolver projetos de vida que não encontram em outros lugares devem apostar, porque a freguesia de Balasar demonstra potencial, principalmente quando a nova Basílica começar a ser construída.

Constatou-se, que para ser viável a criação de mais oportunidades, principalmente de empreendedorismo e para que mais pessoas escolham visitar estes tipos de destinos em detrimento de outros, é muito importante existir uma boa estratégia de comunicação. Hoje em dia o mundo encontra-se cada vez mais globalizado, pela inovação tecnológica, transformação informática/vulgarização do uso das tecnologias

de informação e comunicação, bem como pela forte presença nas redes sociais. Nesse sentido, poderia ser criada uma plataforma onde regularmente fossem transmitidas notícias e outras curiosidades/informações de uma forma acessível. De modo que o turismo religioso seja desenvolvido na freguesia de Balasar, seria necessário o estabelecimento de parcerias/redes com territórios vizinhos, assim como uma comunicação feita com base na transparência e confiança. Isto poderia ser desenvolvido por iniciativa da Câmara Municipal em conjunto com operadores turísticos, para que esta criação tivesse fundamento, consistência e sustentabilidade a médio e longo prazo.

Na parte da oferta turística o Santuário e, por consequência, a freguesia apesar de cumprir a sua missão (de acordo com os inquiridos) apresenta pontos em que é menos forte e que podem ser fulcrais a médio/longo prazo para responder às necessidades e motivações dos peregrinos/visitantes menos religiosos e/ou com tradições menos rigorosas no que diz respeito à prática religiosa e que tenderão a aumentar tendo em conta a evolução da sociedade e a sua estrutura. Assim, existe muitos aspetos a melhorar, nomeadamente a comunicação, a informação, o acolhimento e mais importante ainda é o alojamento, restauração e o comércio. Por outro lado, é imprescindível manter ou se possível aperfeiçoar alguns aspetos, como a segurança.

Nesse sentido, o Santuário deve servir-se de um conjunto de políticas públicas, que poderiam ajudar não só a divulgar a oferta, mas também a melhorar as condições de acolhimento do Santuário. Por exemplo, poderia ser comparticipada a formação dos recursos humanos que estão em contacto constante com os peregrinos/visitantes, a criação de infraestruturas adequadas para a divulgação de todos os produtos/serviços existentes na região e fora dela, entre outros. Estes aspetos, possivelmente, contribuiriam para uma maior permanência dos peregrinos/visitantes no Santuário. Por isso, seria necessário um envolvimento mais estreito nas relações entre o Santuário-região-peregrinos/visitantes, e, indiretamente residentes.

É necessário pensar também nos residentes, pois a falta de coesão social da população residente, deve-se em muito pela carência de espaços de lazer e recreio, bem como a ausência de planos urbanísticos ousados que tenham em conta o Santuário como um todo, deixando de beneficiar apenas as áreas contíguas ao Santuário.

De forma a envolver os residentes e os peregrinos/visitantes poderiam se realizar exposições abertas a toda a comunidade, com as diversas peças elaboradas pelos idosos do centro de dia da Paróquia. Os diferentes tipos de peças seriam expostos e posteriormente leiloados, sendo que o valor monetário angariado serviria para ajudar na construção da nova Basílica.

Uma vez que vai ser construída uma Basílica Eucarística, de acordo com alguns entrevistados, e por consequência todo um conjunto de infraestruturas, seria importante fazer um estudo sobre a sustentabilidade ao nível da construção de infraestruturas em redor da Basílica.

Estabelecer comunicações entre Junta de Freguesia e Câmara Municipal para se fazer um estudo sobre a sinalética existente fora e até junto do Santuário, verificar se existem parques de estacionamento suficientes, pois a maioria vem de automóvel e autocarro, perceber o estado das estradas ao nível dos passeios para os peregrinos que veem a pé, entre outros.

Seria também interessante fazer um estudo sobre as rotas dos peregrinos que fazem o Caminho de Santiago de Compostela, uma vez que, um dos albergues é na freguesia de Rates que é vizinha da freguesia do Santuário (ver figura 9). O objetivo seria saber se há alguma ligação entre o Santuário e o Caminho e se eles fazem um desvio, no trilho definido para conhecer o Santuário.

Poder-se-ia também identificar operadores turísticos, agências de viagens, entre outros de forma a estabelecerem-se comunicações sobre os roteiros já existentes. Sabe-se que se deslocam milhares de peregrinos/visitantes e seria importante saber o que é necessário ser feito para incluir o Santuário Alexandrina de Balasar num roteiro turístico/religioso.

## BIBLIOGRAFIA

- Abreu, T., & Coriolano, L. (2003). *Os centros de romaria do Ceará e o turismo religioso*. Fortaleza: Funece.
- Afonso, M. (2015). *Transporte público e mobilidade mais sustentável*. Instituto Superior Técnico de Lisboa, Lisboa.
- Aires, L. (2011). *Paradigma Qualitativo e práticas de investigação educacional*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Almeida, L., & Freire, T. (2000). *Metodologia da Investigação em psicologia e investigação (2ª)*. Braga: Psiquilíbrios.
- Ambrósio, V. (2006). *O turismo religioso: desenvolvimento das cidades -santuário* (Tese de doutoramento). Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Ambrósio, Vítor. (2009). CIDADES-SANTUÁRIO: OFERTA E PROCURA - SÍNTESE DE ESTATÍSTICAS EDITADAS (2.ª PARTE). *Encontros científicos*, (5), 95–112.
- Andrade, J. (1999). *Turismo: fundamentos e dimensões (5ª)*. São Paulo: Ática.
- Antunes, J., Barroco, C., & Dias, H. (2016). A IMPORTÂNCIA DO TURISMO RELIGIOSO NO DESENVOLVIMENTO DAS REGIÕES: O CASO DO SANTUÁRIO DA NOSSA SENHORA DA LAPA. 2(1), 273–285.
- Arnt, L. (2006). *Peregrinação x turismo religioso: um estudo de caso no santuário de Azambuja – Brusque*. UniversidadeVale do Itajaí, Balneário Camboriú.
- Arribas, M. (1984). *Historia del Santuario de Henar*. Segovia: Carmelitas de la provincia de Castilla.
- Barañano, A. (2008). *Métodos e técnicas de investigação em Gestão - Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Bell, J. (1997). *Como Realizar um Projeto de Investigação (3ªed)*. Lisboa: Gradiva.
- Bell, J. (2002). *Como realizar um projeto de investigação: Um guia para a pesquisa em Ciências Sociais e da Educação*. Lisboa: Gradiva.
- Beni, M. (1997). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Beni, M. (1998). *Análise estrutural do Turismo (2ª ed)*. Obtido de <https://www.zotero.org/>
- Beni, M. (2000). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Beni, M. (2004). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.

- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação*. Porto: Porto Editora.
- Buhalis, D., & Cooper, C. (1998). *Conference Report: The Future of Traditional Tourist Destinations*. 4, 85–88.
- Carvalho, A. (2013). *Infraestrutura sob uma perspectiva pública: instrumentos para o seu desenvolvimento*. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Carvalho, A., Nascimento, A., & Roazzi, A. (2005). *Religiosidades populares e a experiência do lazer: um estudo com romeiros de São Severino dos Ramos a partir da Teoria das Facetas*. Apresentado na XVIII congresso de Ciências da comunicação – INTERCOM, Rio de Janeiro.
- Carvalho, I. (2015). *O Turismo Acessível: estratégias de adaptação de uma cidade. O caso de Lisboa*. Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Christoffoli, A., Pereira, R., & Silva, Y. (2012). *O Lazer no Turismo Religioso: uma análise dos discursos no Turismo*. 10(5), 595–603.
- Cohen, E. (1985). *Pilgrimage and tourism: convergence and divergence*. Tucson: The University of Arizona Press.
- Collins-Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, 30, 153–164.
- Costa, F. (2007). *S. Miguel de Arcozelo*. Notas Monográficas, Arcozelo.
- Coutinho, C. (2014). *Metodologias de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design - Choosing among five approaches* (2ª). Los Angeles: SAGE Publications.
- Creswell, J. (2010). *Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto* (3ª ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo*. McGrawHill de Portugal, Lda.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo* (1ª). Lisboa: Editorial Verbo.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2007). *Introdução ao Turismo* (3ª). Lisboa: Verbo.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* ((5ª Edição atualizada e aumentada)). Lisboa: Lidel.

- Dencker, A. (1998). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. São Paulo: Editora Futura.
- Dias, I. (2010). *Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e Profano*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Fazenda, N., Silva, S., & Costa, C. (2008). *Política e planeamento turístico à escala regional: o caso da agenda regional de turismo para o Norte de Portugal*. (18).
- França, J. (2016). *Turismo Ativo na Madeira: contributo para a rentabilidade de unidades de turismo no espaço rural*. Instituto Politécnico: Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão, Vila do Conde.
- Freixo, M. (2012). *Metodologia Científica* (4ª). Lisboa: Instituto Piaget.
- Gageiro, J., & Pestana, M. (2008). *Análise de dados para Ciências Sociais: a complementariedade do Spss* (5ª). Lisboa: Edições Sílabo.
- Gil, A. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (5ª). São Paulo: Atlas.
- Gonçalves, R. (2011). *Turismo Religioso Judaico: O caso de Belmonte*. UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR, Covilhã.
- Huberman, A., & Miles, M. (2002). *The qualitative researchers companion*. California: Sage Publications.
- Icoret. (2006). *International Conference on Religious Tourism*. Apresentado na ICORET, Nicósia.
- Julião, L. (2013). *CIDADE, CULTURA E TURISMO*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril, Estoril.
- Knyszewski, Z. (2004). *Aspects of Religious Tourism in France*.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407.
- Madeira, N. (2010). *Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos*. Porto: Príncipe Editora.
- Marques, J. A. (2006). *Introdução à Hotelaria*. Porto: Civilização Editora.
- Marujo, A. (2005). *Novos Areópagos – Os Meios de Comunicação Social: Novo Fórum Mundial, in A Transmissão do Património Cultural e Religioso*. Prior Velho: Paulinas.
- McGettigan, F. (2003). *An Analysis of Cultural Tourism and its Relationship with Religious Sites, in Religious Tourism and Pilgrimage*. 13–26. Leiria/Fátima: Atlas.

- Morrison, A. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. New York: Routledge.
- Neves, J. (2012). *O Papel dos Eventos no Reforço da Atractividade Turística de Cabo Verde*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril, Estoril.
- Nolan, M., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19, 68–79.
- Oliveira, C. (2004). *Turismo Religioso*. São Paulo: Aleph.
- Oliveira, E. R., & Ferreira, P. (2014). *Métodos de investigação - Da Interrogação à Descoberta Científica*. Lisboa: Vida Económica.
- Oliveira, M. (2014). *A INFLUÊNCIA DOS EVENTOS NA TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA Study Case - Montebelo Viseu Hotel & Spa*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.
- Ostrowski, M. (2002). *Peregrinación o turismo religioso». Exposición sobre las diferencias conceptuales que definen los términos peregrinación y turismo religioso*. Apresentado na III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinajes celebrado del 4 al 7 de marzo de 2002 en el Santuario de Montserrat, Catalunha.
- Parellada, J. (2009). *El turismo religioso. Sus perfiles». Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo, Ávila*. Apresentado na ELTURISMO RELIGIOSO. SUS PERFILES, Ávila.
- Perales, R. (2002). *Rural tourism in Spain*. 29(4), 1101–1110.
- Pereira, A., & Patrício, T. (2013). *SPSS guia práctico de utilização - análise de dados para ciências sociais e psicologia*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pereira, V., & Peres, A. (2010). *Turismo Cultural e Religioso em Braga e Santiago de Compostela: Proposta de Criação de um Produto Conjunto in Revista Turismo & Desenvolvimento*. (13/14), 677–686.
- Pinto, C. (2011). *Turismo religioso – potencial de desenvolvimento turístico da Vila de Arcozelo*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Vila Nova de Gaia.
- Pizam, A. (1994). *Planning a Tourism Research Investigation*. In J. R. B. Ritchie & C. R. Goeldner, *Travel, Tourism and Hospitality Research - A handbook for Managers and Researchers* (2ª). New York: John Wiley & Sons.
- Pocinho, M. (2012). *Metodologia de Investigação e Comunicação do Conhecimento Científico*. Lisboa: Lidel.
- Prazeres, J. (2014). *Turismo Religioso: Fátima no Contexto dos Santuários Marianos Europeus*. Évora, Évora.

- Prazeres, J., & Carvalho, A. (2015). Turismo Religioso: Fátima no Contexto dos Santuários Marianos Europeus. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13, 1145–1170.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (2ª). Lisboa: Gradiva.
- Reis, F. (2010). *Como elaborar uma dissertação de mestrado*. Lisboa: Pactor.
- Ribeiro, J., Vareiro, L., Fabeiro, C., & Blas, X. (2005). *Land Use and Water Management in a Sustainable Network Society*. Apresentado na 45th Congress of the European Regional Science Association, Amesterdão.
- Richards, G. (2008). *Nuevos caminos para el turismo cultural*. Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).
- Richards, G. (2009). Turismo cultural: Padrões e implicações. Em *Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências*. (pp. 25–48). Bahia: UESC.
- Robinson, P., Lück, M., Smith, S. L. J., & Lackey, M. (2013). *Tourism*. Oxfordshire.
- Santos, M. (2003). *Religious Tourism: Contributions towards a Clarification of Concepts, in Religious Tourism and Pilgrimage*. 27–42. Leiria/Fátima: Atlas.
- Santos, M. (2006). *Espiritualidade, Turismo e Território: Estudo Geográfico de Fátima*. S. João do Estoril: Principia.
- Santos, M. (2008). *Estudo sobre o perfil do visitante de Fátima: contributo para uma acção promocional em comum da rede COESIMA*. Porto: CCID e Afrontamento.
- Santos, M. (2009). *Visitors profiles and market segmentation: a contribution to the renewel of an almost centennial religious destination (Fátima) in Tourism, Religion & Culture*. Universidade de Salento, Salento.
- Saraph, J., Benson, P., & Schoroeder, R. (1989). *An instrument for measuring the critical factors of quality management* (Vol. 20). Decision Sciences.
- Sarasa, J., & Espejo, C. (2006). *Interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la cruz (Murcia)*. (18), 7–61.
- Serrallonga, S., & Hakobyan, K. (2011). *TURISMO RELIGIOSO Y ESPACIOS SAGRADOS: UNA PROPUESTA PARA LOS SANTUARIOS DE CATALUNYA*. 1(1), 63–82.
- Serrano, L. (2004). *Gestión de Marketing en El Turismo Rural*. Pearson Educación.
- Shinde, K. (2010). *Entrepreneurship and Indigenous Entrepreneurs in Religious Tourism in India*.

- SIGA. (2012). *Diverse Beliefs: Tourism of Faith Religious tourism gains ground*. FICCI and YES BANK Ltd.
- Silva, J. (2011). *O Turismo Religioso no Noroeste de Portugal: contributo para a compreensão do papel dos santuários no desenvolvimento do território*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto.
- Silva, M., & Ribeiro, R. (2018). *O turismo religioso em Braga: a perspetiva dos residentes sobre a Semana Santa*. 162–172.
- Silveira, E. (2007). Turismo Religioso no Brasil: uma perspectiva local e global. *Turismo em análise*, 18(1), 33–51.
- Smith, V. (1992). Introduction: the Quest in Guest. *Annals of Tourism Research*, 19, 1–17.
- Sousa, A., & Pinheiro, C. (2014). *O papel do turismo religioso nos territórios - caso de lamego (PORTUGAL)*. 7(17).
- Sousa, M. J., & Baptista, C. S. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios, segundo Bolonha (4ª)*. Lisboa: Pactor - Edições de Ciências Sociais, Forenses e da Educação.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks Ca.: Sage Publications.
- Tendeiro, I. (2010). *A igreja de Santo António de Lisboa e o turismo religioso italiano*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril, Estoril.
- Timothy, D., & Boyd, S. (2003). *Heritage Tourism*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- UNWTO. (2008a). *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*. UNWTO.
- UNWTO. (2008b). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* (World Tourism Organization). Madrid and New York.
- Valiente, G. (2006). Turismo Religioso en Monserrat: Montaña de Fe, Montaña de Turismo. *Cuadernos de Turismo*, (18), 63–76.
- Vieira, J. (2001). *Turismo Religioso*. 4, 125–135.
- Vilas Boas, N. (2012). *A Pastoral do turismo: da peregrinação ao Santuário*. Universidade Católica Portuguesa, Braga.
- Vukonić, B. (2006). *Sacred places and tourism in the Roman Catholic tradition*. Londres/Nova Iorque: Routledge.
- Weidenfeld, A. (2006). *Religious Needs in the Hospitality Industry*. 6(2).

WTTC. (2010). *Travel & Tourism Economic Impact*. World Travel & Tourism Council.

Yin, K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (Third Edition). London: SAGE Publications.

Yin, K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (Fifth Edition). London: SAGE Publications.

## APÊNDICE

### Apêndice A – Tabelas de suporte estatístico

Tabela 13: Teste KMO e Bartlett da pergunta 8

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem		.854
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	997,430
	gl	91
	Sig.	.000

Fonte: Elaboração própria

Tabela 14: Total da variância explicada da pergunta 8

Variância total explicada									
Componente	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	5,712	40,799	40,799	5,712	40,799	40,799	4,845	34,606	34,606
2	1,857	13,263	54,062	1,857	13,263	54,062	2,708	19,345	53,950
3	1,091	7,796	61,858	1,091	7,796	61,858	1,107	7,908	61,858
4	0,853	6,093	67,952						
5	0,782	5,584	73,535						
6	0,669	4,781	78,316						
7	0,593	4,238	82,555						
8	0,542	3,873	86,427						
9	0,419	2,991	89,418						
10	0,414	2,956	92,374						
11	0,365	2,605	94,979						
12	0,313	2,234	97,213						
13	0,262	1,870	99,083						
14	0,128	0,917	100,000						

Fonte: Elaboração própria;

Método de extração: Análise de componente principal

Tabela 15: Matriz de componentes após rotação<sup>a</sup>

Itens	Componente		
	1	2	3
8.10. A existência de um parque de merendas pode contribuir para aumentar as visitas ao túmulo da Beata.	,815		
8.11. A celebração de eventos religiosos na freguesia faz com que os visitantes se desloquem em maior quantidade nesses dias.	,810		
8.8. Julgo que a tranquilidade é essencial para uma boa visita ao túmulo.	,761		
8.13. O facto de se vir a realizar outras atividades (culturais, religiosas, concertos de música, conferências) ao longo do ano, seria fator para visitar novamente.	,747		
8.12. Considero importante a existência de visitas guiadas tanto na zona interior como exterior ao túmulo.	,714		
8.6. A zona de estacionamento é importante para que os visitantes queiram visitar o túmulo da Beata Alexandrina.	,702		
8.9. Os serviços de apoio funcionam.	,669		
8.7. Na minha opinião a informação está acessível.	,609		
8.3.Considero que existe higiene e limpeza no túmulo e na zona envolvente ao túmulo.	,609		
8.2.Sinto-me satisfeito com a sinalização colocada na faixa rodoviária.		,860	
8.1.Considero a sinalização adequada para a faixa rodoviária.		,854	
8.4. Os serviços de restauração encontram-se adequados às necessidades dos visitantes.		,729	
8.5.Considero que a existência de alojamento é essencial para aumentar o número de visitantes.			-,643
8.14. Considero que o número de acessos para pessoas com mobilidade reduzida é suficiente.			,616

Fonte: Elaboração própria

Método de extração: Análise de componente principal.

Método de rotação: Varimax com normalização de Kaiser. <sup>a</sup>

a. Rotação convergida em 5 iterações.

Tabela 16: Testes de KMO e Bartlett's Test

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem		.841
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	593,748
	gl	55
	Sig.	.000

Fonte: Elaboração própria

Tabela 17: Total da variância explicada

Variância total explicada									
Componente	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	4,531	41,187	41,187	4,531	41,187	41,187	3,014	27,402	27,402
2	1,450	13,178	54,365	1,450	13,178	54,365	2,966	26,963	54,365
3	0,904	8,219	62,583						
4	0,830	7,541	70,125						
5	0,658	5,984	76,109						
6	0,602	5,473	81,582						
7	0,548	4,979	86,561						
8	0,466	4,237	90,798						
9	0,442	4,022	94,821						
10	0,297	2,703	97,524						
11	0,272	2,476	100,000						

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Fonte: Elaboração própria

Tabela 18: Matriz de componentes após rotação

Itens	Componente	
	1	2
9.6 Estabelecimento de restauração	.797	
9.5 Estabelecimento de bebidas/cafetaria	.782	
9.4 Serviços de apoio ao peregrino/visitante	.735	
9.3 Loja de objetos religiosos	.592	
9.2 Wc's	.527	
9.1 Parque de estacionamento	.512	
9.10 Acolhimento no santuário		.852
9.11 Ambiente no santuário		.815
9.9 Urbanização e espaços verdes		.695
9.7 Segurança		.634
9.8 Oferta religiosa		.607

Fonte: Elaboração própria;

Modelo de extração: Análise de Componente principal;

Método de Rotação: Varimax com normalização de Kaiser <sup>a</sup>.

a. Rotação convertida em 3 iterações.

## Apêndice B – Questionário em Português



### Inquérito

O presente questionário é realizado no âmbito da dissertação de Mestrado em Gestão do Turismo sob o tema Turismo Religioso em Balasar e tem como finalidade conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes do Santuário Alexandrina de Balasar.

O preenchimento do questionário tem a duração aproximada de 8 minutos, sendo que, em caso de dúvida, pode interromper a qualquer momento.

Todas as informações recolhidas são anónimas e confidenciais, usadas exclusivamente para fins académicos.

Muito obrigado pela sua colaboração!

### 1. Caracterização Sociodemográfica

1.1 Género: M  F

1.2 Idade:

- |            |                       |                |                       |
|------------|-----------------------|----------------|-----------------------|
| 15-19 anos | <input type="radio"/> | 45-49 anos     | <input type="radio"/> |
| 20-24 anos | <input type="radio"/> | 50-54 anos     | <input type="radio"/> |
| 25-29 anos | <input type="radio"/> | 55-59 anos     | <input type="radio"/> |
| 30-34 anos | <input type="radio"/> | 60-64 anos     | <input type="radio"/> |
| 35-39 anos | <input type="radio"/> | 65-69 anos     | <input type="radio"/> |
| 40-44 anos | <input type="radio"/> | 69 e mais anos | <input type="radio"/> |

1.3 Origem

Concelho \_\_\_\_\_

1.4 Nacionalidade:

- |              |                       |               |                       |
|--------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| Portuguesa   | <input type="radio"/> | Brasileira    | <input type="radio"/> |
| Ucraniana    | <input type="radio"/> | Cabo Verdiana | <input type="radio"/> |
| Romena       | <input type="radio"/> | Angolana      | <input type="radio"/> |
| Guineense    | <input type="radio"/> | Inglesa       | <input type="radio"/> |
| Moldava      | <input type="radio"/> | Chinesa       | <input type="radio"/> |
| São -Tomense | <input type="radio"/> | Outra _____   | <input type="radio"/> |

1.5 Habilitações Literárias:

- |                   |                       |              |                       |
|-------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| 1º ciclo          | <input type="radio"/> | Licenciatura | <input type="radio"/> |
| 2º ciclo          | <input type="radio"/> | Bacharelato  | <input type="radio"/> |
| 3º ciclo          | <input type="radio"/> | Mestrado     | <input type="radio"/> |
| Ensino secundário | <input type="radio"/> | Doutoramento | <input type="radio"/> |
| Outro _____       | <input type="radio"/> |              |                       |

**1.6 Estado Civil:**Solteiro  Casado(a)  Divorciado(a)  Viúvo(a)  União de Facto 

Outro \_\_\_\_\_

Se seleccionou Casado, quantos elementos compõe o seu agregado familiar? \_\_\_\_\_

**1.7 Situação profissional**Trabalhador por conta de outrem Trabalhador por conta própria Empresário Desempregado(a) Reformado(a) Estudante Doméstico Incapacitado permanente para o trabalho Outro(a) \_\_\_\_\_ **1.8 Se respondeu Empresário qual a área** \_\_\_\_\_**1.9 Se respondeu trabalhador por conta de outrem ou por conta própria qual é a sua profissão** \_\_\_\_\_**2. Situação Religiosa****2.1 Qual a sua situação religiosa?**Católica  Se sim, responda à questão 2.2Outra Religião  Qual? \_\_\_\_\_Não tem religião **2.1.1 Porque é que veio?**Acompanhar família e/ou amigos Motorista Tinha curiosidade em conhecer Outra **2.2 Se seleccionou católica considera-se:**Crente praticante  Se sim responda à questão 2.3Não praticante Religioso(a)/Sacerdote

**2.3 Qual é a sua frequência de prática religiosa?**

Todos os dias  Ao domingo  1 vez por mês  Mais de uma vez por mês  1 vez por ano  Mais de uma vez por ano  Outra  \_\_\_\_\_

**3. Estada e organização da viagem****3.1 É a sua primeira visita ao Santuário Alexandrina de Balasar?**

Sim  Não  3.1.1 Quantas vezes? \_\_\_\_\_

**3.2 Quando visita o Santuário pernoita?**

Sim  Se sim, responda à questão 3.2.1 Não  Passar para a questão 3.3

**3.2.1 Onde pernoita?**

Casa dos Salesianos  Casa particular   
Hotel  Qual? \_\_\_\_\_ Caravana/Tenda   
Casa de Alojamento local  Pensão Residência   
Outra  \_\_\_\_\_

**3.3 Durante quanto tempo está/passa/fica no Santuário e em Balasar (Póvoa de Varzim/ Vila do Conde)?**

1-4 horas  5-8horas  9-12horas  13-16horas  1 noite  2 noites   
3 noites  >3noites

**3.4 Vem só ou acompanhado?**

Só  Passar para a questão 3.6 Acompanhado  responder à questão 3.5

**3.5 Quem o acompanha?**

Amigos  Conjuge/filhos  Outros familiares  Outro(a)  \_\_\_\_\_

**3.6 Como foi planeada a viagem ao Santuário Alexandrina de Balasar?**

Pelo próprio  Em grupo   
Associações culturais/religiosas  De indole particular   
Agências de viagens  Outro  \_\_\_\_\_

**3.6.1 Caso venha em grupo, está acompanhado por um ou mais sacerdotes e/ou religiosas(os)?**

Sim  Não  3.6.1.1 Por quantos? \_\_\_\_\_

**3.7 Participará ou participou em alguma celebração promovida pela Igreja onde está inserido Santuário?**

Sim  3.7.1 Qual? \_\_\_\_\_ Não  3.7.2 Porquê? \_\_\_\_\_

**3.8 Onde procurou informação acerca do Santuário Alexandrina de Balasar?**

Site da Fundação Alexandrina de Balasar   
 Facebook da Fundação Alexandrina de Balasar   
 Google   
 Folheto   
 Revista   
 Livro   
 Outro(a) \_\_\_\_\_

#### 4. Motivação da Visita Santuário Alexandrina de Balasar

**4.1 O motivo principal da sua viagem foi a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar?**

Sim  Não

**4.2 Caso tenha respondido “não” selecione o(s) motivo(s), que levaram à sua deslocação:**

Férias ou Lazer <input type="radio"/>	Religiosa (peregrinação/fé/cumprir promessa) <input type="radio"/>
Negócios <input type="radio"/>	Desportivo <input type="radio"/>
Reuniões <input type="radio"/>	Festividades/celebrações religiosas <input type="radio"/>
Cultura <input type="radio"/>	Curiosidade <input type="radio"/>
Repouso (saúde/repouso físico e mental) <input type="radio"/>	Visita a familiares <input type="radio"/>
Outro <input type="radio"/> _____	Viagem/Excursão <input type="radio"/>

#### 5. Meio de Transporte

**5.1 Qual o(s) meio(s) de transporte que utilizou para chegar ao Santuário Alexandrina de Balasar?**

A pé  De bicicleta  Autocarro  Avião  Automóvel  Comboio   
 Metro  Mota  Outro  \_\_\_\_\_

## 6. Atividades

**6.1 Quais as atividades realizadas durante o percurso até ao Santuário Alexandrina de Balasar e de regresso a casa (pode selecionar mais do que uma)?**

- Observar a paisagem                       Frequentar lugares ou praias fluviais   
 Realizar percursos pedestres                       Fazer compras   
 Frequentar termas                       Participar em eventos religiosos   
 Experimentar a gastronomia                       Visitar igrejas   
 Outra  \_\_\_\_\_

**6.2 Quais as principais atividades realizadas na zona envolta do Santuário Alexandrina de Balasar (pode selecionar mais do que uma)?**

- Passear                       Visitar a igreja   
 Rezar                       Assistir a celebração religiosa   
 Confessar                       Visitar a Casa da Beata Alexandrina   
 Visitar o túmulo da Beata Alexandrina                       Fazer compras no comércio local   
 Visitar a Capela do Senhor da Cruz                       Visitar o cemitério onde estão familiares da Beata   
 Almoçar/jantar                       Outra  \_\_\_\_\_

**6.3 Para além da sua visita ao Santuário, fez ou irá visitar outros lugares?**

- Sim  6.3.1 Quais? \_\_\_\_\_  
 Não

## 7. Existência Santuário Alexandrina de Balasar

**7.1 De que forma tomou conhecimento do Santuário Alexandrina de Balasar:**

- Tradição da família/amigos                       Agência de Viagens   
 Internet                       Publicidade   
 Divulgação em órgãos de comunicação social                       Literatura   
 Outra  \_\_\_\_\_                      Folheto

**7.2 Tenciona voltar e/ou recomendar uma visita ao Santuário Alexandrina de Balasar?**

- Sim       Não

**7.2.1 Porquê?** \_\_\_\_\_

### 8. Condições necessárias na zona do Santuário Alexandrina de Balasar

Tendo em conta as condições com as quais se deparou à chegada da freguesia de Balasar, na qual está inserido o Santuário Alexandrina de Balasar, responda às seguintes questões, utilizando a escala de acordo com o seu grau de concordância.

1-Discordo Totalmente	2-Discordo	3-Nem discordo Nem Concordo	4-Concordo	5- Concordo Totalmente
--------------------------	------------	-----------------------------	------------	---------------------------

	1	2	3	4	5
8.1.Considero a sinalização adequada para a faixa rodoviária.					
8.2.Sinto-me satisfeito com a sinalização colocada na faixa rodoviária.					
8.3.Considero que existe higiene e limpeza no túmulo e na zona envolvente ao Santuário.					
8.4. Os serviços de restauração encontram-se adequados às necessidades dos peregrinos/visitantes.					
8.5.Considero que a existência de alojamento é essencial para aumentar o número de peregrinos/visitantes.					
8.6. A zona de estacionamento é importante para que os peregrinos/visitantes queiram visitar o Santuário Alexandrina de Balasar.					
8.7. Na minha opinião a informação está acessível.					
8.8. Julgo que a tranquilidade é essencial para uma boa visita ao Santuário.					
8.9. Os serviços de apoio funcionam.					
8.10. A existência de um parque de merendas pode contribuir para aumentar as visitas ao Santuário.					
8.11. A celebração de eventos religiosos na freguesia faz com que os peregrinos/visitantes se desloquem em maior quantidade nesses dias.					
8.12. Considero importante a existência de visitas guiadas tanto na zona interior como exterior ao Santuário.					

8.13. O facto de se vir a realizar outras atividades (culturais, religiosas, concertos de música, conferências) ao longo do ano, seria fator para visitar novamente.					
8.14. Considero que o número de acessos para pessoas com mobilidade reduzida é suficiente.					

9. Das seguintes infraestruturas e serviços, quais foram os que utilizou? E qual o seu grau de satisfação (escala de Likert de 1 a 6)?

<b>1-Péssima</b>	<b>2-Má</b>	<b>3-Razoável</b>	<b>4-Boa</b>	<b>5-Muito Boa</b>	<b>6- NA (não aplicável)</b>
------------------	-------------	-------------------	--------------	--------------------	------------------------------

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
9.1 Parque de estacionamento						
9.2 WC's						
9.3 Loja de objetos religiosos						
9.4 Serviços de apoio ao peregrino/visitante						
9.5 Estabelecimento de bebidas/cafetaria						
9.6 Estabelecimento de restauração						
9.7 Segurança						
9.8 Oferta religiosa						
9.9 Urbanização e espaços verdes						
9.10 Acolhimento no santuário						
9.11 Ambiente no santuário						

Agradecemos muito a sua disponibilidade em ter colaborado neste questionário. Muito obrigado.

## Apêndice C – Questionário em Inglês



### Inquiry

The present questionnaire is carried out within the scope of the Master's thesis on Tourism Management under the theme Religious Tourism in Balasar and aims to know the profile of visitors/ pilgrims to the tomb of Beata Alexandrina.

Completion of the questionnaire lasts approximately 8 minutes, and if in doubt, you can interrupt at any time.

All information collected is anonymous and confidential, used exclusively for academic purposes.

Thank you for your cooperation!

### 1. Sociodemographic Characterization

1.1 Gender: M  F

1.2 Age:

- |             |                       |                        |                       |
|-------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| 15-19 years | <input type="radio"/> | 45-49 years            | <input type="radio"/> |
| 20-24 years | <input type="radio"/> | 50-54 years            | <input type="radio"/> |
| 25-29 years | <input type="radio"/> | 55-59 years            | <input type="radio"/> |
| 30-34 years | <input type="radio"/> | 60-64 years            | <input type="radio"/> |
| 35-39 years | <input type="radio"/> | 65-69 years            | <input type="radio"/> |
| 40-44 years | <input type="radio"/> | 69 it's over for years | <input type="radio"/> |

1.3 Home

County \_\_\_\_\_

1.4 Nationality:

- |                       |                       |              |                       |
|-----------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| Portuguese            | <input type="radio"/> | Brazilian    | <input type="radio"/> |
| Ukrainian             | <input type="radio"/> | Cape Verdean | <input type="radio"/> |
| Romanian              | <input type="radio"/> | Angolan      | <input type="radio"/> |
| Guinean               | <input type="radio"/> | English      | <input type="radio"/> |
| Moldavia              | <input type="radio"/> | Chinese      | <input type="radio"/> |
| Sao Tome and Principe | <input type="radio"/> | Other _____  | <input type="radio"/> |

1.5 Literary abilities:

- |             |                       |                  |                       |
|-------------|-----------------------|------------------|-----------------------|
| 1st cycle   | <input type="radio"/> | Licenciatura     | <input type="radio"/> |
| 2nd cycle   | <input type="radio"/> | Bachelors degree | <input type="radio"/> |
| 3rd cycle   | <input type="radio"/> | Masters          | <input type="radio"/> |
| High school | <input type="radio"/> | PhD              | <input type="radio"/> |
| Other _____ | <input type="radio"/> |                  |                       |

**1.6 Marital status:**

Not married  Married  Divorced  Widower  Union of Fact

Other \_\_\_\_\_

**If you selected married, how many elements make up your household? \_\_\_\_\_**

**1.7 Professional situation**

- Employee
- Self-employed
- Businessman
- Unemployed
- Retired
- Student
- Domestic
- Permanent incapacitated for work
- Other \_\_\_\_\_

**1.8 If the businessman answered the area \_\_\_\_\_**

**1.9 If you answered a employee or self-employed what your profession is \_\_\_\_\_**

**2. Religious situation**

**2.1 What is your religious situation??**

Catholic  If so, answer the question **2.2**

Other Religion  What? \_\_\_\_\_

No religion  Why did you come??

- Accompany family and / or friends
- Driver
- I was curious to meet
- Other

**2.2 If selected Catholic it is considered:**

Practicing believer  If so, answer the question **2.3**

Non-practitioner

Religious / Priest

**2.3 What is your frequency of religious practice??**

Every day  On Sunday  1 time per month  More than once a month  1  
time per year  More than once a year  Other  \_\_\_\_\_

**3. Stay and organization of the trip****3.1 It is her first visit to the Sanctuary Alexandrina in Balasar?**

Yes  No  How many times? \_\_\_\_\_

**3.2 When you visit the Sanctuary spend the night?**

Yes  If so, answer the question 3.2.1 No  Go to the question 3.3

**3.2.1 Where is the night??**

House of the Salesians  Private house   
Hotel  What? \_\_\_\_\_ Caravan / Tent   
House of local accommodation  Pension Residence   
Other  \_\_\_\_\_

**3.3 How long is stays in the Sanctuary and in Balasar (Póvoa de Varzim)?**

1-4 hours  5-8 hours  9-12 hours  13-16 hours  1 night  2 nights   
3 nights  >3 nights

**3.4 Come alone or accompanied?**

Only  Go to the question 3.6 Accompanied  answer the question 3.5

**3.5 Who is with you??**

Friends  Spouse / children  Other relatives  Other  \_\_\_\_\_

**3.6 How was the trip planned to the Sanctuary Alexandrina in Balasar?**

By himself  In Group   
Cultural / Religious Associations  Of a private nature   
Travel Agencies  Other  \_\_\_\_\_

**3.6.1 If you come in a group, are you accompanied by one or more priests and / or religious?**

Yes  No  For how many? \_\_\_\_\_

**3.7 Participate in or participate in a celebration promoted by the Church where the Sanctuary?**

Yes  What? \_\_\_\_\_ No  Why? \_\_\_\_\_

**3.8 Where he sought information about the Sanctuary Alexandrina in Balasar?**

- Site of the Alexandrina Foundation of Balasar
- Facebook of the Alexandrina de Balasar Foundation
- Google
- Flyer
- Magazine
- Book
- Other \_\_\_\_\_

#### 4. Motivation of the Visit to Sanctuary Alexandrina in Balasar

**4.1 The main reason of his trip was the visit to the Sanctuary Alexandrina in Balasar?**

Yes  No

**4.2 If you answered "no" select the reason (s), in order of importance, that led to your move:**

- |                                                                |                                                                     |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Vacation or Leisure <input type="radio"/>                      | Religious (pilgrimage / faith / keep promise) <input type="radio"/> |
| Business <input type="radio"/>                                 | Sporty <input type="radio"/>                                        |
| Meetings <input type="radio"/>                                 | Religious Festivals / Festivals <input type="radio"/>               |
| culture <input type="radio"/>                                  | Curiosity <input type="radio"/>                                     |
| Rest (health / physical and mental rest) <input type="radio"/> | Visiting relatives <input type="radio"/>                            |
| Other <input type="radio"/> _____                              | Travel / Tour <input type="radio"/>                                 |

#### 5. Means of transport

**5.1 What means(s) of transport did you use to get to the Sanctuary Alexandrina in Balasar?**

On foot  By bike  Bus  airplane  Car  Train  Subway  Motorcycle   
Other  \_\_\_\_\_



### 8. Necessary conditions in the area of the Sanctuary Alexandrina in Balasar

Taking into account the conditions with which he came upon the arrival of the parish of Balasar, which includes the Sanctuary Alexandrina in Balasar, answer the following questions, using the scale according to their degree of agreement.

1- Strongly Disagree	2- I disagree	3- Neither disagree nor agree	4- I agree	5- I totally agree
----------------------	---------------	-------------------------------	------------	--------------------

	1	2	3	4	5
1. I consider the appropriate road signs .					
2. I am pleased with the signs placed on the road.					
3. I believe that there is hygiene and cleanliness in the tomb and in the area surrounding the Sanctuary.					
4. The catering services are adequate to the needs of the visitors.					
5. I consider that the existence of accommodation is essential to increase the number of visitors/ pilgrims.					
6. The parking area is important for visitors/ pilgrims to visit the Sanctuary Alexandrina in Balasar.					
7. In my opinion the information is accessible.					
8. I believe that tranquility is essential for a good visit to the Sanctuary.					
9. Support services work.					
10. The existence of a picnic area can contribute to increase visits to the Sanctuary.					
11. The celebration of religious events in the parish causes visitors/ pilgrims to move more in these days.					
12. I consider it important to have guided tours both inside and outside the Sanctuary.					
13. The fact that other activities (cultural, religious, music concerts, conferences) were held throughout the year would be a factor to visit again.					

14. I believe that the number of accesses for people with reduced mobility is sufficient.						
-------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Which of the following infrastructures and services did you use? And how satisfied are you (Likert scale from 1 to 6)?

<b>1-Terrible</b>	<b>2- Bad</b>	<b>3- Reasonable</b>	<b>4- Good</b>	<b>5- Very Good</b>	<b>6- NA (not applicable)</b>
-------------------	---------------	----------------------	----------------	---------------------	-------------------------------

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
1. Parking lot						
2. WC's						
3. Religious Objects Store						
4. Pilgrim / visitor support services						
5. Coffee shop / café						
6. Restoration Establishment						
7. Safety						
8. Religious offer						
9. Urbanization and green spaces						
10. Reception at the sanctuary						
11. Setting in the sanctuary						

Thank you very much for your willingness to cooperate with this questionnaire. Thank you very much.

## Apêndice D – Pedido de autorização para aplicação dos questionários



Balasar, 17 de abril de 2018

Exmo. Sr.

O meu nome é Ana Cristina da Costa Malta e sou estudante do Mestrado em Gestão do Turismo lecionado pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto. De momento estou a desenvolver uma Investigação, cujo tema é: Turismo Religioso em Balasar. Os objetivos são conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes do Santuário Alexandrina de Balasar, identificar as principais motivações dos peregrinos/visitantes do Santuário Alexandrina de Balasar, conhecer a origem e o meio de transporte dos peregrinos/visitantes que visitam o Santuário Alexandrina de Balasar, identificar as fontes de informação que ajudaram os peregrinos/visitantes a obter conhecimento do Santuário Alexandrina de Balasar, descrever as atividades que são desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes durante a visita ao Santuário Alexandrina de Balasar e determinar se o santuário oferece ou dispõe das infraestruturas adequadas para satisfazer as necessidades e desejos dos peregrinos/visitantes.

A referida investigação tem como orientador o professor Doutor Luís Manuel Mendes Correia.

Para tal, venho solicitar a V<sup>ª</sup>.Ex<sup>ª</sup> a autorização para a recolha de dados pré existentes e aplicação de um questionário junto dos visitantes/peregrinos que se deslocam até ao Santuário. A recolha de dados deverá ser realizada entre os dias 17 e 29 de abril do presente ano letivo.

Saliento ainda que o pedido de colaboração dos peregrinos/visitantes será feito mediante consentimento informado.

Certa que o seu contributo me irá ajudar a desenvolver este estudo, agradeço antecipadamente a sua colaboração e disponibilidade.

## PEDIDO DE AUTORIZAÇÃO AO RESPONSÁVEL DO SANTUÁRIO

Eu R. Manuel Carvalho Vieira  
responsável do Santuário, autorizo/não autorizo a recolha  
de dados no âmbito do estudo de investigação "Turismo religioso em Balasar".

O Responsável:

R. Manuel Carvalho Vieira  
18 de abril de 2018

A aluna:

Ana Cristina da Costa Malta

(Ana Cristina da Costa Malta)

## Apêndice E – Pedido de autorização da realização da entrevista ao Presidente da Junta de Freguesia

### Pedido de autorização para realização de uma entrevista

Ana Cristina da Costa Malta  
Aluna do Mestrado em Gestão do Turismo  
na ESHT – Vila do Conde

Ao Exmo. Senhor,  
Vereadora do Pelouro do Turismo  
Praça do Almada  
4490-438 Póvoa de Varzim

Vila do Conde, 05 de abril de 2018

**Assunto:** Pedido de autorização para realização de entrevista

Exmo. Sr. Presidente da Junta de Freguesia de Balasar

Venho por este meio solicitar a colaboração da Junta de Freguesia de Balasar para a realização de um estudo sobre o perfil do peregrino/visitante que se desloca ao Santuário Alexandrina de Balasar.

Este estudo será realizado no âmbito da Dissertação de Mestrado, do Mestrado em Gestão do Turismo, lecionado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo em Vila do Conde.

Neste sentido, para que a Dissertação tenha o valor que se impõe, solicito a V.<sup>a</sup>. Ex.<sup>a</sup>. Se digne conceder-me uma breve entrevista, em data e hora a combinar, dentro da Sua disponibilidade.

Todas as informações recolhidas são anónimas e confidenciais, sendo usadas exclusivamente para fins académicos.

Sem outro assunto de momento, subscrevemo-me com os melhores cumprimentos, colocando-me à disposição para qualquer esclarecimento adicional.

Atentamente

## Apêndice F - Pedido de autorização da realização da entrevista à Vereadora da Câmara Municipal

### Pedido de autorização para realização de uma entrevista

Ana Cristina da Costa Malta  
Aluna do Mestrado em Gestão do Turismo  
na ESHT – Vila do Conde

À Exma. Senhora,  
Vereadora do Pelouro do Turismo  
Praça do Almada  
4490-438 Póvoa de Varzim

Vila do Conde, 05 de abril de 2018

**Assunto:** Pedido de autorização para realização de entrevista

Exma. Sra. Vereadora do Pelouro do Turismo

Venho por este meio solicitar a colaboração do Município da Póvoa de Varzim para a realização de um estudo sobre o perfil do peregrino/visitante que se desloca ao Santuário Alexandrina de Balasar.

Este estudo será realizado no âmbito da Dissertação de Mestrado, do Mestrado em Gestão do Turismo, lecionado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo em Vila do Conde.

Neste sentido, para que a Dissertação tenha o valor que se impõe, solicito a V.<sup>a</sup> Ex.<sup>a</sup>. Se digne conceder-me uma breve entrevista, em data e hora a combinar, dentro da Sua disponibilidade.

Todas as informações recolhidas são anónimas e confidenciais, sendo usadas exclusivamente para fins académicos.

Sem outro assunto de momento, subscrevemo-me com os melhores cumprimentos, colocando-me à disposição para qualquer esclarecimento adicional.

Atentamente

## Apêndice G – Guião de entrevista ao Presidente da Fundação Alexandrina de Balasar

### **Guião de Entrevista ao Presidente da Fundação Alexandrina de Balasar**

---

#### **Perfil do Visitante**

Começamos por agradecer a disponibilidade e prontidão que demonstrou em nos conceder a realização desta entrevista.

Este instrumento visa a recolha de dados para uma pesquisa realizada no âmbito da Dissertação de Mestrado, do 2º ano do curso de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo.

As questões visam conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes, assim como de algumas características envolvidas ao Santuário Alexandrina de Balasar.

As informações concedidas serão exclusivamente para fins académicos.

Contextualizada a entrevista, procederemos à colocação das questões pertinentes à realização do trabalho.

#### **Questões**

1. Há quanto tempo se tornou representante da Fundação Alexandrina de Balasar?
2. Qual ou quais as razões que levaram a criar a Fundação Alexandrina de Balasar?
3. Qual o papel que teve na criação e desenvolvimento do Projeto Fundação Alexandrina de Balasar?
4. Qual o perfil dos peregrinos/visitantes que visitam o Santuário Alexandrina de Balasar? Em termos de sexo, origem, faixa etária, situação profissional, habilitações académicas?
5. Tem noção, de forma geral, da duração da estadia dos peregrinos/visitantes?
6. Qual o meio de transporte que considera ser mais utilizado pelos peregrinos/visitantes que se deslocam até ao Santuário?

7. De maneira geral, consegue-me dizer qual ou quais as origens (nacionalidades) que mais afluem ao Santuário?
8. De que forma é feita a comunicação e promoção da mensagem da Beata Alexandrina? Considera que é através desses meios, ou de outros que os peregrinos/visitantes obtém conhecimento do Santuário?
9. Qual o principal motivo que leva os peregrinos/visitantes a deslocarem-se até ao Santuário Alexandrina de Balasar?
10. Qual o número de peregrinos/visitantes que recebem em média por mês e por ano no Santuário Alexandrina de Balasar? E a casa da Beata Alexandrina?
11. Têm forma de registar os peregrinos/visitantes? Quais?
12. Que locais, para além do Santuário Alexandrina de Balasar, os peregrinos/visitantes podem e optam por visitar?
13. Tem serviço de apoio aos peregrinos/visitantes? Quais?
14. Quais as práticas religiosas desenvolvidas pelos peregrinos/visitantes durante a visita ao Santuário?
15. Em termos de infraestruturas, quais as condições que o local onde está inserido o Santuário, oferece aos peregrinos/visitantes? Na sua opinião, o que considera que falta?
16. No caso dos peregrinos/visitantes estrangeiros, qual o principal motivo da escolha da viagem/peregrinação a Portugal?
17. Qual a importância de Balasar na escolha da viagem a Portugal pelos peregrinos/visitantes?
18. Qual a importância do Santuário Alexandrina de Balasar na escolha da viagem a Portugal pelos peregrinos/visitantes?

19. Na sua opinião, qual a tendência do turismo religioso em Balasar?
20. O Santuário Alexandrina de Balasar possui um plano estratégico de desenvolvimento próprio ou com outros projetos?
21. Como considera a relação da Fundação com a Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, a Junta de Freguesia e os restantes stakeholders?
22. Considera que os vários stakeholders estão dispostos a colaborar no desenvolvimento e promoção do Turismo religioso na freguesia de Balasar?
23. Como avalia o papel que esses stakeholders desempenham nessa tarefa (desenvolvimento e promoção do Turismo religioso na freguesia de Balasar)?
24. De que forma o Governo e as estâncias eclesíásticas poderiam contribuir para dinamizar este fenómeno do turismo religioso?
25. Tem projetos para o futuro? Quais?

## Apêndice H – Guião de entrevista ao responsável do estabelecimento de objetos religiosos

### **Guião de Entrevista ao Responsável do estabelecimento de objetos religiosos**

---

#### **Perfil do Visitante**

Começamos por agradecer a disponibilidade e prontidão que demonstrou em nos conceder a realização desta entrevista.

Este instrumento visa a recolha de dados para uma pesquisa realizada no âmbito da Dissertação de Mestrado, do 2º ano do curso de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo.

As questões visam conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes, assim como de algumas características envolvidas ao Santuário Alexandrina de Balasar.

As informações concedidas serão exclusivamente para fins académicos.

Contextualizada a entrevista, procederemos à colocação das questões pertinentes à realização do trabalho.

#### **Questões**

1. Quais os meses do ano em que recebe mais peregrinos/visitantes no seu estabelecimento?
2. Qual é o número de peregrinos/visitantes que recebe em média por mês e por ano?
3. Quando se deslocam ao seu estabelecimento vem em grupos de pequena ou grande dimensão?
4. Quais são as lembranças que os peregrinos/visitantes compram mais? E as que compram menos?
5. Qual é o perfil dos peregrinos/visitantes que vem até este estabelecimento de restauração? Em termos de sexo, origem, faixa etária, situação profissional, habilitações académicas?
6. Tem noção, de forma geral, da duração da estadia dos peregrinos/visitantes?

7. Que locais, para além do Santuário Alexandrina de Balasar, os peregrinos/visitantes podem e optam por visitar?
8. Na sua opinião, qual a tendência do Turismo Religioso em Balasar?
9. De que forma o Governo e as estâncias eclesiásticas poderiam contribuir para dinamizar este fenómeno do turismo religioso?
10. Que sugestões pode dar para o desenvolvimento/consolidação do Turismo religioso em Balasar?
11. Qual a sua opinião acerca da loja de objetos religiosos na Igreja?

## Apêndice I – Guião de entrevista ao responsável pelo estabelecimento de restauração

### **Guião de Entrevista ao Responsável do estabelecimento de restauração**

---

#### **Perfil do Visitante**

Começamos por agradecer a disponibilidade e prontidão que demonstrou em nos conceder a realização desta entrevista.

Este instrumento visa a recolha de dados para uma pesquisa realizada no âmbito da Dissertação de Mestrado, do 2º ano do curso de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo.

As questões visam conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes, assim como de algumas características envolvidas ao Santuário Alexandrina de Balasar.

As informações concedidas serão exclusivamente para fins académicos.

Contextualizada a entrevista, procederemos à colocação das questões pertinentes à realização do trabalho.

#### **Questões**

1. Quais os meses do ano em que recebe mais peregrinos/visitantes no seu estabelecimento?
2. Qual é o número de peregrinos/visitantes que recebe em média por mês e por ano?
3. Quando se deslocam ao seu estabelecimento vem em grupos de pequena ou grande dimensão?
4. Os peregrinos/visitantes optam por um menu completo ou preferem comer algo que seja confeccionado mais rápido?
5. Qual é o perfil dos peregrinos/visitantes que vem até este estabelecimento de restauração? Em termos de sexo, origem, faixa etária, situação profissional, habilitações académicas?

6. Tem noção, de forma geral, da duração da estadia dos peregrinos/visitantes?
7. Que locais, para além do Santuário Alexandrina de Balasar, os peregrinos/visitantes podem e optam por visitar?
8. Na sua opinião, qual a tendência do Turismo Religioso em Balasar?
9. De que forma o Governo e as estâncias eclesiásticas poderiam contribuir para dinamizar este fenómeno do turismo religioso?
10. Que sugestões pode dar para o desenvolvimento/consolidação do Turismo religioso em Balasar?

### **Guião de Entrevista a uma pessoa que conheceu a Beata Alexandrina**

---

#### **Perfil do Visitante**

Começamos por agradecer a disponibilidade e prontidão que demonstrou em nos conceder a realização desta entrevista.

Este instrumento visa a recolha de dados para uma pesquisa realizada no âmbito da Dissertação de Mestrado, do 2º ano do curso de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo.

As questões visam conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes, assim como de algumas características envolvidas ao Santuário Alexandrina de Balsasar.

As informações concedidas serão exclusivamente para fins académicos.

Contextualizada a entrevista, procederemos à colocação das questões pertinentes à realização do trabalho.

#### **Questões:**

1. Quando é que conheceu a Beata Alexandrina?
2. Que idade tinha a Beata Alexandrina quando a conheceu?
3. Como é que ela era, fala-me um pouco dela?
4. A que fenómenos assistiu?
5. O que fazia quando estava na casa da Beata?
6. Qual a postura que ela demonstrava quando sofria a paixão?
7. De quem ela falava mais?
8. Como é que ela falava de Nosso Senhor?

9. A Beata Alexandrina gostava que as pessoas viessem visitá-la, quando era viva?
10. Qual o principal motivo que leva os peregrinos/visitantes a deslocarem-se até ao Santuário Alexandrina de Balasar?
11. Qual a opinião que tem sobre o fenómeno de hoje, o facto de vir muita gente visitar o Santuário e a casa?

### **Guião de Entrevista ao Presidente de Junta de Freguesia**

---

#### **Perfil do Visitante**

Começamos por agradecer a disponibilidade e prontidão que demonstrou em nos conceder a realização desta entrevista.

Este instrumento visa a recolha de dados para uma pesquisa realizada no âmbito da Dissertação de Mestrado, do 2º ano do curso de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo.

As questões visam conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes, assim como de algumas características envolvidas ao Santuário Alexandrina de Balasar.

As informações concedidas serão exclusivamente para fins académicos.

Contextualizada a entrevista, procederemos à colocação das questões pertinentes à realização do trabalho.

#### **Questões**

1. Há quanto tempo se encontra no cargo de Presidente da Junta de Freguesia?
2. Que importância atribui ao Turismo Religioso?
3. Como caracteriza a oferta que existe no Santuário Alexandrina de Balasar? E a procura?
4. Qual o impacto que o turismo religioso em Balasar tem no destino Póvoa de Varzim?
5. Na sua opinião, qual a tendência do turismo religioso em Balasar?

6. Do seu ponto de vista o que é que o Santuário Alexandrina de Balasar, veio, vem ou virá contribuir no desenvolvimento da freguesia e consequentemente do concelho para o turismo?
7. Qual é a relação da Fundação Alexandrina de Balasar com a Câmara Municipal da Póvoa de Varzim e os restantes stakeholders (entidades turísticas públicas, organizações turísticas privadas e outras instituições)?
8. Considera que os vários stakeholders estão dispostos a colaborar no desenvolvimento e promoção do Turismo religioso na freguesia de Balasar? De que forma poderão fazê-lo?
9. Que iniciativas estão atualmente a decorrer para desenvolver e promover o Turismo religioso em Balasar?
10. A Junta de Freguesia contribui com algum apoio para os eventos religiosos ocorridos na freguesia de Balasar?
11. De que forma o Governo poderia contribuir para dinamizar este fenómeno do turismo religioso?
12. Que sugestões pode dar para o desenvolvimento/consolidação do Turismo religioso em Balasar?

### **Guião de Entrevista à Vereadora do Pelouro do Turismo**

---

#### **Perfil do Visitante**

Começamos por agradecer a disponibilidade e prontidão que demonstrou em nos conceder a realização desta entrevista.

Este instrumento visa a recolha de dados para uma pesquisa realizada no âmbito da Dissertação de Mestrado, do 2º ano do curso de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo.

As questões visam conhecer o perfil dos peregrinos/visitantes, assim como de algumas características envolvidas ao Santuário Alexandrina de Balasar.

As informações concedidas serão exclusivamente para fins académicos.

Contextualizada a entrevista, procederemos à colocação das questões pertinentes à realização do trabalho.

#### **Questões**

1. Há quanto tempo se encontra no cargo de vereadora do Pelouro do Turismo?
2. Que importância atribui ao Turismo Religioso?
3. Como caracteriza a oferta que existe no Santuário Alexandrina de Balasar? E a procura?
4. Qual o impacto que o turismo religioso em Balasar tem no destino Póvoa de Varzim?
5. Na sua opinião, qual a tendência do turismo religioso em Balasar?
6. Do seu ponto de vista o que é que o Santuário Alexandrina de Balasar, veio, vem ou virá contribuir no desenvolvimento da freguesia e conseqüentemente do concelho para o turismo?

7. Qual é a relação da Fundação Alexandrina de Balasar com a Câmara Municipal da Póvoa de Varzim e os restantes stakeholders (entidades turísticas públicas, organizações turísticas privadas e outras instituições)?
8. Considera que os vários stakeholders estão dispostos a colaborar no desenvolvimento e promoção do Turismo religioso na freguesia de Balasar? De que forma poderão fazê-lo?
9. Que iniciativas estão atualmente a decorrer para desenvolver e promover o Turismo religioso em Balasar?
10. A Câmara Municipal contribui com algum apoio para os eventos religiosos ocorridos na freguesia de Balasar?
11. De que forma o Governo poderia contribuir para dinamizar este fenómeno do turismo religioso?
12. Que sugestões pode dar para o desenvolvimento/consolidação do Turismo religioso em Balasar?