



Departamento de Sociologia

Os Públicos do Festival Paredes de Coura 2011:  
Expectativas, Motivações e Práticas

Ricardo Gil Pedreiro Rocha

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor João Teixeira Lopes, Professor Catedrático  
Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Setembro, 2011



## **Agradecimentos**

A todos os que colaboraram comigo no desenvolvimento deste trabalho, o meu agradecimento. Em particular, ao Professor João Teixeira Lopes, à minha família e amigos, com especial destaque àqueles que, sem o seu contributo, a realização deste não seria possível: à Vânia, à Catarina Leça, ao Pedro Andrade, ao Hugo Moreira, ao Bruno Almeida, ao Pedro Martins e ao João Braz.



## **Resumo**

Os festivais de música de Verão são, há já várias décadas, parte integrante da cultura juvenil ocidental. No entanto, em Portugal, apenas na década de 90, estes se tornam assíduos no panorama cultural nacional.

Não sendo fenómenos isolados, quase todos com periodicidade anual, é interessante verificar que existem poucos estudos académicos sobre estas produções culturais, algumas delas em grande massa.

Num ano em que mais uma vez, dias específicos e festivais completos esgotaram as suas bilheteiras, os festivais de Verão tornam-se ainda mais assunto da ordem do dia, como negócio cultural que inverte as tendências económicas actuais.

Dentro deste panorama, o Festival Paredes de Coura, assume-me com um dos mais consistentes eventos do circuito nacional. Será um dos mais antigos festivais a realizarem-se sem interrupções em território luso, com um cartaz musical detentor de uma linha directriz bem definida e uma localização com características naturais invejáveis.

Porém, o enfoque deste estudo vai para os Públicos deste Festival e todas as informações acumuladas sobre estes, desde os seus dados mais básicos, às suas motivações e expectativas, passando pela relação dos públicos com festival.

Para o efeito, foi aplicada uma metodologia de carácter exploratória/descritiva, materializada através de um questionário, entregue aleatoriamente no terreno a 115 indivíduos.

Os resultados do estudo ambicionam trazer à luz do conhecimento, maiores informações sobre os públicos do supracitado festival e de eventos do género, no sentido da dissolução de dogmas e pré-conceitos existentes em parte do espectro social e mediático português, sobre estes eventos e os seus frequentadores.

Palavras-chave: Públicos de festivais, festivais de verão, festivais de música, Paredes de Coura



## **Abstract**

Summer festival of music are, from decades ago part of juvenile western culture. However, in Portugal, just on the 90's, it become assiduous on the national cultural panorama. Not being isolated phenomenon, almost every single is annual, it's interesting to verify that there are not so many academic studies about these cultural productions, some on them in large scale.

In one year that once again, there were many single days and full festivals were sold out, summer festivals became even more news headliners, as cultural business that reverses the current economic tendencies.

As part of this scene, Paredes de Coura Festival, assumes as one of the most consistent events of the national circuit. It's one of the oldest festivals occurring without breaks in Portuguese soil, with a lineup that owns a clear and well defined vision e a geographic localization with natural and enviable characteristics.

Although, the focus of this study goes to the festival's Public and all the collected data about them, from basic information, to the motivations and expectation, passing through the relationship between the Public and the festival itself.

To achieve that, it was applied an exploratory/descriptive type of methodology, created through a questionnaire, randomly delivered on the field to 115 individuals.

The study's results strive to bring to light new and wider data about the Public of the mentioned festival and these kinds of event, trying to dissolve dogmas and pre-concepts that exist still exist in part of the social spectrum and national media, about these types of event and people that take part on them.

**Keywords:** Festivals Public, summer festivals, music festivals, Paredes de Coura



# Índice

Agradecimentos .....	i
Resumo .....	iii
Abstract.....	v
Introdução.....	1
PARTE I – OS FESTIVAIS COMO FENÓMENO SOCIAL .....	3
1.    Conceitos sociológicos.....	3
1.1.    Rituais, Consumo, Música e Juventude .....	3
1.2.    Contributo de Pierre Bourdieu .....	4
2.    Estudos de Práticas Culturais .....	6
3.    Festivais.....	9
4.    Festivais em Portugal .....	10
5.    Paredes de Coura.....	12
5.1.    Edição de 2011 .....	13
PARTE II – METODOLOGIA .....	15
6.    Objectivos.....	15
7.    Método .....	15
7.1.    Desenvolvimento do instrumento de recolha de dados .....	17
7.2.    Fundamento teórico para a elaboração do inquérito .....	18
8.    Amostra .....	24
9.    Aplicação dos questionários.....	25
PARTE III – ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....	27

PARTE IV – CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	39
Bibliografia.....	41
Anexo I – Inquérito .....	I
Anexo II – Análise Estatística.....	V

## Índice de Quadros e Figuras

Quadro 2.1. – Intensidade das práticas culturais de saída .....	6
Quadro 2.2. – Entradas em espectáculos (em milhões).....	7
Figura 2.3. – Espectadores dos espectáculos ao vivo por grupo etário .....	8
Quadro III.1. - Práticas culturais por idade e género .....	31
Quadro III.2. - Estilos musicais por idade e género .....	32
Quadro III.3. - Transporte para o Festival por género .....	33
Quadro III.4. - Transporte para o Festival por idade.....	33



## Introdução

O meu interesse por festivais de Verão debutou no Verão de 2002, aquando das primeiras coberturas do canal de televisão por cabo SIC Radical, nos então três maiores festivais de Verão nacionais: Sudoeste, Paredes de Coura e Vilar de Mouros.

Para um jovem que, aos 16 anos, por um lado, começava a delinear os seus gostos musicais, e por outro, sonhava com momentos de êxtase colectivo e de liberdade para me deslocar a locais mais recônditos do nosso país, a imagética que me chegava através da televisão estava-se a tornar um dos objectivos a alcançar na puberdade, um oásis numa época de falta de identificação pessoal, e ânsia de afirmação individual.

Só quatro anos mais tarde iria pela primeira vez a um deles, neste particular, o Festival Sudoeste. Desde então, o hábito anual não teve interrupções, embora tenha deixado o acampamento como parte da experiência.

Entretanto, o Festival de Vilar de Mouros deixou de ser parte do circuito, voltando apenas este ano, para uma edição que já pouco tem a ver com o conceito a que deu origem em território nacional, há já quase 4 décadas.

Cingindo-me a Paredes de Coura, o meu fascínio sempre foi particular. A paisagem bucólica, o rio a atravessar o recinto, os relatos de amigos nortenhos de um excelente ambiente no recinto a aguçarem-me o apetite “festivaleiro”. Como se não chegassem já os motivos, o meu destino acabou por lhe adicionar o toque dramático que lhe faltava. Em 2005, quando a experiência em festivais (e concertos) musicais ainda era nula, preparava a minha estreia em Paredes de Coura, para o final de Julho. Um acidente de viação, a poucos dias do evento, embora me tenha deixado poucas mazelas físicas, tirou-me a ilusão de passar o resto do mês, junto à praia fluvial do rio Tabuão, a ouvir algumas das minhas bandas de eleição.

A edição de 2005 foi, muito provavelmente, a que mais investimento exigiu à organização desde o início do festival, em 1993, e, até à data, não voltou a realizar-se uma edição com tantos nomes sonantes no cartaz, fosse por falta de recursos financeiros ou por opção da organização. Frustrado por não ter conseguido ir, justifiquei a minha ausência nas cinco edições seguintes pelo facto do cartaz não ter voltado a ser tão impressionante como na referida edição.

Ao contrário do Festival Sudoeste, que ao longo dos anos foi divergindo nas suas escolhas musicais, provavelmente por influência do que será o panorama musical *mainstream* e o facto de ser um festival suportado pelo patrocínio de grandes marcas, o Festival Paredes de Coura sempre me deixou a imagem de que tinha uma linha mais consistente em termos de cartaz musical, e de público frequentador.

Retornando a 2011, fiz o Verão mais repleto de festivais de que me lembro, chegando a conviver com membros da equipa da televisão que cobriu mais uma vez os festivais, a SIC Radical. Em menos de dez anos, o que era o meu oásis passou a fazer parte integrante do meu quotidiano.

Em relação ao Festival Paredes de Coura, penso que já não restarão acrescentar muitos mais motivos porque quis que fizesse parte do objecto de investigação para esta tese de Mestrado, que aqui se inicia.

Verifiquei, ao longo dos anos, que os públicos de festivais de Verão são alvo de pré-conceitos e até algo estigmatizados, sobretudo por parte de alguns meios de comunicação social. Espero, com este estudo, que pelo menos alguns deles venham a ser clarificados.

Não obstante, quero responder a questões bem simples e claras sobre os públicos do Festival Paredes de Coura: Quem são? O que fazem? O que os traz ao Festival e o que esperam encontrar? A sua presença é um hábito cultivado ou uma experiência inédita? Qual a sua relação e conhecimento sobre os conteúdos musicais do evento?

Penso que as respostas a estas e mais questões que irei enunciar ao longo do trabalho de investigação, terão interesse e trarão alguma luz mais a um assunto que considero ainda pouco estudado no nosso país.

Num panorama de recessão económico-financeira, a última década trouxe uma explosão de eventos por todo o país, tendo alguns mesmo obtido lotações esgotadas, sobretudo nos últimos dois/três anos. Esse fenómeno carece de respostas científicas, e espero que os resultados deste estudo sirvam para lançar as bases para que em breve se possa ter um olhar analítico mais preciso sobre estes factos sociais.

Por fim, vou ao festival no papel de observador participante. Seis anos depois da primeira vez em que pensei estreitar-me no festival, é um estudo de investigação que me leva a terras de Coura.

Da curiosidade nasceu o trabalho que se segue, que será constituído por três momentos. Um primeiro onde serão abordados desde os conceitos sociológicos inerentes, ao contributo de Bourdieu, autor incontornável de estudos de Público, e o fenómeno dos Festivais de Verão, do geral para o particular. Num segundo momento, serão expostos os objectivos que foram colocados à partida e as metodologias postas em práticas para esse fim. Finalmente, num último momento, serão descritos e discutidos os resultados obtidos e serão tecidas algumas considerações finais.

# PARTE I – OS FESTIVAIS COMO FENÓMENO SOCIAL

## 1. Conceitos sociológicos

### 1.1. Rituais, Consumo, Música e Juventude

O festival Paredes de Coura insere-se na categoria de rituais de consumo. Neste caso particular, com carácter anual e bem definido no espaço e no tempo, junto à praia do rio Tabuão, durante o período demarcado para a realização do evento. Segundo Rook (1985), os rituais de consumo “podem ser definidos como férias, ocasiões especiais ou eventos sagrados, caracterizados pelo intensivo (e por vezes excessivo) consumo de bens, serviços ou experiências.”.

Numa outra perspectiva, Driver (1991) postulou que os rituais de consumo dão origem a três “presentes sociais”: de ordem, transformação e comunidade. O primeiro refere-se à estrutura que estes rituais conferem às acções dos indivíduos que deles fazem parte; a transformação no sentido em que certo hábito de consumo que esteja patente, tem sempre um impacto, mesmo que mínimo, no seu participante; por fim, a comunidade, pois um hábito de consumo tende a fortalecer os laços sociais do indivíduo com a sua comunidade mais próxima, e com a rede social desta.

Sendo os festivais de Verão, Paredes de Coura incluído, eventos claramente direccionados para públicos jovens, devem ter-se em conta uma série de conceitos relacionados com os padrões e fenómenos de socialização (e neste caso, intrinsecamente, de consumo) a eles inerentes, entre os quais a teoria dos grupos de *status*, peça-chave na formação social dos jovens e adolescentes, postulada por Max Weber. Este *status*, ou o fenómeno da popularidade entre os jovens, centra-se na relação entre pares, na integração no grupo e na imitação recíproca e no reconhecimento de padrões comuns entre os seus membros, sejam estes padrões respeitantes a uma determinada maneira de vestir, sítios a frequentar ou tipo de música a ouvir. É neste contexto que se integra a questão dos festivais no seu âmbito de eventos direccionados a um público jovem.

Por outro lado, não deve ser descurado que todos estes fenómenos sociais estão intimamente interligados com o estilo de vida dos sociais participantes. O estilo de vida de um certo indivíduo determina as suas formas de ocupação de tempo livre e o seu gosto musical,

tendo directa relação com a participação em festivais de música. Weber (1946) sustenta que o estilo de vida se reflecte, socialmente, em gostos e preferências comuns, resultando em determinados padrões de consumo.

Em suma, cada festival tem o seu público bem definido, pondo à disposição de cada grupo um sistema simbólico e social. Os adolescentes e jovens dos dias de hoje têm o poder de criar e decidir do seu próprio sistema de *status*. Assim, e sendo os festivais caracterizados e direccionados pelo e para um público relativamente jovem, a escolha de determinado festival, de um ponto de vista sociológico, permite a cada grupo, em simultâneo, atingir determinado *status*, ser reconhecido e reconhecer o grupo e estabelecer as regras por que se rege esse mesmo grupo.

Para muitos dos que repetem a sua presença num determinado evento, o ritual começa a ser associado à sua pertença enquanto público. Goffman (1967) afirma que os rituais oferecem “confirmação mútua do valor do *self*, *status* social, e expectativas, dando uma sensação de segurança ontológica e permitindo que as acções sejam concluídas por maior ou menos número de agentes sociais reflexivos”.

Neste contexto, a questão do próprio bem de consumo em causa não deve ser desprezado. A música ainda que neste conjunto de circunstâncias muito especiais, de um evento que se prolonga por uma série de dias, num espaço definido, tem um papel primordial nos fenómenos de socialização. A música é reconhecidamente um meio de expressão identitária, que traça fronteiras muito específicas *intra* e *inter* grupos, sejam eles de índole social, geracional, ou mesmo entre pares.

## **1.2. Contributo de Pierre Bourdieu**

No que diz respeito aos estudos relativos às questões do gosto e da estética, Pierre Bourdieu (1930-2002) é um autor indispensável. De uma forma geral, e no que ao caso em estudo diz respeito, Bourdieu defende que o que determina as acções, as práticas e, portanto, o exercício do “gosto” são as condições sociais inerentes a cada indivíduo. Por outras palavras, as condições e posição sociais de onde provém cada indivíduo determinam as suas escolhas, o seu comportamento e o seu gosto respeitante às manifestações artísticas em geral. Bourdieu (1984) defende que o gosto tem a sua origem principal em competências adquiridas em função da origem social de cada um.

Posteriormente, Bourdieu (1993) salienta mesmo a relação entre a produção de arte e classe social, opondo arte e estética das elites, por oposição às não elites. Não se pense porém que Bourdieu concordava ou sancionava este sistema instituído de desigualdade social.

No entanto, a sua teoria adensa-se mais do que aparenta numa primeira perspectiva, pois envolve a dinâmica entre duas estruturas relacionais: a das posições no campo de produção cultural e a da tomada de posição do criador cultural. Tal abordagem reflecte a multidimensionalidade do espaço social, para este autor, dado que o que tem lugar num determinado “campo cultural”, está interdependente da forma como o poder é distribuído noutros campos (Lopes, 1998). As posições são, assim disposições culturais, que levam em linha de conta o capital cultural global do indivíduo, seja ele de carácter objectivado, incorporado ou institucionalizado.

Como tal, os consumos (ou práticas) culturais são, para Bourdieu, explicadas pelo cruzamento entre o referido “campo de produção” e o espaço social, com as suas condicionantes sociais, conseqüente das condições materiais de cada um. Produtor e consumidor juntam-se, assim, apenas no que está ao nível do aparente (Lopes, 1998).

Os paradigmas de Bourdieu ainda hoje representam um importante contributo para os estudos das práticas culturais. Porém, à luz da contemporaneidade deverão ser vistos em perspectiva e com alguma reserva. A globalização, o acesso a novos meios de comunicação, inexistentes ou pouco disseminados à época da publicação das suas principais obras, e mesmo novas formas de comunicação e a sua democratização, vêm abrir novas perspectivas sobre estas mesmas problemáticas. A própria socialização entre pares, decorrente desses mesmos fenómenos, veio também permitir uma socialização transversal à classe social de origem, com menor influência da institucionalização sobre o capital cultural.

O acesso à informação, cada vez mais generalizado, permite a formação de grupos com gostos e sentidos estéticos semelhantes, independentemente da sua origem. E poucos espaços serão tão representativos desta nova realidade como o de um festival de Verão.

Não sendo o próprio Bourdieu, um indivíduo dogmático, urge desafiar os seus postulados, uma vez que o gosto pode ser permeável à socialização e à mudança relativamente à novidade. Sintetizando, serão necessárias encontrar mais explicações para os consumos culturais em sociedades muito mais híbridas, móveis e diversificadas, como as do mundo de hoje nos apresenta.

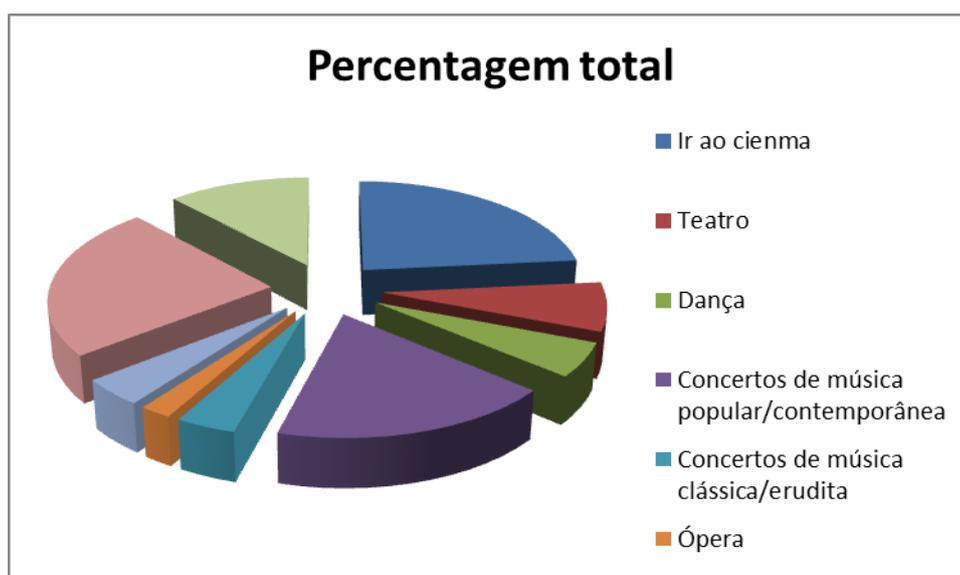
## 2. Estudos de Práticas Culturais

Para uma contextualização das atitudes e hábitos da população portuguesa no que diz respeito ao tempo dedicado às actividades de lazer, referem-se alguns dados do Inquérito à Ocupação do Tempo (IOT), realizado em 1999 pelo Instituto Nacional de Estatística (INE). Apesar de necessariamente desactualizado, constitui a única informação disponibilizada pelo INE sobre esta matéria. Consultaram-se, também, os vários documentos disponibilizados pelo Observatório das Actividades Culturais (OAC), que tem vindo a publicar uma série de trabalhos na área dos estudos de Público e das Práticas Culturais.

Se o tempo é um recurso igual para todos, já o que fazemos com ele varia muito de acordo com “o sexo, a sua condição perante o trabalho, o tipo de família em que se encontra inserido, a sua categoria sócio económica, para referir algumas das principais condicionantes da sua utilização.” (IOT, 1999, pp.11-12). Para o presente estudo investe-se de primordial interesse, por um lado, a análise das chamadas práticas culturais de saída analisadas globalmente, e por outro, a utilização do tempo por parte dos jovens/estudantes, e mais especificamente, da parcela de tempo que dedicam às actividades de lazer.

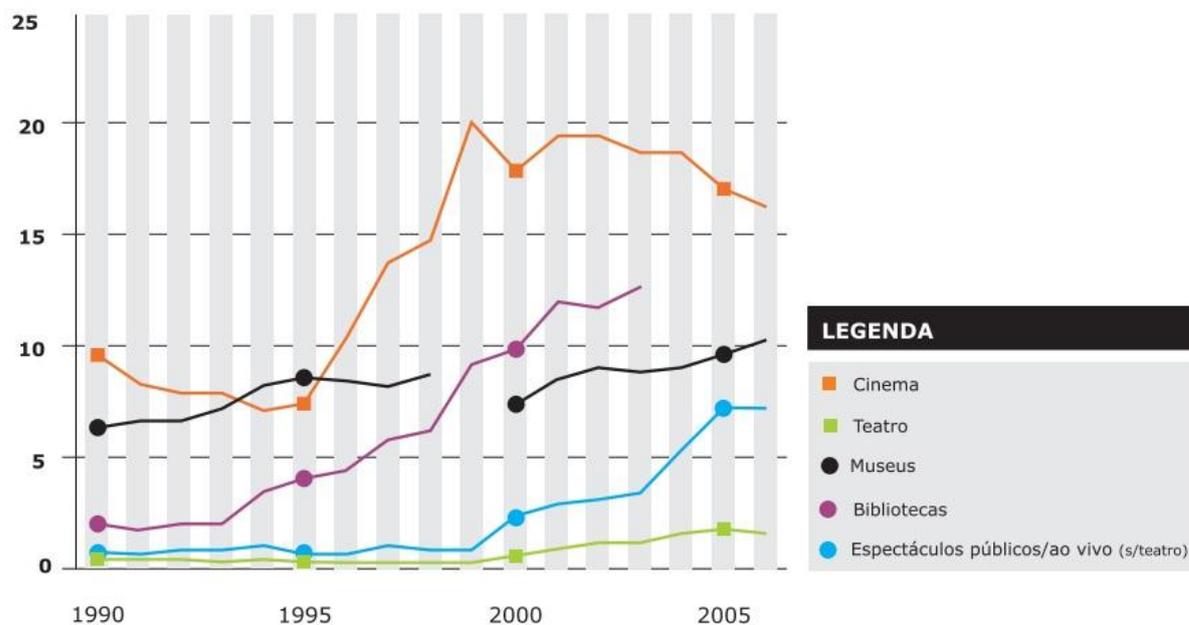
Comece-se por observar a intensidade da generalidade das práticas culturais de saída da população portuguesa como um todo, e os números das assistências a espectáculos nos últimos anos.

**Quadro 2.1. – Intensidade das práticas culturais de saída**



Fonte: IOT, 1999, p. 121.

Quadro 2.2. – Entradas em espectáculos (em milhões)

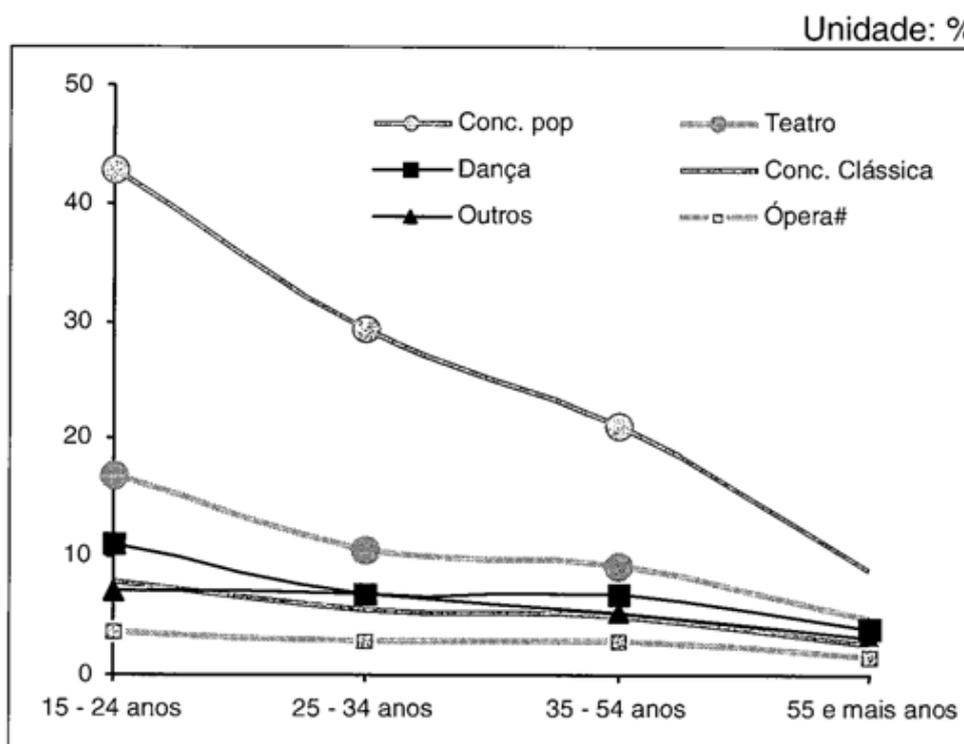


Fonte: OAC, 2006

Conclui-se que, de um ponto de vista global, as práticas culturais de saída mais significativas são as visitas a museus, as idas ao cinema e a assistência a espectáculos de música popular/contemporânea. Dentro do indicador que diz directamente respeito a este estudo (os concertos de música popular/contemporânea) observa-se que uma percentagem significativa da população portuguesa que assiste a este tipo de evento, fá-lo com uma certa regularidade – 60 % das pessoas que assistem a concertos fazem-no mais de três vezes por ano.

Afinando a análise para o que diz respeito exclusivamente aos espectáculos ao vivo, diz-nos o IOT que cerca de um terço dos portugueses assiste a pelo menos um espectáculo ao vivo, uma vez por ano. O espectáculo ao vivo mais assistido são os concertos de música popular/contemporânea, seguidos pelo teatro, dança, concertos de música clássica/erudita e em último lugar os espectáculos de ópera. Veja-se no quadro seguinte, a distribuição dos espectadores destes mesmos espectáculos ao vivo, segundo o grupo etário.

**Figura 2.3. – Espectadores dos espectáculos ao vivo por grupo etário**



Fonte: IOT, 1999, p. 122.

Seja pelo interesse pessoal, seja pela disponibilidade de tempo, os mais jovens/estudantes constituem a percentagem mais significativa de assistência da generalidade dos espectáculos ao vivo considerados, com clara preponderância nos concertos de música popular/contemporânea. De facto, para o caso dos estudantes, grupo maioritariamente representado no público do Festival Paredes de Coura, diz-nos o IOT que o lazer ocupa em média um quinto do seu dia, dividido entre as práticas culturais domésticas e as práticas culturais de saída. Esta condição leva a que os estudantes sejam o público maioritário dos concertos de música popular/contemporânea, caso que mais se aproxima do tipo de evento em estudo – “Por exemplo, 1 em cada 2 estudantes assiste a pelo menos um concerto de música popular/contemporânea, quando essa proporção é de apenas 1 em cada 4 (26%) na categoria dos empregados.” (IOT, 1999, p. 123).

Ressalvando-se mais uma vez o facto da clara desactualização dos dados disponibilizados pelo INE, ainda assim julga-se justificada a conclusão de que entre a população portuguesa, o sector mais jovem é o mais receptivo, seja pelo seu interesse, seja pela disponibilidade de tempo, às práticas culturais de saída. E dentro destas, o elevado interesse deste público pelos espectáculos de música popular/contemporânea, caso aproximado ao do estudo em questão.

### 3. Festivais

Os festivais de música dita popular, ao ar livre, em grandes espaços, tendo lugar sobretudo na época do Verão (pelas óbvias razões climatéricas) são hoje em dia um fenómeno generalizado e globalizado.

Considera-se, tradicionalmente, o primeiro evento deste tipo o Festival de Woodstock; se este não foi, de facto, o primeiro, foi talvez até hoje o mais emblemático (Bernardo, 2011). Apesar de anteriores experiências, tanto nos Estado Unidos da América, como na Europa, Woodstock foi o festival que, à época, maior visibilidade teve a nível internacional, tanto pelos números de assistência – mais de meio milhão de pessoas – como pelas suas características e pela maneira muito própria como galvanizou a multidão, em pleno apogeu da cultura *hippie*. (Fléchet, 2011)

Os primeiros grandes festivais de música e artes foram o Monterey International Pop Music Festival, que se assume como “o primeiro”, com enorme sucesso junto do público, ocorrido em Junho de 1967, também nos Estados Unidos, e com quase cem mil espectadores.

Seguiram-se o Miami Pop Festival e o Isle of Wight Festival, este em Inglaterra, ambos em 1968. Mas se qualquer deles foi um exemplo de sucesso junto do público, ávido de um evento de música e arte, mas sobretudo onde pudesse exercer a sua liberdade de expressão e cultivar os princípios da cultura hippie, de comunhão e de paz, nenhum se pode comparar ao Festival de Woodstock (Bernardo, 2011).

O objectivo inicial do Festival de Woodstock era apenas o de rentabilizar um investimento, mas tornou-se num fenómeno popular de proporções gigantescas e totalmente descontrolado, acabando por se tornar num evento único e mítico, num espírito que muitas vezes se tentou emular um pouco por todo o mundo. As motivações e expectativas, em 1969, num contexto muito específico da cultura popular norte-americana (seria mais preciso afirmar contracultura), não se remetiam unicamente à música, mas também a uma espécie de fuga da realidade, da rotina de todos os dias, uma forma de pôr em prática, quase sem qualquer controlo, os desejos e ideais que os *hippies* almejavam. Quanto ao cartaz musical apresentado, marcaram presença grande parte dos nomes maiores da época (Fléchet, 2011).

Os finais dos anos sessenta, princípios dos anos setenta, abriram assim as portas de um movimento que se transmitiu rapidamente ao resto do Mundo, mas com especial incidência na Europa e Estados Unidos. Alguns destes festivais tiveram uma realização única, outros prolongaram-se no tempo, com um carácter regular (anual, bienal, etc.). Alguns dos mais conhecidos e reputados hoje em dia, tanto pelos cartazes musicais, como também pelo ambiente e pela afluência de público, são os festivais de Glastonbury, Inglaterra, a partir de

1970; o Reading Festival, Inglaterra, 1971; o Pinkpop Festival, Holanda, 1970; o Rock am Ring, Alemanha, 1985; ou o Festival de Benicassim, Espanha, 1995. A maioria destes festivais apresentam um cartaz dentro do espectro do Rock, enquadrando-se portanto no género de festival objecto deste estudo (Fléchet, 2011).

#### **4. Festivais em Portugal**

A História dos grandes festivais de música em Portugal é relativamente recente. Não cabendo neste contexto fazer uma lista exaustiva, e cingindo-se apenas aos festivais ao ar livre, em grandes espaços, do tipo do festival objecto deste estudo, podemos definir a década de noventa do século passado como o dealbar de uma “cultura” de festivais de Verão. Depois de pequenas experiências, incipientes ou bem sucedidas mas não continuadas no tempo, só em 1993 se dá a primeira edição do Festival Paredes de Coura, inaugurando a, hoje em dia, consagrada tradição dos festivais de Verão em Portugal.

De facto, o primeiro festival, que não chegou a acontecer, deveria ter tido lugar na mata do Colégio Salesiano do Estoril, em Agosto de 1970. Este festival, concebido e organizado por José Cid e José Nuno Martins, e inspirado no Festival de Woodstock, ocorrido um ano antes, acabou por ser cancelado pela PIDE, pouco antes de começar. Os cerca de três mil jovens que se tinham deslocado ao local acabaram por se envolver numa batalha campal com a polícia de choque, resultando num número indeterminado de feridos. Apesar de abafado pela imprensa nacional, o caso acabou por gerar alguma celeuma internacionalmente e entre as cúpulas do poder, pelo que no ano seguinte as autoridades acabaram por contemporizar e autorizar a realização do Festival de Vilar de Mouros, evidentemente sob o controlo da PIDE (Revista Sábado, 2010).

A primeira edição do Festival de Vilar de Mouros, em 1971, apesar das subsequentes edições (a segunda apenas em 1982, e a terceira já nos anos noventa, a partir da qual se passou a realizar com certa regularidade), deve ser olhado como um festival isolado, tanto pelas suas características intrínsecas, como pela sua ocorrência num momento muito específico. Woodstock acontecera dois anos antes, o país atravessava momentos de maior acesso à cultura estrangeira, e sobretudo anglo-saxónica, e todos estes factores influíram no tipo de festival que se pretendeu fazer e até na sua localização geográfica. Os cerca de trinta mil participantes vieram não só de todo o país, como também de diversos pontos da Europa, em busca do encontro de culturas e estilos musicais diferentes, perdidos algures nas paisagens

bucólicas do Minho. Em 1982, realiza-se a segunda edição do festival, mantendo o espírito de diversidade da oferta musical (Revista Sábado, 2010).

Só nos anos noventa se começa a realizar de forma continuada no tempo, geralmente anuais, uma série de festivais de Verão, tanto em ambiente urbano como fora das maiores cidades. Os festivais anuais de música, na época de Verão, eram já uma tradição instituída na maioria dos países da Europa e o Festival de Paredes de Coura vem inaugurar este tipo de oferta cultural, sob uma forma continuada, em Portugal, no ano de 1993. Um festival de inspiração rock e alternativa, assumiu-se, desde o seu início, como um fenómeno de culto, tanto pela sua oferta musical, como pela localização do próprio festival, numa espécie de anfiteatro natural, proporcionando ao seu público um ambiente muito particular.

Quer pelo seu sucesso imediato junto do público, quer pela apetência natural do público português por eventos musicais, rapidamente se multiplicaram por todo o país os festivais anuais de música. Depois de Paredes de Coura, surge o Festival Super Bock Super Rock (a partir de 1995), que se assumiu inicialmente como um festival com uma sonoridade mais pesada e em ambiente urbano, mas que se tem vindo a reinventar nos últimos anos, acontecendo neste momento fora do ambiente urbano e com sonoridades mais ligeiras e alternativas.

Em 1997, emerge o Festival Sudoeste, também este fora do ambiente urbano, e com uma oferta musical que se foi assumindo, ao longo do tempo, como mais massificada e diversificada.

Já na década de 2000, Portugal viu surgirem novos festivais, dos quais se destaca o Optimus Alive (2007), de novo em ambiente urbano, com uma oferta musical diversificada e pretendendo chegar a um público bastante vasto.

Os festivais citados, que se consideraram os mais representativos e aproximados do festival em estudo, são apenas uma pequena amostra da variada oferta actual. Podiam citar-se muitos mais, em ambiente urbano ou rural, de vertente mais comercial ou alternativa, dedicados a grandes públicos ou a pequenas franjas, apenas de música ou apresentando outras vertentes artísticas, nascidos na década de noventa do século passado ou já neste século.

A oferta parece hoje ser quase inesgotável, ocupando a quase totalidade da época de Verão. Apesar dos tempos de recessão económica que o país atravessa, esse contexto parece ainda não ter atingido o negócio da música ao vivo, e mais concretamente dos festivais de Verão.

Os festivais de Verão em Portugal são um caso de enorme sucesso, esgotando todos os anos as suas lotações em algum/uns dos dias. Seja pela apetência, em geral, do público por

este tipo de evento, seja pela escolha dos cartazes musicais a apresentar em cada edição, pode concluir-se que este é um fenómeno longe de estar esgotado ou ter atingido o seu potencial máximo no panorama nacional.

## **5. Paredes de Coura**

O Festival Paredes de Coura teve a sua primeira edição no ano de 1993. Escolhida a localização, junto ao rio Tabuão, numa espécie de anfiteatro natural, de paisagem verdejante, iniciou-se o que é hoje uma tradição para muitos “festivaleiros”. Este festival, ao contrário de outros, teve sempre uma linha musical razoavelmente definida, e o próprio ambiente do festival, aliado às condições locais, levam muitos dos seus espectadores a considerá-lo um festival de culto, com uma energia incomparável. Se, por um lado, é um festival com uma marca muito forte junto dos consumidores deste tipo de evento e de música, por outro, é hoje o maior festival da zona norte do país, congregando sobretudo públicos dos distritos mais a norte, bem como da Galiza (Azevedo, 2011).

Mas se o Festival é hoje uma tradição instituída, não foi fácil a sua implementação, a começar pelos habitantes da região. A localidade de Paredes de Coura, com cerca de mil e quinhentos residentes (segundo os Censos 2001) recebe durante um punhado de dias, dezenas de milhares de pessoas. A população, envelhecida, começou por mostrar uma certa resistência ao Festival, mas hoje em dia é uma prática instituída e saudada pela maioria.

Este festival assumiu desde o seu início uma vertente claramente rock e rock alternativo, porém pode afirmar-se que ao longo dos anos foi fazendo uma série de tentativas e incursões por outros estilos em termos de escolhas de cartaz musical, algumas bem sucedidas e aclamadas pelo público e outras sem grande adesão por parte dos “festivaleiros”. Se nos seus começos, a aposta ia claramente para bandas nacionais e internacionais mais ou menos obscuras, integradas na linha musical definida pelos organizadores, ao longo do tempo, sobretudo a partir do final da década de noventa, princípios da década de dois mil, com o crescimento inevitável da dimensão do festival, este foi-se empenhando paulatinamente na apresentação de alguns dos grandes nomes da cena rock internacional, alguns já consagrados, outros apostas mais desconhecidas, que só se viriam a revelar no futuro, fazendo a estreia em território nacional em contexto bem mais discreto do reconhecimento que posteriormente alcançariam. Podem-se mencionar a este respeito, bandas como Divine Comedy, Moonspell, dEUS, Suede, Coldplay, Stone Temple Pilots, Queens of the Stone Age, Morcheeba, Korn,

Incubus, Placebo, P.J. Harvey, Scissor Sisters, Foo Fighters, Pixies, Sonic Youth, Nine Inch Nails, The Prodigy, só para citar alguns (Azevedo, 2011).

Em paralelo com o palco principal, foram surgindo ao longo do tempo palcos secundários, nomeadamente dedicados à música ibérica ou dando espaço à música electrónica e, a partir de 2005, um espaço dedicado ao jazz, que funciona durante as tardes (Sousa, 2011).

### **5.1. Edição de 2011**

A edição deste ano do Festival Paredes de Coura decorreu de 17 a 20 de Agosto. O dia 16 de Agosto, fora do cartaz oficial do festival, contou também com a apresentação de algumas bandas. Os cabeças de cartaz foram os Pulp, Kings of Convenience e Death from Above 1979.

Este ano foi, segundo a própria organização um ano de definição e afirmação do próprio festival. João Carvalho, da organização, declarou a diversos órgãos de comunicação social que a edição de 2011 do Festival Paredes de Coura não teria no seu cartaz qualquer “mosca na sopa”, aludindo a algumas escolhas musicais de anos passados (e muito concretamente do ano anterior) que não tiveram a melhor aceitação por parte do público. Se, em anos anteriores, a organização admite ter cedido a valores comerciais, como aumentar a venda de ingressos, ou ao “mercado” de agentes internacionais, este ano pautou-se por aquilo que assumem deliberadamente como o festival “mais coerente de sempre”, dentro das linhas mestras que se definiram desde a sua criação.

Pode afirmar-se, pois, que o Festival Paredes de Coura assume cada vez mais uma vocação musical muito própria e ao invés de investir numa expansão e diversificação dos seus públicos e do próprio festival aposta, sim, na consolidação do seu público. Se a expansão nunca pode ser posta de parte, ela deverá ocorrer dentro do nicho de mercado que ocupa, e não por diversificação da oferta musical. Este é aliás um dos factores que levam a considerar o Festival Paredes de Coura como um evento de carácter incomparável no panorama nacional, e levam o seu público a considerar este festival como um “festival de culto”.

No recinto do festival, viveu-se um ambiente bastante epicurista, digno do cenário bucólico em que decorre o evento. Ao contrário de outros festivais do género, não se verificam estados de espírito de exaltação, sendo o comportamento do grosso dos espectadores de relativa moderação, até em momentos de diversão decorrentes do evento, tornando-se um ambiente de fácil adaptação, mesmo para indivíduos provenientes de diversos locais diferentes.

Os públicos do festival denotam uma certa homogeneidade, e os comportamentos sociais estão muito longe de poderem ser considerados como geradores de conflitos. A paz, a alegria e o bem-estar comum, aparentam serem os valores mais difundidos pela maioria do público.

## **PARTE II – METODOLOGIA**

### **6. Objectivos**

O trabalho em curso propõe-se fazer a análise e conhecer os públicos do Festival Paredes de Coura, através de uma abordagem das suas motivações e expectativas e, em paralelo, das suas práticas, através do estudo de dados sociodemográficos, entre outros.

O estudo dividir-se-á em três momentos essenciais, o primeiro dos quais a fundamentação teórica, com vista à contextualização do trabalho que se pretende executar e da definição da metodologia a aplicar no campo, o segundo a aplicação de inquéritos ao público do Festival (que pelo seu carácter sazonal, e mais especificamente, anual, está perfeitamente circunscrita no tempo) e, o terceiro e último, a análise dos resultados e subsequentes conclusões/discussão de resultados.

Pretende-se, assim, definir a existência de públicos com motivações e expectativas diferentes – público que se desloca a este festival no seu contexto de fenómeno social, derivado da unicidade do local do evento e das suas características muito próprias; público que se desloca num certo “ritual de experimentação”, ou público que o faz como prática anual; público que vai ao encontro do cartaz e linha musical que caracterizam este festival.

Decorrente desta abordagem pretende-se catalogar e tipificar os (eventuais) diferentes públicos, descrevendo as suas características mais relevantes, identificando as suas práticas culturais, motivações mais frequentes e expectativas mais comuns.

### **7. Método**

Num processo de investigação, a metodologia é determinada com base no problema enunciado, bem como na reflexão sobre os objectivos delineados para a respectiva pesquisa. Por metodologia, entende-se o “(...) conjunto de métodos e técnicas que guiam a elaboração de um processo de investigação científica.” (Fortin, 2000: 372).

Almeida e Pinto (2005: 57) referem na sua obra que “(...) a teoria é o ponto de partida insubstituível e o elemento que comanda os seus momentos e opções fundamentais (...)”. Como tal, a teoria que suporta o âmbito e o objectivo específico desta dissertação, constitui um factor determinante para as acções operacionais da actual pesquisa, que assentam na caracterização da população em estudo, frequentadora do Festival Paredes de Coura, os

motivos e expectativas que a levam a participar neste evento e a identificação e subsequente descrição de diferentes tipos de públicos, presentes no festival.

Para constituir um instrumento de recolha de dados, adequado à medição das variáveis consideradas pertinentes para as problemáticas em estudo, teve-se em consideração o trabalho de revisão da literatura e a análise crítica do mesmo.

Neste trabalho, como já anteriormente referido, pretende-se analisar o público frequente do Festival Paredes de Coura, quais as suas realidades sociais e proceder posteriormente a uma tentativa de tipificação e catalogação dos diferentes tipos de públicos, de acordo com Silva e Pinto (2005: 10) “ao procurarmos conhecer a realidade social, vamos construindo, a respeito dela, e mediante quadros categoriais, (...) influenciados ainda pelas nossas necessidades, vivências, interesses, e assim vamos construindo informação sobre essa realidade e modos de a tornar inteligível.”.

Para além dos objectivos acima mencionados, este trabalho teve como intuito estudar as interacções, representações sociais e a dinâmica própria deste público específico. Para tal, foi necessário englobar uma abordagem psicológica e sociológica desta população. Segundo Silva e Pinto (2005: 26) “o estudo dos problemas de interacção entre indivíduos, da dinâmica de pequenos grupos, das representações do mundo social, (...) vive da aplicação confluyente das perspectivas analíticas da psicologia e da sociologia (...)”. De acordo com a organização, o público do Festival Paredes de Coura distingue-se dos públicos frequentadores de outros festivais de Verão, por ser um público mais homogéneo, e que vai de encontro a cartazes musicais mais “coerentes”.

A metodologia foi determinada com base na reflexão sobre os objectivos delineados para o respectivo estudo. O método de pesquisa utilizado foi de índole exploratória/descritiva. Fortin postula que os estudos deste género, “visam denominar, classificar, descrever uma população ou conceptualizar uma situação.” (Fortin, 2000:138).

Optou-se por um método do tipo descritivo exploratório porque se pretende colher informações com ocorrência real, sem alteração das mesmas, para assim serem organizadas e analisadas, bem como o levantamento das variáveis e posterior caracterização quantitativa. Para Fortin (2000), este método “visa obter novos conhecimentos, pela descrição, comparação e classificação de observações relativas a certos conceitos”. Também de acordo com esta autora (1999: 240) “(...) os investigadores descrevem os factores ou variáveis e detectam relações entre essas variáveis os factores. Escolherão por conseguinte métodos de colheita de dados mais estruturados, tais como questionário“.

Segundo Gil (2002: 44-45) “ este tipo de pesquisa é realizado quando o tema em pesquisa é pouco explorado (...) e tem como finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias com vista à formulação de problemas mais precisos“.

Assim sendo, neste estudo foi utilizada uma metodologia de estudo quantitativo do tipo descritivo/ exploratório na análise dos Públicos do Festival de Paredes de Coura. Dado que era de interesse “(...) observar, descrever, interpretar o meio e o objecto tal como se apresentam, sem procurar controlá-los (...) sendo nosso objectivo descrever e interpretar“ (Fortin, 2000: 22).

### **7.1. Desenvolvimento do instrumento de recolha de dados**

Segundo Grawitz (2001), toda a investigação deve usar processos operativos rigorosos, bem definidos, transmissíveis, adaptados ao tipo de problema e aos fenómenos em estudo, susceptíveis de serem reproduzidos. Optou-se, assim, pela utilização de um só instrumento de recolha de informação.

Tendo em conta os objectivos da presente investigação, decidiu-se recolher informação através de um inquérito por questionário. A opção por um questionário estruturado, justifica-se pela facilidade de recolha de dados, num curto período de tempo, dado que as questões são apresentadas a toda a população amostral, exactamente com a mesma formulação e ordem, sendo constituído por perguntas fechadas e semi-abertas. Ainda por ser um processo menos dispendioso que outras técnicas e que permite o anonimato dos inquiridos. De acordo com Costa (1999), “o inquérito por questionário (...) implica a construção de instrumentos de recolha de informação estandardizadas (os questionários, tanto quanto possível de perguntas fechadas), possibilitando a medida segundo parâmetros homogéneos, e a respectiva aplicação extensiva, por contacto pontual com um grande número de indivíduos respondentes, abrangendo todos os elementos do universo a estudar ou amostras apropriadas dele.“.

Optou-se, maioritariamente, por perguntas fechadas, uma vez que estas “facilitam enormemente a anotação no acto de inquirir e o apuramento de resultados (...) proporcionam maior comparabilidade dos dados” (Ferreira, 2005: 182). Segundo Ferreira (2005: 182), “Toda a pergunta fechada deverá ser construída a partir da análise de conteúdo”. Assim sendo, a totalidade das perguntas introduzidas no questionário foi elaborada com base numa pesquisa bibliográfica, “para minorar os seus efeitos mais perniciosos” (Ferreira, 2005: 183). Assim, “ao procurarmos conhecer a realidade social, vamos construindo, a respeito dela, e mediante quadros categoriais, operadores lógicos de classificação (...), processos complexos

influenciados ainda pelas nossas necessidades, vivências, interesses, e assim vamos construindo informação sobre essa realidade e modos de a tornar inteligível” (Silva e Pinto, 2005:10).

No entanto, não se pode ignorar que “ao ser constituído essencialmente por perguntas fechadas constitui um instrumento menos flexível, o que pode limitar o aprofundamento das questões” (Silva e Pinto, 1997: 183).

Quivy e Campenhoudt (2008: 189), afirmam que “o inquérito por questionário dá a possibilidade de quantificar a multiplicidade de dados e de proceder, por conseguinte, a numerosas análises de correlação.”.

Apesar das limitações que são por muitos apontadas ao inquérito por questionário, enquanto técnica de investigação empírica, nomeadamente a superficialidade das respostas, que não permitem a análise de certos processos, a individualização dos entrevistados e de, por vezes, estes nem sempre estarem suficientemente formados e motivados para efectuarem este trabalho exigente (Quivy e Campenhoudt, 2008: 189-190), a escolha recaiu sobre esta metodologia de recolha de dados, tendo em consideração a natureza do estudo e do tipo de informação que se pretende obter.

De acordo com Ferreira (2005: 167), “apesar de todas as limitações apontadas ao seu valor intrínseco enquanto técnica de investigação empírica. A sua [do questionário] natureza quantitativa e a sua capacidade de “objectivar” informação conferem-lhe o estatuto máximo de excelência e autoridade científica”. Igualmente segundo o referido autor, “o inquérito é, de facto, a técnica de construção de dados que mais se compatibiliza com a racionalidade instrumental e técnica que tem predominado nas ciências sócias e na sociedade em geral.” (Ferreira, 2005: 167).

## **7.2. Fundamento teórico para a elaboração do inquérito**

### **Definição de público**

O público corresponde aos praticantes ou consumidores culturais regulares numa dada população, ou seja, reflecte uma desigual probabilidade de uma dada prática ou conjunto de práticas serem ou não habituais para diferentes segmentos sociais (Santos, 2002). Segundo a mesma autora, as práticas culturais de saída são exercidas por menos de metade da população portuguesa. As visitas a museus, idas ao cinema e a concertos de música popular são frequentes para cerca de um terço dos portugueses, enquanto a frequência de bibliotecas são-

no apenas para 15% e, por último, a frequência de espectáculos de teatro, dança e música clássica, abaixo dos 10%.

### **Caracterização do público**

Segundo Santos (2002) pode estabelecer-se uma correlação entre a regularidade com que se realizam as práticas culturais de saída e os recursos sociais detidos pelos respectivos praticantes habituais. Reportando a este estudo, factores como sexo, idade, os capitais escolares e classe social têm uma evidente influência no perfil dos públicos.

De acordo com os resultados obtidos em variados estudos de público, o perfil mais representativo dos públicos dos eventos culturais caracteriza-se por ser jovem e detentor de elevados capitais escolar e profissional.

### **Idade**

De acordo com Santos (2002) e Gomes (2005), constata-se a forte juvenilização dos hábitos culturais dos portugueses, o que não pode ser dissociado do alargamento e alongamento da escolaridade, relativamente recente em Portugal. Os estudos efectuados neste campo mostram um notório abrandamento da frequência de eventos culturais, e sobretudo das práticas culturais de saída, com o aumento da idade, seja por menor disponibilidade de tempo, acréscimo de responsabilidades familiares/domésticas, ou outras.

Tendo em mente a índole inerente a um festival como o de Paredes de Coura, facilmente se compreende um recrutamento de públicos concentrado em faixas etárias jovens, na maior parte dos casos, antes da transição para a vida adulta, transição esta necessariamente retardada pelo aumento e alargamento da escolaridade e pela paulatinamente mais tardia entrada na vida activa (profissional) e familiar (Santos, 2002).

### **Género**

De acordo com Santos (2002) a população inquirida é sobretudo constituída por público feminino (cerca de 55%), dado este comum a outros estudos, nomeadamente o Inquérito à Ocupação do Tempo (INE, 1999).

De uma forma geral, o contingente feminino superioriza-se no conjunto de frequentadores de espectáculos ao vivo, donde interessa ressaltar o peso superior da população feminina no total da população portuguesa. Porém, esta predominância assume contornos diferentes quando se cruzam idade e género. Se entre os 15 e os 24 anos se verifica clara supremacia feminina, entre os 25 e os 54, as práticas repartem-se equilibradamente entre os dois géneros,

passando por fim à supremacia masculina a partir dos 55 anos (INE, 1999), o que é explicado pelo papel de cada género nas funções domésticas e familiares, ao longo do ciclo da vida.

### **Distribuição geográfica**

O efeito de proximidade de cada evento ao local de residência é claramente favorável à atracção de públicos (Gomes, 2000). Se por um lado, o impacto local de cada evento e o efeito de proximidade física desempenham um papel importante na captação de espectadores, por questões logísticas e de ordem prática, por outro, não se pode desconsiderar a relação entre oferta cultural e receptividade dos públicos.

No caso português, a zona sul do país possui uma muito superior oferta de festivais de Verão que a zona norte, e mais especificamente a zona a norte do Porto. Para Gomes (2000) o impacto local do Festival traduz-se fundamentalmente em públicos com práticas culturais menos consolidadas.

### **Escolaridade**

A escolaridade é um parâmetro estruturante na selectividade social dos públicos (Gomes, 2000). A forte correlação entre elevados graus de escolaridade e práticas culturais, encontra-se exposta no estudo Públicos de Estoril Jazz..

De uma forma geral, constata-se uma supremacia nos mais altos níveis de escolaridade feminina, comparativamente com a população masculina, deverá ter-se em conta que na esmagadora maioria dos casos de estudos de público, apesar de a população feminina ser mais representativa no total dos frequentadores, essa superioridade é fortemente marcada por um efeito etário (Santos, 2002).

De salientar ainda que, apesar da importância dos níveis de instrução como marcadores de distinção social, esses não revelam necessariamente padrões de consumo ou de práticas culturais, no que ao público em estudo dirá respeito (Gomes, 2005).

### **Profissão**

O Inquérito à Ocupação do Tempo (INE, 1999) revela que os estudantes (logo, públicos tendencialmente mais jovens), constituem a maioria dos públicos de eventos culturais, e muito especificamente, das práticas culturais de saída. Considerando o nível de ensino frequentado, observa-se que os estudantes de ensino superior e de pós-graduação formam um contingente maior que os alunos do básico e secundário. De facto estes dois grupos, universitários e

alunos do básico e secundário, constituem importantes pontos de ancoragem na captação de públicos, de uma forma geral, e muito especificamente dos festivais de Verão.

### **Estado civil**

A juvenildade característica deste tipo de públicos salienta-se quando analisada em conjunto com a situação conjugal (Santos, 2002). De acordo com o estudo Públicos do Porto 2001, existe uma clara supremacia dos solteiros, relativamente às categorias de “casados” e “uniões de facto”. Se, por um lado, facilmente se compreende a maioria de solteiros correlacionando-se com o marcador “idade”, por outro, pode inferir-se uma maior disponibilidade de tempo associada a uma maior liberdade pessoal e menores compromissos familiares, colocando-os numa situação privilegiada no acesso a este tipo de eventos. Igualmente destes dados, se pode deduzir o fenómeno de retardamento de entrada na vida adulta.

Segundo Santos (2002) ao comparar situação conjugal e género, destaca-se o facto de os solteiros serem maioritariamente da população feminina. Consequentemente, a população masculina está sobre representada no grupo dos casados. Ou seja, as mulheres são mais jovens e, dado o efeito etário, são também solteiras. De salientar também que a progressiva redução do peso de mulheres nas faixas etárias mais elevadas poderá estar relacionada com a entrada na vida adulta e subseqüentes obrigações familiares tradicionalmente atribuídas ao género feminino.

### **Práticas culturais**

As práticas culturais podem ser divididas em domésticas ou de saída. Para a população portuguesa como um todo, destacam-se claramente as práticas culturais domésticas, como sejam a televisão, rádio, leitura de jornais ou acesso à internet. Porém, as camadas mais jovens da população demonstram padrões de consumo muito específicos, quer para as práticas culturais domésticas, quer para as de saída (Santos, 2002). Se dentro das práticas domésticas prevalece hoje em dia a internet, ver filmes e ouvir música, os jovens são, no que diz respeito às práticas culturais de saída, a facção mais representada. (Gomes 2000).

### **Género musical**

Os géneros musicais poderão ser considerados quase ilimitados. Para o presente estudo, consideraram-se os mais representativos dos festivais de Verão realizados em Portugal, como

um todo, e mais concretamente os definidos pela própria organização do Festival Paredes de Coura, que procura e encoraja uma certa homogeneidade do seu público.

### **Festivais de Verão**

A presença em festivais de Verão ou apenas neste festival em concreto permitem classificar o público em análise do ponto de vista das suas práticas culturais como um todo, ou como um público muito específico deste evento, pelo que esta variável terá de ser necessariamente correlacionada com as práticas culturais, origem geográfica, conhecimento das bandas e gosto musical dos indivíduos.

### **Assistência ao festival de Verão**

A assistência a este festival em termos do número de edições assistidas vs. primeira edição assistida permite inferir acerca do contexto de ritual ou de espírito de “experimentação” de cada um dos utilizadores. Um grande número de edições assistidas traduz um espectador fidelizado pelo festival, dentro do espírito de consolidação de públicos pretendido. Os espectadores com menos assistências a este festival poderão compreender quer os públicos que se começam a tornar habituais, quer os públicos que surgem no contexto de “experimentação” anteriormente mencionado (Gomes, 2000).

De acordo com Gomes (2005) os indivíduos que vão pela primeira vez a um festival representam uma plataforma de alargamento a novos públicos, já os repetentes denominam-se de fidelizados e constituem uma importante base de sustentação e de continuidade do festival.

### **Deslocação**

A questão da deslocação a qualquer evento prende-se com a proximidade do local desse mesmo evento. Há que ter em conta variáveis como o tempo a despender, custo, ou disponibilidade de meios (viatura própria, por exemplo). Esta é uma variável intimamente ligada com as variáveis “distribuição geográfica” e “idade”. Segundo Gomes (2000) os públicos que se deslocam de mais longe fazem-no, provavelmente, por incluírem o festival no seu programa de saídas culturais.

### **Companhia**

O público de um festival de Verão é amplamente caracterizado pela constituição de grupos. Sendo este tipo de eventos um acontecimento com uma ocorrência única e bem definida no ano, torna-se uma ocorrência com características rituais e de socialização. Porém,

é também de interesse perceber se este tipo de evento se torna atractivo ainda que para pessoas que se deslocam isoladamente, seja com o intuito único de apreciarem a música ou de socializarem.

### **Conhecimento do festival**

Como referido por Gomes (2005) o meio através do qual se obtém conhecimento dos espectáculos tem maioritariamente origem no contacto com publicidade, na imprensa escrita e em meios informais, como é o caso da informação de amigos.

O conhecimento que o público tem deste festival relaciona-se quer com esquemas mentais pré-estabelecidos, por forte influência dos pares, quer com uma série de expectativas que se vão criando em relação ao evento. Em qualquer dos casos, a influência quer dos meios de comunicação quer dos grupos sociais, são as principais variáveis a ter em conta.

### **Compra do bilhete**

O parâmetro “obtenção do bilhete” marca uma separação muito nítida entre os públicos que realmente se deslocam ao evento porque querem apreciar a música e fazer parte do festival, daqueles que eventualmente ganham convites em concursos (nos media, por exemplo), em que acabam por ir numa atitude mais vocacionada para a experimentação. Ou seja, a compra de ingressos manifesta uma clara motivação para a assistência ao festival. Tal facto é verificado no estudo “Públicos do Estoril Jazz”, onde os espectadores fidelizados, têm como modalidade mais requerida a obtenção antecipada do bilhete.

Paralelamente, será de considerar que, em relação com a idade e a profissão, a forma como esses bilhetes são adquiridos, ou pelo próprio, ou como oferta de familiares ou amigos.

### **Motivações**

Os motivos que levam às práticas culturais, neste caso, de saída, não poderão ser vistas de forma redutora. Para este parâmetro, há que relacionar factores como a própria oferta cultural, a questão geográfica e, obviamente, as questões da socialização. Tal como concluído no estudo “Públicos do Porto 2001”, o motivo mais comum é a recomendação de amigos. Tratando-se este de um evento de música com características muito específicas, há que ter em conta também a apetência pelos géneros musicais apresentados e pelo próprio ambiente inerente a este festival.

### **Conhecimento das bandas/meios por onde adquire conhecimento**

Sendo este um evento de música, a questão do gosto pessoal e do conhecimento das bandas em cartaz na edição em causa, poderá ser um elemento a ter em conta na opção pela assistência ao evento. Porém, dados os novos padrões de consumo de música, disponibilizados e democratizados em grande parte pela internet, pode verificar-se um desconhecimento genérico da oferta e ainda assim uma forte componente de assistência ao festival motivada pelo próprio cartaz.

### **Satisfação**

A questão do grau de satisfação do público relativamente ao festival, relaciona uma série de factores, que se prendem primordialmente com o cartaz musical apresentado e com o ambiente que se vive no contexto do festival, mas outras questões deverão ser tidas em conta, tal como as condições logísticas ou o preço dos ingressos.

### **Expectativas**

A questão das expectativas resume-se, afinal, ao que leva cada um dos indivíduos a frequentar um evento em concreto. Para Santos (2002), o grau de adesão dos inquiridos aos eventos acompanha a avaliação que estes fazem do evento, tendo em conta as suas expectativas iniciais. No caso do Festival Paredes de Coura, tentou perceber-se se as expectativas se prendiam mais com uma perspectiva cultural ou, por outro lado, com padrões de socialização.

## **8. Amostra**

Definidos os objectivos do trabalho, colocou-se a questão de saber qual a população, como seleccionar a amostra e como determinar a sua dimensão. Numa primeira análise, a população teria de corresponder ao público frequentador do festival de Paredes de Coura. Segundo Ferreira (2005, p.185) “pode começar-se por uma amostra teoricamente qualificada, definindo uma área, depois uma amostra proporcionalmente estratificada em função do volume populacional ou de qualquer característica da população (...) e finalmente a selecção probabilística ou sistemática das unidades a inquirir”.

Deste modo, neste estudo, optou-se por inquirir uma população de 115 indivíduos, durante o Festival Paredes de Coura, no recinto do evento, entre os dias 17 e 20 de Agosto de 2011, correspondentes aos dias em que decorreu o festival. “Este processo de amostragem pode

oferecer-nos uma amostra mais homogénea, do ponto de vista da pertinência teórica”. (Ferreira, 2005: 185). Os 115 indivíduos foram escolhidos de forma aleatória, uma vez que, “a aleatoriedade é a base de suporte de toda a lógica de inferência estatística que se vai aplicar aos dados apurados.” (Ferreira, 2005: 186).

Como supracitado, a amostra de 115 indivíduos, embora não sendo extensa, é “suficientemente grande para permitir a análise multivariada com a desagregação das categorias que se deseja.” (Ferreira, 2005: 186). Considerou-se, então, como população alvo, o universo de espectadores do Festival Paredes de Coura.

## **9. Aplicação dos questionários**

Cada um dos exemplares possuía o consentimento informado e uma nota introdutória, onde era explicado o intuito para que era realizado, bem como o pedido de colaboração e respectivo agradecimento.

Todos os exemplares distribuídos (115) foram preenchidos, não tendo sido referidas dificuldades no seu preenchimento. No entanto, 7 dos inquéritos foram eliminados, por apresentarem incongruências evidentes em diversas respostas. Como tal, o total da população amostral passou a estar representado por 108 indivíduos.

Estimou-se que o preenchimento deste instrumento demoraria cerca de 7-8 minutos, espaço de tempo que não poderia ser muito alargado, face à disponibilidade dos inquiridos.

O questionário é composto por três partes. A primeira parte refere-se à caracterização sócio-demográfica, constituída por sete perguntas, passando pelo género, idade, situação profissional, etc.. A segunda parte corresponde às práticas culturais e presença em outros festivais de Verão, sendo constituída por quatro perguntas. Por fim, a última parte, é constituída por catorze perguntas, e diz respeito à caracterização do público do Festival Paredes de Coura e a relação dos indivíduos com o evento, abordando desde a compra do ingresso, às expectativas, motivações e grau de satisfação dos inquiridos.

A base de sondagem foi definida em função dos seguintes critérios de inclusão:

- Ter idade superior a 15 anos;
- Indivíduos de ambos os géneros;
- Indivíduos capacitados a ler e escrever língua portuguesa;
- Indivíduos em pleno uso das suas faculdades mentais (orientados no espaço, tempo e pessoa);

A justificação para a escolha desta população prende-se com uma curiosidade e interesse pessoal, por ser um evento com uma história e localização bem características. Relativamente à escolha de idades, esta é bastante ampla; tal facto prende-se com o desejo de caracterizar os públicos do Festival de Paredes de Coura, sem criar *a priori*, pressupostos no que diz respeito à faixa etária dos espectadores. No entanto, entendeu-se como critério de exclusão, indivíduos com idade inferior a 16 anos, dado que segundo o decreto-lei nº 396/82 de 21/9, esta é considerada a idade mínima para entrada em discotecas e similares, sendo que práticas culturais dessa índole, são avaliadas pelo questionário aplicado.

O facto de se considerarem apenas indivíduos que apenas saibam ler e escrever, permite eliminar o risco das respostas serem produzidas com a interferência de outrem, reduzindo, desta forma, o enviesamento que as mesmas poderiam sofrer.

Por fim, foi estabelecido excluir indivíduos que não estivessem em posse de todas as suas capacidades intelectuais, dado o consumo de bebidas alcoólicas e substâncias psicotrópicas ser corrente em festivais de Verão. Assim, acautelou-se a participação no estudo de indivíduos em estados subsequentes do consumo dessas substâncias, que pudessem vir a adulterar os resultados obtidos.

A totalidade de espectadores com as referidas características é, seguramente, de elevadas dimensões, o que torna impossível estudar o total dos seus elementos. Assim, é fundamental “(...) escolher um grupo de sujeitos ou qualquer outro elemento representativo da população.” (Fortin, 2000, p.363). A amostra deste estudo foi seleccionada de forma aleatória simples. Ou seja, todos os elementos frequentadores do Festival Paredes de Coura, excepto os acima mencionados, tiveram a mesma probabilidade de fazer parte da amostra.

Como anteriormente referido, os parâmetros da amostra, não se encontram demasiado especificados. Porém, optou-se por ter um espectro populacional mais amplo, para evitar descurar dados informacionais e características individuais que pudessem acrescentar valor à investigação em curso. Tal como postula Ferreira (2005, p.185): “O cientista social pretende apenas captar um leque tão amplo quanto possível dos aspectos dos fenómenos ou das populações que analisa, para que possa descobrir novas categorias (e suas características) e a sua relevância para a teoria que procura desenvolver.”.

### **PARTE III – ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

Os dados recolhidos, foram inseridos numa base de dados para serem submetidos a tratamento estatístico, recorrendo para o efeito ao programa informático de estatística Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 17.

Na análise efectuada, e de modo a permitir uma familiarização com os métodos de análise multivariada, quer na sua vertente descritiva, quer na vertente exploratória e tendo em conta os objectivos em estudo, procedeu-se a uma análise descritiva. Efectuou-se a análise de frequências das respostas, calcularam-se as medidas de tendência central (média e moda), as medidas de dispersão (desvio padrão), e procedeu-se ao cruzamento entre variáveis.

Na sequência do instrumento de recolha de dados, seguiu-se a apresentação dos resultados obtidos, a partir do modelo analítico. Este capítulo corresponde a uma análise ao conteúdo resultante da aplicação dos métodos anteriormente referidos e, paralelamente, a uma crítica interna a este estudo (Albarelo, 1997).

Assim sendo, procedeu-se à análise dos conteúdos através de técnicas estatísticas, dado que, “são instrumentos privilegiados na descrição sistemática e análise dos dados quantitativos da investigação” (Almeida e Pinto, 1995: 129). Para facilitar a interpretação dos dados, recorreu-se a tabelas para resumir e classificar a informação, do tipo quantitativo, bem como à classificação, categorização e tipificação destes Públicos recorrendo ao cruzamento, de diversas variáveis.

#### *Dados Sóciodemográficos*

Dos 108 indivíduos inquiridos, a idade mínima foi de 16 anos, e a máxima de 38. A média situou-se nos 21,31 anos e a mediana nos 21 anos (*Vide* Anexo II, quadro1). Esses dados, reveladores da juvenilidade da população estudada, embora ligeiramente abaixo do que era expectável à partida, vão de encontro aos resultados obtidos no estudo “Públicos do Porto 2001”, que referem que a presença acentuada de jovens eventos do género do Festival de Paredes de Coura. Igualmente, segundo o estudo publicado pelo INE (1999), o facto do sector jovem ser o mais representativo pode explicar-se por nesta idade haver maiores índices de receptividade, a par duma maior disponibilidade de tempo para às práticas culturais de sociabilidade e consumos culturais.

Estes autores defendem, ainda, que o alongamento e aumento da escolarização, influenciam o alargamento do espectro etário. Por outro lado, embora em menor percentagem,

verifica-se igualmente a presença de indivíduos cada vez mais velhos nestes festivais. Tal facto pode-se justificar por fenómenos sociais de abrandamento da entrada na vida adulta, atraso em fazer parte do mercado de trabalho e em formar família, pois não havendo compromissos familiares, os indivíduos continuam com uma maior liberdade pessoal e disponibilidade de tempo, para poderem tomar parte em numerosos eventos (Santos, 2002) (*Vide Anexo II, quadro 1*).

A população inquirida foi de 52,8% do género feminino, e os restantes 47,2% do masculino, denotando-se uma ténue supremacia da população feminina, indo de encontro aos estudos realizados pelo INE (1999) e por Santos (2002). (*Vide Anexo II, quadro 2*).

Ao cruzar idade e género, verificou-se que os indivíduos mais novos (16 anos) pertencem ao género feminino (3 indivíduos). Com a idade de 17 anos, constata-se a presença de indivíduos de ambos os géneros, mantendo-se a maior incidência feminina (8 contra 2). Na faixa dos 18 anos, foram inquiridos 14 indivíduos, ocorrendo aqui a inversão da anterior vantagem do sexo feminino (supremacia ligeira do género feminino) (*Vide Anexo II, quadro 3*).

Acima dos 18 anos, as mulheres voltam a estar em maior presença na faixa dos 19, dos 22, dos 25 e de todas as idades superiores a 30 anos, sendo de salientar que nestes casos são o caso único, não havendo a registar nenhum caso do género masculino (*Vide Anexo II, quadro 3*).

A faixa etária onde a supremacia da presença masculina é mais evidente é nos 20 anos, tendo também maior incidência do que o feminino aos 21, 23 e 26 anos. Dos 27 aos 29 anos, apenas se registaram casos do género masculino (*Vide Anexo II, quadro 3*). O único empate encontrado entre géneros foi na casa dos 24 anos, com 2 indivíduos cada (*Vide Anexo II, quadro 3*).

Segundo Santos (2002) , verifica-se uma progressiva redução do peso das mulheres nas faixas etárias mais elevadas. Tal como anteriormente verificado, este dado não obteve correspondência neste estudo, apesar da tendência de vantagem masculinas a partir dos 25 anos, esta cessa antes dos 30 anos. No entanto, não se pode descurar a possibilidade dos 3 indivíduos acima dos 30 anos, todos do género feminino, serem *outlyers*, com predominância para a mais velha (38 anos), e portanto deverão ser tratados com cuidado para não enviesarem os resultados. (*Vide Anexo II, quadro 3*).

Ao efectuar o cruzamento entre idade, género e estado civil, verificou-se que a esmagadora maioria são solteiros (106), não existindo indivíduos casados. Tal dado, vai na direcção do que é referido no Estudo “Públicos do Porto 2001”. A juvenilidade característica

destes públicos relaciona-se com a clara supremacia dos solteiros, donde se pode inferir uma maior disponibilidade pessoal, colocando-os em situação privilegiada para assistir a este tipo de eventos. Encontraram-se dois indivíduos divorciados, ambos do género feminino, correspondendo às faixas etárias mais altas detectadas. Dada tão larga maioria da categoria “solteiros”, a análise estratificada tornou-se escusada.

No que diz respeito à nacionalidade, a maioria são portugueses (93), seguido pelos espanhóis (13), havendo 2 indivíduos de outras nacionalidades (americana e francesa). Em relação aos inquiridos de nacionalidade portuguesa, a maioria são do distrito de Braga (31), onde se realiza o festival, seguindo-se dois distritos adjacentes, Porto, com 15, e Viana do Castelo, com 14 indivíduos. Lisboa (10), Coimbra (8) e Aveiro (7), são os distritos que se seguem com maior incidência (*Vide Anexo II, quadro 5*). Todos os inquiridos de nacionalidade espanhola são da Comunidade Autónoma Galega, a mais próxima de Portugal e, conseqüentemente, de Paredes de Coura, sendo a 4ª região mais representada (*Vide Anexo II, quadro 4*).

Resumindo, infere-se que a proximidade geográfica do festival é um factor favorável à presença neste. Tal facto vem ao encontro do enunciado por Gomes (2000) e Santos (2002) onde se refere que o impacto local e o efeito da proximidade física assumem uma importância fulcral na captação de espectadores. Igualmente segundo Gomes (2000) o impacto local é fundamental para a captação de públicos com menos hábitos culturais. Ainda segundo este autor, é de relevo referir que os participantes provenientes de lugares mais distantes caracterizam-se normalmente por deterem práticas culturais mais enraizadas. Estes últimos, conferem um carácter de diversidade populacional ao evento, podendo afirmar-se que o raio de atracção do festival possui uma amplitude geográfica maior do que estritamente local ou regional.

Relativamente à escolaridade dos inquiridos, o segmento mais representado foi o de indivíduos com o 12º ano concluído, num total de 68 indivíduos, sendo a moda nesta faixa, a dos 18 anos de idade (14 indivíduos), *Vide Anexo II, quadro 5*. Seguidamente surgem os indivíduos com grau de licenciatura (ou equivalente) concluído, com 10 indivíduos, sendo a moda de 25 anos (*Vide Anexo II, quadro 5*). O grau escolar do 3º ciclo do ensino básico (concluído) é representado apenas por 6 indivíduos, distribuídos pelas idades de 16 e 17 anos, estando completamente dentro do padrão (*Vide Anexo II, quadro 5*). Por último, apenas um indivíduo, neste caso do sexo masculino, de 29 anos, é detentor do grau de mestre, sendo um dado que causou alguma surpresa, pela sua escassez (*Vide Anexo II, quadro 5*). Tais dados,

são díspares com os resultados obtidos por Gomes (2005), onde a vasta maioria dos indivíduos tem o grau de licenciatura e graduações académicas mais elevadas.

Tendo em conta que os festivais de Verão são direccionados para um público jovem, torna-se natural que a escolaridade dos indivíduos acompanhe a idade dos mesmos. Será necessário ter em conta que o estudo exigia que a resposta fosse de nível de escolaridade concluído, indo no fundo dar resultados na linha de outros estudos de público.

No que diz respeito à profissão, 76 dos indivíduos são estudantes e 5 são desempregados. Os restantes 27 têm actividades profissionais completamente díspares entre si, sendo de realçar que apenas 3 exercem actividades ligadas à cultura, todos de nacionalidade espanhola. De acordo com Santos (2002), e como referido anteriormente, os estudantes constituem normalmente a maioria da assistência a eventos.

### *Práticas Culturais*

Para facilitar a análise de resultados, foram criados 4 intervalos de idade, correspondendo cada uma delas a 25% do total da população estudada: até aos 18 anos (inclusive), dos 19 aos 21 anos, dos 22 aos 24 anos, e superior a 24 anos. Para o efeito duma melhor leitura estatística, foi removido o indivíduo mais velho incluído no estudo, pela discrepância da idade (38), face aos demais.

No que diz respeito aos hábitos culturais, os parâmetros que apresentam maior frequência nesta população são “navegar na internet” (81), “ir a discotecas/bares” (66), e, com alguma naturalidade, “ir a concertos” (57). Se os dois primeiros se explicam por se estar a abordar uma população cuja maioria corresponde a estudantes, a última relaciona-se por se tratar de eventos similares ao que está em estudo (*Vide Anexo II, quadro 6*).

Gomes (2000: 170) conclui no seu estudo que “as práticas domésticas privilegiadas pelos estudantes, incluem ver filmes, utilizar os multimédia e ouvir música, actividades em que este grupo tem as mais altas taxas de realização frequente”.

Com alguma incidência, e logo depois das três opções mais frequentes, seguem-se os hábitos de leitura (45), mostrando alguma curiosidade intelectual. Mais atrás, “ir ao cinema/teatro” (29) e “ver televisão” (25) foram opções com algum peso. “Ver exposições” e, algo surpreendentemente, “ouvir rádio”, foram as respostas mais residuais (*Vide Anexo II, quadro 7*). A distribuição por idade e género encontra-se no quadro seguinte.

**Quadro III.1. - Práticas culturais por idade e género**

	Género		Idade			
	Fem.	Masc.	Até aos 18 anos	Dos 19 aos 21 anos	Dos 21 aos 24 anos	Mais de 24 anos
Ir a concertos	33	24	16	19	11	11
Ver exposições	2	2	2	2	0	0
Ler livros/jornais/revistas	23	22	10	16	7	12
Ver TV	11	14	9	8	4	4
Ir ao cinema/teatro	20	9	6	14	5	4
Navegar na internet	39	42	21	35	10	15
Ouvir rádio	5	6	2	3	2	4
Ir a discotecas/bares	36	30	15	24	11	16

Os públicos apresentam, portanto, uma multiplicidade de actividades culturais, sendo nalguns casos, com taxas bastante elevadas.

Sem grande surpresa, os estilos musicais com maior frequência de respostas foram o Pop/Rock (89) e o Alternativo (69), que foram também os estilos com maior representação no cartaz do festival (*Vide Anexo II, quadro 8*). De seguida, o Dance/Trance (32) e, logo atrás, o Jazz e o Raggae (30) surgem empatados. Não deixa de ser um dado com relevância, pois apenas o Jazz tinha representação no festival, tendo um palco para o efeito. Já no que ao Raggae diz respeito, uma possível explicação para o facto será a contemporaneidade deste estilo musical (*Vide Anexo II, quadro 8*).

Surge depois o Metal (26) e o Chill-Out (23), ambos estilos sem presença no evento. Por fim, o Hip Hop, embora seja um estilo em voga e com presença em diversos festivais de Verão, foi o que reuniu menos respostas (13) (*Vide Anexo II, quadro 8*). A distribuição por idade e género encontra-se no quadro seguinte.

**Quadro III.2. - Estilos musicais por idade e género**

	Género		Idade			
	Fem.	Masc.	Até aos 18 anos	Dos 19 aos 21 anos	Dos 21 aos 24 anos	Mais de 24 anos
<b>Jazz</b>	14	16	8	11	8	3
<b>Pop/Rock</b>	44		22	33	15	10
		45				
<b>Dance/Trance</b>	22	10	10	11	3	8
<b>Alternativo</b>	39	30	11	28	13	17
<b>Metal</b>	5	11	6	6	3	1
<b>Chill-out</b>	9	14	5	9	2	7
<b>Raggae</b>	18	12	11	10	4	5
<b>Hip Hop</b>	5	8	3	6	2	2

Relativamente ao parâmetro que dava conta dos indivíduos que já teriam participado noutros festivais de Verão, durante o ano corrente, os dados obtidos permitem inferir que, num total de 56 indivíduos do género feminino, 36 já tinham participado noutro evento do tipo, e dos 51 indivíduos do género masculino, 30 também já o tinham feito. No total, 62 indivíduos (62%), representando uma maioria relativa, face aos 41 (38%), estavam presentes num festival de Verão pela primeira vez em 2011. O intervalo de idade em que se verificou uma maior presença noutros festivais foi nos [22-24], com 65%, seguido de perto pelos [>24], com 64%, e pelos [19-21], com 62%, não sendo, como tal, uma diferença significativa.

Como já anteriormente verificado, o género feminino, para além de estar em maioria no estudo, também esteve em maioria na presença noutros festivais de Verão (33% contra 28%, do género masculino). Para a maioria dos 66 indivíduos frequentadores doutros festivais, Paredes de Coura era o segundo (35%) ou terceiro (39%) festival de Verão que assistiam no ano de 2011. Mais atrás, surge o grupo de pessoas que já tinham participado em três outros festivais (20%). Depois, seguem-se os que foram a quatro outros festivais (3%), e com cinco e seis participações noutros eventos do género, com resultados residuais (1,5%, cada). Estes dados vão de encontro aos expostos no IOT (1999), pois a maioria da população portuguesa que assiste a concertos com regularidade, fá-lo mais de três vezes por ano.

#### *Relação com o Festival e seus elementos*

Dos 108 participantes no estudo, para 58 era a primeira vez que assistiam ao Festival, os restantes 50 já tinham assistido em edições anteriores (*Vide* Anexo II, quadro 10). Para 22 (44%) destes 50 indivíduos, já era terceira vez que marcavam presença no festival, sendo esta

a resposta mais expressiva verificada (*Vide* Anexo II, fig.1). A segunda resposta mais frequente foi a de indivíduos que tinham ido ao evento três vezes, com 18% (9). Seguidamente, temos os sujeitos com uma e quatro presenças, com 12% (6) e 10% (5), respectivamente. Com 5 e 6 edições, verificou-se a existência de 3% e 2%, respectivamente (*Vide* Anexo II, quadro 15). Finalmente, identificaram-se indivíduos com 9, 10 e 13 presenças no festival, embora só com um caso em cada (*Vide* Anexo II, quadro 15).

Quanto à forma de deslocação até ao festival, 70% (76) dos indivíduos chegaram ao recinto através de transporte próprio ou de amigos, representando uma larga maioria (*Vide* Anexo II, fig. 2). Dos restantes, 23% (25), vieram de transportes públicos e uma pequena minoria (6%) veio à boleia. A distribuição por idade e género encontra-se nos quadros seguintes.

**Quadro III.3. - Transporte para o Festival por género**

		Deslocação				Total
		Transporte próprio ou de amigos	Transporte público	À boleia	A pé	
Sexo	Feminino	41	12	4	0	57
	Masculino	35	13	2	1	51
Total		76	25	6	1	108

**Quadro III.4. - Transporte para o Festival por idade**

		Deslocação				Total
		Transporte próprio ou de amigos	Transporte público	À boleia	A pé	
Idade (Binned)	Até aos 18 anos	12	11	4	0	27
	Dos 19 aos 21 anos	29	9	2	1	41
	Dos 21 aos 24 anos	13	4	0	0	17
	superior a 24 anos	22	1	0	0	23
Total		76	25	6	1	108

A esmagadora maioria (92%) foi com amigos (*Vide* Anexo II, quadro 20). Apenas 3 dos indivíduos inquiridos estavam em Paredes de Coura sem companhia, todos eles do género

masculino. O caso mais raro foi o de quem foi acompanhado apenas por irmãos, com 2 casos. Outro caso único foi o de quem foi acompanhado por algum dos seus progenitores, representado somente por um indivíduo, tal como o caso de outros familiares. Igualmente só com uma ocorrência verifica-se o caso de quem foi com os amigos, conjuntamente com o companheiro/cônjuge. Resta acrescentar que 5 indivíduos, embora não tenham ido com amigos, foram com membros da sua rede social.

Mais de um quarto dos inquiridos (26%), esteve no festival incluído em grupos de número reduzido, de 1 a 5 elementos, no máximo. No entanto, o grosso dos indivíduos (44%) era parte integrante de grupos de 6 a 10 pessoas. Em menor proporção estão os grupos de 11 a 15 (18%) e de 16 a 20 indivíduos (8%). Em pequena escala, 3% dos indivíduos faziam parte de grupos com mais de 20 pessoas (*Vide Anexo II, quadro 21*).

Noutro parâmetro, 29% dos inquiridos afirmaram que viriam mesmo que não tivessem companhia, sendo este um dado com relevo, tendo em conta que a larga maioria dos participantes esteve no festival no seio de um grupo (*Vide Anexo II, quadro 24*).

No que concerne à relação dos indivíduos com o festival, 62% dos inquiridos tiveram conhecimento do festival através de amigos ou familiares, 21% por intermédio da comunicação social, tendo todos os outros meios uma presença muito reduzida..

Uma fortíssima maioria dos inquiridos (87%) adquiriu o bilhete, tendo os restantes obtido o ingresso por oferta da organização (7%) ou de familiares ou amigos (5%). Somente um indivíduo ganhou o ingresso para o festival num concurso ou passatempo (*Vide Anexo II, quadro 27*).

### *Expectativas, Motivações e Grau de Satisfação*

Os dois factores motivacionais mais comuns foram o cartaz musical (32%) e a recomendação de amigos (27%). O encontro de amigos vem logo de seguida (18%). De notar que, embora a música se superiorize no total, a soma das opções ligadas com amigos acaba por ser maior. A curiosidade em experimentar (12%) e o ambiente e local (9%) foram também factores a ter em conta (*Vide Anexo II, quadro 31*).

Um dado que suscita uma certa surpresa é que apenas 36% dos inquiridos conhecia a maioria das bandas presentes no cartaz da edição de 2011 (*Vide Anexo II, quadro 34*). Dos supracitados, 80% destes tomaram conhecimento dos artistas a partir de sites especializados na internet, deixando para trás o contacto de amigos ou familiares (33%), jornais e revistas (10%) e a televisão (3%) (*Vide Anexo II, quadro 37*).

Uma larga maioria afirmou que a sua principal expectativa para o festival seria a diversão (69%), muito à frente da apreciação de conteúdos musicais (22%). A criação de amizades (4%), o aprofundamento de relações pessoais (3%) e o descanso (2%), tiveram respostas minoritárias (*Vide Anexo II, quadro 39*).

Conclui-se que apesar das diferentes motivações, diferentes tipo de público canalizam as suas expectativas para a diversão e as gratificações mais generalistas e emocionais.

Em relação ao grau de satisfação dos inquiridos, este é bastante elevado, dado que nenhum destes manifestou insatisfação global com o evento, tendo 92% apresentado respostas de grande satisfação.

No que diz respeito a parâmetros específicos do festival discriminados, os que revelaram maior grau de satisfação por parte dos participantes no estudo foram o ambiente (99% de respostas altas, 76% muito altas), as características únicas do evento (84% de respostas altas) e a localização geográfica (82% de elevada satisfação). Mais abaixo, temos o cartaz musical (72%, apenas com 10% de respostas muito altas), as condições do recinto com quase 60% de elevada satisfação. Por fim, o preço do bilhete foi o parâmetro com menos grau de satisfação, estando este facto dentro do que seria expectável, com o elemento adicional de no presente ano se ter agravado o contexto sócio-económico.

Como se pode inferir dos resultados obtidos, a satisfação global é mais do que evidente, e o mesmo foi verificado pelo estudo de Santos (2002), em que a população dominante faz uma avaliação globalmente positiva, que vai de encontro às expectativas iniciais dos mesmos.

#### *Estreantes e fidelizados*

Dada a natureza do estudo, convencionou-se analisar à parte os indivíduos que foram ao festival pela primeira vez, denominados para o efeito como *estreantes*, e os repetentes do evento, denominados por *fidelizados*, nomenclatura proposta por Gomes (2005). Este autor considera que os estreantes representam “uma plataforma de alargamento do festival a novos públicos” (Gomes, 2005: 101), enquanto que os fidelizados constituem “uma importante base de sustentação e de continuidade do festival.” (Gomes, 2005: 101). Nos primeiros, o desconhecimento do cartaz musical é com clareza superior, relativamente ao público fidelizado (29% vs. 56%). É de realçar que é a mesma proporção (29%) do público estreante que afirma conhecer a maioria dos artistas presentes no cartaz.

No caso destes últimos, indo de encontro ao que foram os resultados nos estudos de Santos (2002) e Gomes (2005), a principal motivação para a maioria destes foi a recomendação de amigos (38%). Aqui entra em jogo o fenómeno conhecido na gíria por

“boca a boca” ou “passa a palavra”. Ou seja, experiências positivas passadas por Públicos antigos, geraram novos Públicos.

É também neste segmento de público que se verifica a menor motivação suportada pelo cartaz musical (29%), entrando em jogo o factor “curiosidade em experimentar” (13%), apenas verificado no Público com estas características.

Simultaneamente, é nos estreantes que se revela uma menor relação com o ambiente e a localização geográfica do evento, uma menor existência de redes sociais nos eventos (apenas 7% tiveram como motivação a de encontrar amigos), e uma menor autonomia hipotética, pois somente 24% (face aos 34% dos fidelizados), viria se não tivesse companhia.

Embora se possa concluir que, com naturalidade, os “novatos” sejam um tipo de público com uma menor relação com festival e os seus elementos participantes, existem dados consistentes, suportados pelas respostas ao estudo, que permitem afirmar que uma parte destes já detêm uma identificação prévia com o cartaz musical, provavelmente por este ser um dos elementos de maior exposição do evento. Tendo em conta esta facção não maioritária, o total destes principiantes acaba por não ter como prioridade para o festival a apreciação dos conteúdos musicais. Como refere Santos (2002: 98), existem “traços de heterogeneidade que apontam para a existência de diferentes segmentos de público”.

Como refere Gomes (2005: 71), é através do público estreante que “passa a renovação dos espectadores” e como tal, está definida a sua importância como parte da regeneração do festival.

No que diz respeito aos Públicos tidos como fidelizados, este é, em comparação, um segmento de público com uma maior ligação aos elementos do festival. A começar pelo cartaz, que mais de metade destes (56%) conhece por dentro. Os dados recolhidos vão de encontro com o estudo de Gomes (2005), que postula que os fidelizados revelam maior motivação derivada do cartaz relativamente aos estreantes, neste caso materializado numa incremento de 5% no comparativo de motivações (29% vs. 34%).

É nesse particular, que entra em acção o fenómeno resultante da existência de elementos deste grupo que ao saberem quais os artistas que fazem parte da ementa musical do festival, fazem por descobrir estas sonoridades anteriormente ao início do evento.

Porém, embora a ligação cognitiva ao elenco musical esteja presente, apenas cerca de 33% destes indivíduos a considera como principal factor motivacional na presença no festival. Como tal, nesse domínio nota-se a presença de outros factores como é o caso de encontrar amigos, que 30% deste grupo refere como motivação primordial. Este facto revela a

existência de redes sociais que se formam para a ocasião deste evento, e de amizades, que se formaram outrora, e que se consolidam com o reencontro a cada nova edição.

Há também a salientar que quase um quinto dos sujeitos pertencentes a esta divisão grupal, tem como motivação o ambiente e as características do local. Tal constatação, manifesta que existe uma afectuosidade criada por estes repetentes, relativamente à localização geográfica do evento e ao ambiente gerado no recinto, por todos os seus intervenientes. Neste ponto, é necessário ter em vista que estes indivíduos podem reservar a este evento um espaço especial nas suas férias de Verão, e a que todos os anos querem regressar, criando uma associação com a imagética envolvente.

Verifica-se uma proporcionalidade crescente entre o número de presenças no festival dos indivíduos e a sua pré-disposição para vir ao evento desacompanhado. Esta proporção tem maior relevo nos sujeitos com mais de 2 edições assistidas, numa subclasse deste grupo, a que através da nomenclatura proposta por Leão (2007), se apelidariam de “habituais”.



## PARTE IV – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir este estudo, considero que foram dadas respostas aos objectivos previamente delineados, sendo destes o mais geral o de conhecer os Públicos do Festival Paredes de Coura, edição de 2011.

Genericamente, os Públicos de Paredes de Coura são heterogéneos, na sua maioria jovens estudantes, nos primeiros anos da segunda década de vida, solteiros, com o ensino secundário terminado, muitos com graus de ensino superior em desenvolvimento. Neles se constata uma multiplicidade de práticas culturais, com incidência nos novos meios tecnológicos e em práticas de socialização como ir a bares ou discotecas e a outros concertos e festivais e que têm o Pop/Rock e o Alternativo/Indie, como estilos musicais de eleição. Resta acrescentar que preferem ir ao festival acompanhados pelos amigos, no intuito de, principalmente, se divertirem.

Após uma criteriosa análise, discerniu-se uma catalogação de públicos em *estrepantes*, que foram pela primeira vez ao festival, e que apresentam menor conhecimento, menores relações sociais e ligação com os elementos do evento, ao invés dos *fidelizados*, que já são repetentes em Paredes de Coura, e possuem prévias ligações a elementos sociais e naturais, e maior conhecimento do cartaz musical.

Dos dados recolhidos, a principal forma de angariação dos públicos presentes acabou por ser a recomendação de amigos, com maior preponderância do que qualquer campanha publicitária já efectuada. Este dado não se coaduna com outros estudos de Público, como é o caso do Festival Estoril Jazz.

É de salientar também a multiplicidade de motivações, entre os vários Públicos do festival. Existem públicos motivados expressamente pela componente musical, outros pela companhia e momentos de socialização com amigos, e outros ainda que apenas pretendem encontrar um ambiente de relaxamento, em comunidade, numa localização remota com características diferenciadoras das do meio que habitualmente vivem. Todas estas são motivações válidas, e todas elas podem ser alvo de reflexão.

Os Públicos de Paredes de Coura apresentam um elevado grau de satisfação, com especial destaque para o reconhecido do bom ambiente sentido no evento, representativo do encontro face a expectativas criadas e do bem-estar social presente no recinto.

Paralelamente às inferências produzidas sobre os festivais de música de Verão, com base neste caso em particular, também se obtiveram conclusões sobre a própria indústria musical. É um dado adquirido que a indústria de produção de música se encontra hoje em

reformulação, devido a novos padrões de consumo. Os consumidores actuais perderam o hábito de adquirir música em formatos físicos, consumindo através da internet, *online*, ou fazendo o *download* dos respectivos conteúdos. Porém, essa retracção no consumo não se verifica nos espectáculos ao vivo, possivelmente pelo carácter de experiência única possibilitada pela presença num evento, inimitável e impossível de emular.

O mercado musical, tendo sido reformulado na passada década, faz cada vez mais do seu *core business* o dos espectáculos ao vivo, sendo os registos gravados, em grande parte, base de potencial dos desempenhos ao vivo. Para além do mais, é de referir igualmente o desaparecimento do meio televisivo como principal meio de conhecimento de novas sonoridades. Nos dias que correm, as plataformas de música na internet acabam por ter um papel crucial no crescimento exponencial de determinados artistas/bandas, com foco em certos géneros musicais, sendo o indie/alternativo, um bom exemplo factual.

O Festival Paredes de Coura surge como mais uma montra para novos artistas que buscam conquistar novos palcos, por um lado, e, por outro, um antro de experiências efémeras, para os seus Públicos.

Não tendo o mesmo orçamento, cobertura jornalística, e capacidade de marketing de outros festivais, Paredes de Coura é, sem margem para dúvidas, um evento com capacidade para ombrear com os demais festivais de importância nacional reconhecida. Factores como o seu historial, a sua longevidade, o seu prestígio reconhecido e o seu cenário idílico, ampliam o seu raio de projecção social para o exterior, e são determinantes na abrangência geográfica do público. Ou seja, as suas características peculiares tornam-no incontornavelmente num evento social e cultural de renome, no contexto da Península Ibérica. E os seus Públicos, inspirados pela calma produzida pelo cenário e sonoridades desta pequena localidade, localizada quase na fronteira com Espanha, exemplo de como fenómenos sociais, caracterizados pela harmonia e bem estar, podem ser fomentados por eventos culturais.

Em suma, o Festival de Paredes de Coura, integrando-se no plano mais vasto de festivais de Verão espalhados pelo território português, torna-se único na sua localização, ambiente que se vive no seu recinto, cartaz musical e, muito especialmente, nas características do seu Público, esteja ele presente para reencontrar um espaço social com o qual já criou uma relação, conhecer ou apreciar diferentes sonoridades ou apenas com o interesse de experienciar algo novo.

## **Bibliografia**

Albarello, L. *et al* (1997), *Práticas e métodos de investigação*, Lisboa, Gradiva.

Almeida, João Ferreira e José Madureira Pinto (1980), *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa, Editorial Presença.

Almeida, João Ferreira e José Madureira Pinto (1995), *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa, Editorial Presença.

Azevedo, Miguel e Catarina Sousa (2011), “Paredes de Coura - esplendor na relva”, *Revista Vidas*, pp. 43-49

Bernardo, André (2011), “Qual é o festival de música mais importante de todos os tempos?”, *Saraiva Conteúdo* (online).

Bourdieu, P. e J.-C. Passeron (1964), *Les Héritiers, les étudiants et la culture*, Paris, Éditions Minuit.

Bourdieu, P. (1996), *As Regras da Arte*, Lisboa, Editorial Presença.

Costa, António Firmino da (1999), *Sociedade de bairro. Dinâmicas sociais da identidade cultural*, Oeiras, Celta Editora.

Éthis, Emmanuel (org.) (2002), *Avignon, le public réinventé. Le Festival sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation Française.

Ferreira, V. (1999), “O Inquérito por Questionário na Construção de Dados Sociológicos”, em Silva, A. S. e J. M. Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento.

Fléchet, Anais (2011), “Por uma História Transnacional dos Festivais de Música Popular. Música, Contracultura e Transferências Culturais nas Décadas de 1960 E 1970”, UNESP – FCLAs – CEDAP, pp 257-271.

Fortin, M. (1999), *O Processo de Investigação: Da Concepção à Realização*, Loures, Lusociência.

GIL, A.C. (1989), *Métodos e técnicas de pesquisa social*, São Paulo, Atlas.

Goffman, Erving (2010), *Comportamento em lugares públicos*, Petrópolis, Vozes.

Gomes, R, *et al* (2000), *Públicos do Festival de Almada*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.

Grawitz, M. (1975), “Cualitativo o Cuantitativo”, em *Métodos y técnicas de las ciencias sociales*. Barcelona, Tomo I, Barcelona, Hispano Europea.

Leão, T. (2007), “O(s) público(s) do Fantasporto. Perfis-tipo e Modalidades de Apropriação Ritualista do Festival Internacional de Cinema do Porto”, *Revista Trajectos*, (11), pp. 31-44.

Leão, Tânia (2008), “O Fantástico em Análise – Algumas notas sobre o estudo compreensivo da 23.<sup>a</sup> edição do Fantasporto”, *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 81-109.

Lopes, J. (1998), *Públicos, palcos e amigos: olhares sobre a recepção cultural*, Porto, Cadernos de Ciências Sociais.

Lopes, João Teixeira (1998), “Sociabilidade e consumos culturais: contributos para uma sociologia da fruição cultural”, *Revista da Faculdade de Letras: Sociologia*, Porto, pp. 179-188

Lourenço, Vanda e Rui Telmo Gomes (2005), *O Festival Estoril Jazz: construção de uma imagem de marca*, Lisboa, Observatório das Artes e da Cultura.

Autor Não Identificado (2010), “Festival no Colégio Salesiano do Estoril”, *Revista Sábado*, (Online), Disponível em: [http://www.sabado.pt/Multimedia/FOTOS/Fotogaleria/Vazio-\(nao-gravar\)-\(8\).aspx?id=227029](http://www.sabado.pt/Multimedia/FOTOS/Fotogaleria/Vazio-(nao-gravar)-(8).aspx?id=227029)

Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (1992), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Ed. Gradiva.

Ritzer, George (2007), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, Oxford, Blackwell Publishing.

Santos, Helena *et al* (2006) *Práticas na banda desenhada: os visitantes do 16º Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora*, Porto, Edições Afrontamento.

Santos, M. *et al* (2001), *Públicos no Teatro São João*, Porto, Observatório das Actividades Culturais.

Santos, M. *et al* (2002), *Públicos do Porto 2001*, Porto, Observatório das Actividades Culturais.

Santos, M., *et al* (2003), *Públicos da Cultura*, Lisboa, Universidade Lisboa.

Sequeira, A. (2008), *Públicos de Arte pública: Recepção de arte pública no concelho de Almada*, Dissertação de Mestrado em Sociologia, Especialidade em Cultura e Comunicação, Lisboa, ISCTE.

Silva, A. (2000), *Públicos para a Cultura na cidade do Porto*, Porto, Edições Afrontamento.



## Anexo I – Inquérito

Questionário

Nº \_\_\_\_

A recolha de dados deste inquérito surge no âmbito da Tese de Mestrado intitulada **Públicos do Festival de Paredes de Coura – Expectativas, Motivações e Práticas**, com o objectivo de analisar e caracterizar os Públicos do Festival Paredes de Coura, na sua componente social e cultural, bem como compreender as expectativas e motivações do público deste festival.

Este trabalho, e subsequente estudo, enquadram-se no plano de estudos do Mestrado de Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL).

O questionário é de carácter anónimo, pelo que o seu nome não constará no mesmo, e é garantida a confidencialidade dos dados obtidos.

Por favor, tente ser o mais sincero e claro possível nas suas respostas.

Desde já, o meu muito obrigado pela sua disponibilidade e colaboração.

**1. Idade:** \_\_\_\_\_ Anos

**2. Sexo:** Feminino  (1) Masculino  (2)

**3. Nacionalidade:** Portuguesa  (1) Espanhola  (2)  
Outra  (3) Qual? \_\_\_\_\_

**4. Indique o seu distrito, região ou comunidade onde reside:**

Distrito (Portugal) \_\_\_\_\_

Comunidade Autónoma (Espanha) \_\_\_\_\_

Outra (indique o país) \_\_\_\_\_

**5. Nível de escolaridade:** (Opte apenas por uma resposta, assinalando com um X)

Nunca frequentou um estabelecimento de ensino  (1)

Até ao 3º ciclo de ensino básico (9º ano)  (2)

Até ao ensino secundário (12º ano)  (3)

Ensino superior (licenciatura)  (4)

Ensino superior (mestrado ou superior)  (5)

**6. Profissão:** \_\_\_\_\_

**7. Estado Civil:**

Solteiro  (1) Casado  (2) União de Facto  (3)

Divorciado  (4) Viúvo  (5)

**8. Dentro das seguintes opções, assinale, com um X, até três das que habitualmente mais pratica:**

Ir a concertos  (1) Ver exposições  (2) Ler livros/jornais/revistas  (3)  
Ver TV  (4) Ir ao cinema/teatro  (5) Navegar na Internet  (6)  
Ouvir rádio  (7) Ir a discotecas e bares  (8)

**9. Das seguintes opções, indique (com um X), até 3 géneros musicais, dos que mais costuma ouvir:**

Jazz  (1) Pop/Rock  (2) Dance/Trance  (3) Alternativo  (4)  
Metal  (5) Chill-out  (6) Raggae  (7) Hip Hop  (8)

**10. Já foi frequentador de outro festival de verão este ano?**

Sim  (1) Não  (2)

Se respondeu **Sim** responda à questão seguinte, se respondeu **Não** passe para a **questão 12**.

**11. Quantos festivais de Verão já frequentou este ano?** \_\_\_\_\_

**12. É a primeira vez que vem a este festival?**

Sim  (1) Não  (2)

Se respondeu **Não** responda à questão seguinte, se respondeu **Sim** passe para a **questão 14**.

**13. A quantas edições deste festival já assistiu?** \_\_\_\_\_

**14. Como se deslocou até ao recinto do festival?** (Opte apenas por uma resposta, assinalando com um X)

Transporte próprio ou de amigos  (1) Transporte público  (2)  
À boleia  (3) A pé  (4) Outra  (5)

**15. Com quem veio assistir ao festival?** (Pode assinalar mais do que uma opção, assinalando com um X)

Sozinho  (1) Cónjuge/companheiro(a)  (2)  
Pai/Mãe  (3) Irmãos  (4) Outros familiares  (5)  
Amigos  (6) Colegas/conhecidos/vizinhos  (7)

**16. Se veio acompanhado, indique quantas pessoas integram o grupo?** \_\_\_\_\_

**17. Viria se não tivesse companhia?**

Sim  (1) Não  (2)

**18. Como teve conhecimento do festival?** (Opte apenas por uma resposta, assinalando com um X)

Através de amigos  (1) Através de familiares  (2) Informação turística  (3)  
Publicidade (outdoors, folhetos, flyers)  (4) Media (rádio, tv, imprensa escrita)  (5)  
Internet  (6) Outra. Qual? \_\_\_\_\_ (7)

**19. Como o obteve o Bilhete?** (Opte apenas por uma resposta, assinalando com um X)

Comprou  (1) Oferecido por amigos ou familiares  (2)  
Oferecido pela organização  (3) Obteve num concurso/passatempo  (4)

**20. Eleja o principal motivo que o traz a este festival?** (Opte apenas por uma resposta, assinalando com um X)

Cartaz musical  (1) Encontrar amigos  (2) Recomendação de amigos  (3)  
Leitura de crítica especializada  (4) Convite de alguém conhecido  (5)  
Formação em Comunicação Social  (6) Curiosidade em experimentar  (7)  
Ambiente e local  (8)

**21. Conhece a maioria das bandas que faz parte do cartaz da edição deste ano?**

Sim  (1) Não  (2)

Se respondeu **Sim** responda à questão seguinte, se respondeu **Não** passe para a **questão 23**.

**22. Através de que meio tomou conhecimento das mesmas?** (Pode assinalar mais do que uma opção, assinalando com um X)

Rádio  (1) TV  (2) Jornais/revistas  (3)  
Através de amigos ou familiares  (4) Sites especializados na Internet  (5)  
Outra. Qual? \_\_\_\_\_ (6)

**23. Avalie, numa escala de 1 a 5 (em que o 1 corresponde a Nada Satisfeito e o 5 corresponde a Plenamente Satisfeito), o grau de satisfação relativo aos seguintes aspectos deste festival.**

Localização geográfica	1	2	3	4	5
Cartaz musical	1	2	3	4	5
Preço do bilhete	1	2	3	4	5
Características únicas do recinto	1	2	3	4	5
Ambiente do festival	1	2	3	4	5
Condições do recinto (área de alimentação, bares, campismo)	1	2	3	4	5

**24. O que espera deste Festival?** (Escolha a opção que mais se adequa)

Aprofundar relações pessoais  (1) Criar novas amizades  (2) Diversão  (3)  
Conhecer/apreciar conteúdos musicais  (4) Descansar  (5)  
Outra. Qual? \_\_\_\_\_ (6)

**25. Avalie, numa escala de 1 a 5, o grau de satisfação global na edição deste ano do festival.** (Assinale, com um círculo, o número escolhido)

Nada satisfeito    1    2    3    4    5    Plenamente satisfeito

Agradeço o seu tempo e disponibilidade para colaborar no estudo, e mais uma vez asseguro o anonimato e confidencialidade dos dados fornecidos.

Obrigado pela atenção!

Ricardo Rocha



## Anexo II – Análise Estatística

**Quadro 1.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Idade**

N	Valid	108
	Missing	0
Mean		21,31
Median		21,00
Mode		21
Std. Deviation		3,748
Minimum		16
Maximum		38

**Quadro 2.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Gênero**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Feminino	57	52,8	52,8	52,8
	Masculino	51	47,2	47,2	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 3.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** de dados entre os parâmetros **Gênero** e **Idade**

		Sexo		Total
		Feminino	Masculino	
Idade	16	3	0	3
	17	8	2	10
	18	6	8	14
	19	8	5	13
	20	4	9	13
	21	7	8	15
	22	4	1	5
	23	3	5	8
	24	2	2	4

25	8	3	11
26	1	3	4
27	0	1	1
28	0	3	3
29	0	1	1
30	1	0	1
32	1	0	1
38	1	0	1
Total	57	51	108

**Quadro 4.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Residência**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aveiro	7	6,5	6,5	6,5
Braga	31	28,7	28,7	35,2
Castelo Branco	1	,9	,9	36,1
Coimbra	8	7,4	7,4	43,5
Faro	2	1,9	1,9	45,4
Galicia	13	12,0	12,0	57,4
Holanda	1	,9	,9	58,3
Leiria	4	3,7	3,7	62,0
Lisboa	10	9,3	9,3	71,3
Porto	15	13,9	13,9	85,2
Viana do Castelo	14	13,0	13,0	98,1
Vila Real	1	,9	,9	99,1
Viseu	1	,9	,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 5.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Habilitações Literárias**

	Escolaridade				Total
	Até ao 3ºciclo de ensino básico (9ºano)	Até ao ensino secundário (12ºano)	Ensino superior (licenciatura)	Ensino superior (mestrado ou superior)	
Idade 16	3	0	0	0	3
17	3	7	0	0	10
18	0	14	0	0	14
19	0	12	1	0	13
20	0	11	2	0	13
21	0	11	4	0	15
22	0	3	2	0	5

23	0	5	3	0	8
24	0	0	4	0	4
25	0	1	10	0	11
26	0	3	1	0	4
27	0	0	1	0	1
28	0	1	2	0	3
29	0	0	0	1	1
30	0	0	1	0	1
32	0	0	1	0	1
38	0	0	1	0	1
Total	6	68	33	1	108

**Quadro 6.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Hábitos Culturais**

Ir a concertos	Ver exposições	Ler livros/jornais/revistas	Ver TV	Ir ao cinema/teatro	Navegar na internet	Ouvir rádio	Ir a discotecas/bares
57	4	45	25	29	81	11	66

**Quadro 7.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre o parâmetro **Hábitos Culturais, Idade e Género**

	Género		Idade			
	Feminino	Masculino	Até aos 18 anos	Dos 19 aos 21 anos	Dos 21 aos 24 anos	Superior a 24 anos
Ir a concertos	33	24	16	19	11	11
Ver exposições	2	2	2	2	0	0
Ler livros/jornais/revistas	23	22	10	16	7	12
Ver TV	11	14	9	8	4	4
Ir ao cinema/teatro	20	9	6	14	5	4
Navegar na internet	39	42	21	35	10	15
Ouvir rádio	5	6	2	3	2	4
Ir a discotecas/bares	36	30	15	24	11	16

**Quadro 8.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Géneros Musicais**

Jazz	Pop/Rock	Dance/Trance	Alternativo	Metal	Chill-out	Raggae	Hip Hop
30	89	32	69	16	23	30	13

**Quadro 9.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre o parâmetro **Gêneros Musicais, Idade e Género**

	género		Idade			
	Feminino	Masculino	Até aos 18 anos	Dos 19 aos 21 anos	Dos 21 aos 24 anos	Superior a 24 anos
Jazz	14	16	8	11	8	3
Pop/Rock	44	45	22	33	15	10
Dance/Trance	22	10	10	11	3	8
Alternativo	39	30	11	28	13	17
Metal	5	11	6	6	3	1
Chill-out	9	14	5	9	2	7
Raggae	18	12	11	10	4	5
Hip Hop	5	8	3	6	2	2

**Quadro 10.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Primeira Vez em Paredes de Coura**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	58	53,7	53,7	53,7
	Não	50	46,3	46,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 11.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Primeira Vez em Paredes de Coura e Género.**

		Primeira vez?		Total
		Sim	Não	
Sexo	Feminino	34	23	57
	Masculino	24	27	51
Total		58	50	108

**Quadro 12.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Primeira Vez em Paredes de Coura e Idade**

		Primeira vez?		Total
		Sim	Não	
Idade (Binned)	Até aos 18 anos	16	11	27
	dos 19 aos 21 anos	23	18	41
	dos 21 aos 24 anos	6	11	17
	superior a 24 anos	13	10	23
Total		58	50	108

**Quadro 13.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Gênero** e **Número de Festivais Frequentados**

		Quantos festivais						Total
		1	2	3	4	5	6	
Sexo	Feminino	9	15	9	1	1	1	36
	Masculino	14	11	4	1	0	0	30
Total		23	26	13	2	1	1	66

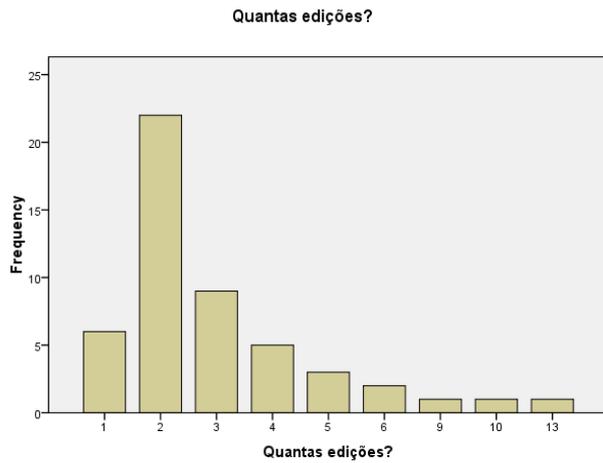
**Quadro 14.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Idade** e **Número de Festivais Frequentados**

		Quantos festivais						Total
		1	2	3	4	5	6	
Idade (Binned)	Até aos 18 anos	5	7	2	0	0	0	14
	dos 19 aos 21 anos	9	11	4	2	1	1	28
	dos 21 aos 24 anos	2	4	4	0	0	0	10
	superior a 24 anos	7	4	3	0	0	0	14
Total		23	26	13	2	1	1	66

**Quadro 15.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Quantas Presenças em Paredes de Coura**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	58	53,7	53,7	53,7
1	6	5,6	5,6	59,3
2	22	20,4	20,4	79,6
3	9	8,3	8,3	88,0
4	5	4,6	4,6	92,6
5	3	2,8	2,8	95,4
6	2	1,9	1,9	97,2
9	1	,9	,9	98,1
10	1	,9	,9	99,1
13	1	,9	,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

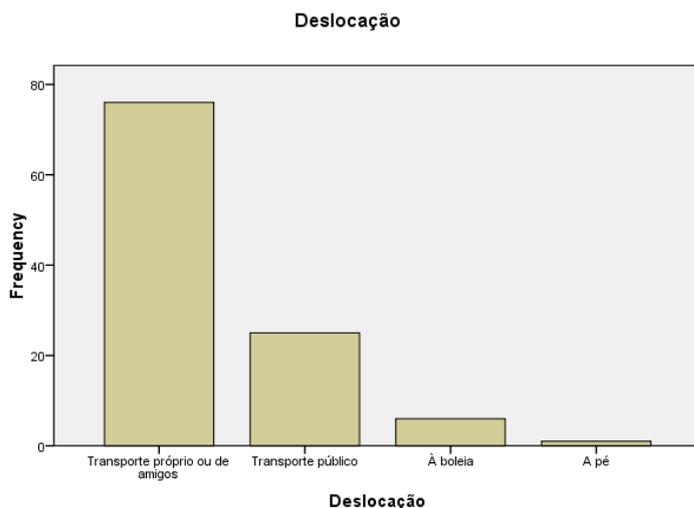
**Fig. 1. Gráfico de Barras do Número de Presenças em Paredes de Coura**



**Quadro 16. Dados estatísticos relativos ao parâmetro Tipo de Transporte para o Festival**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Transporte próprio ou de amigos	76	70,4	70,4	70,4
Transporte público	25	23,1	23,1	93,5
À boleia	6	5,6	5,6	99,1
A pé	1	,9	,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Fig. 2. Gráfico de barras do parâmetro Tipo de Transporte para o Festival**



**Quadro 17. Dados estatísticos relativos ao parâmetro Companhia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sim	31	28,7	28,7	28,7

Não	77	71,3	71,3	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 18.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Companhia no Festival – Amigos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	99	91,7	91,7	91,7
	Não	9	8,3	8,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 19.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Número de Integrantes do Grupo**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	,9	,9	,9
1 a 5	28	25,9	25,9	26,9
5 a 10	48	44,4	44,4	71,3
10 a 15	19	17,6	17,6	88,9
15 a 20	9	8,3	8,3	97,2
Mais de 20	3	2,8	2,8	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 20.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Número de Integrantes do Grupo** e **Gênero**

		Quantas pessoas integram grupo					Total	
		0	1 a 5	5 a 10	10 a 15	15 a 20		Mais de 20
Sexo	Feminino	0	13	27	10	6	1	57
	Masculino	1	15	21	9	3	2	51
Total		1	28	48	19	9	3	108

**Quadro 21.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Número de Integrantes do Grupo** e **Idade**

		Quantas pessoas integram grupo					Total	
		0	1 a 5	5 a 10	10 a 15	15 a 20		Mais de 20
Idade (Binned)	Até aos 18 anos	0	5	13	3	4	2	27
	dos 19 aos 21 anos	0	12	15	10	3	1	41
	dos 21	0	1	10	5	1	0	17

	aos 24 anos							
	superior a 24 anos	1	10	10	1	1	0	23
Total		1	28	48	19	9	3	108

**Quadro 22.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Viria Sozinho**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sim	31	28,7	28,7	28,7
Não	77	71,3	71,3	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 23.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Viria Sozinho** e **Gênero**

		Companhia		Total
		Sim	Não	
Sexo	Feminino	13	44	57
	Masculino	18	33	51
Total		31	77	108

**Quadro 24.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Viria Sozinho** e **Idade**

		Companhia		Total
		Sim	Não	
Idade (Binned)	Até aos 18 anos	11	16	27
	dos 19 aos 21 anos	9	32	41
	dos 21 aos 24 anos	2	15	17
	superior a 24 anos	9	14	23
Total		31	77	108

**Quadro 25.** Dados estatísticos relativos a como os inquirido tiveram **Conhecimento do Festival**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Através de amigos	67	62,0	62,0	62,0
Através de familiares	7	6,5	6,5	68,5
Informação turística	1	,9	,9	69,4
Publicidade (outdoors, folhetos, flyers)	6	5,6	5,6	75,0
Media (rádio, tv, imprensa escrita)	23	21,3	21,3	96,3
Internet	4	3,7	3,7	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 26.** Dados estatísticos relativos ao parâmetro **Obtenção do Bilhete**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Comprou	94	87,0	87,0	87,0
Oferecido por amigos ou familiares	5	4,6	4,6	91,7
Oferecido pela organização	8	7,4	7,4	99,1
Obteve num concurso/passatempo	1	,9	,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 27.** Dados estatísticos relativos às **Motivações**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Cartaz musical	34	31,5	31,5	31,5
Encontrar amigos	19	17,6	17,6	49,1
Recomendação de amigos	29	26,9	26,9	75,9
Leitura de crítica especializada	1	,9	,9	76,9
Convite de alguém conhecido	2	1,9	1,9	78,7
Curiosidade em experimentar	13	12,0	12,0	90,7
Ambiente e local	10	9,3	9,3	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 28.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Género** e **Motivações**

	Motivação							Total
	Cartaz musical	Encontrar amigos	Recomendação de amigos	Leitura de crítica especializada	Convite de alguém conhecido	Curiosidade em experimentar	Ambiente e local	
Sexo Feminino	18	9	15	1	0	9	5	57
Masculino	16	10	14	0	2	4	5	51
Total	34	19	29	1	2	13	10	108

**Quadro 29.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Idade** e **Motivações**

	Motivação							Total
	Cartaz musical	Encontrar amigos	Recomendação de amigos	Leitura de crítica especializada	Convite de alguém conhecido	Curiosidade em experimentar	Ambiente e local	
Idade Até aos 18 anos	6	5	7	1	0	3	5	27

(Binned)	dos 19 aos 21 anos	16	6	12	0	2	4	1	41
	dos 21 aos 24 anos	8	3	4	0	0	1	1	17
	superior a 24 anos	4	5	6	0	0	5	3	23
Total		34	19	29	1	2	13	10	108

**Quadro 30.** Dados estatísticos relativos ao **Conhecimento de Bandas no Festival Paredes de Coura**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sim	39	36,1	36,1	36,1
Não	69	63,9	63,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 31.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Género e Conhecimento de Bandas no Festival Paredes de Coura**

		Conhecimento bandas		Total
		Sim	Não	
Sexo	Feminino	23	34	57
	Masculino	16	35	51
Total		39	69	108

**Quadro 32.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Idade e Conhecimento de Bandas no Festival Paredes de Coura**

		Conhecimento bandas		Total
		Sim	Não	
Idade (Binned)	Até aos 18 anos	8	19	27
	dos 19 aos 21 anos	16	25	41
	dos 21 aos 24 anos	8	9	17
	superior a 24 anos	7	16	23
Total		39	69	108

**Quadro 33.** Dados estatísticos relativos à forma **Como teve Conhecimento do Festival Paredes de Coura**

	Género		Idade			
	Feminino	Masculino	Até aos 18 anos	Dos 19 aos 21 anos	Dos 22 aos 24 anos	Superior a 24 anos
Rádio	6	3	2	3	3	1
TV	0	1	1	0	0	0

Jornais/revistas	4	0	1	0	1	2
Através de amigos ou familiares	11	2	4	6	2	1
Sites especializados na Internet	17	14	4	13	7	7

**Quadro 34.** Dados estatísticos relativos à **Avaliação de Diferentes Aspectos do Festival**

		Localização geográfica	Cartaz musical	Preço do bilhete	Características únicas do recinto	Ambiente do festival	Condições do recinto (área de alimentação, bares, campismo)
N	Valid	108	108	108	108	108	108
	Missing	0	0	0	0	0	0
	Mean	4,31	3,57	3,32	4,69	4,75	3,63
	Median	5,00	4,00	3,00	4,00	5,00	4,00
	Mode	5	4	3	5	5	4
	Std. Deviation	,872	,899	,946	3,895	,456	,871
	Minimum	1	1	1	2	3	1
	Maximum	5	5	5	5	5	5

**Quadro 35.** Dados estatísticos relativos às **Expectativas face ao Festival**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Aprofundar relações pessoais	3	2,8	2,8	2,8
Criar novas amizades	4	3,7	3,7	6,5
Diversão	75	69,4	69,4	75,9
Conhecer/apreciar conteúdos musicais	24	22,2	22,2	98,1
Descansar	2	1,9	1,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

**Quadro 36.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Género** e **Expectativas face ao Festival**

	Expectativas					Total
	Aprofundar relações pessoais	Criar novas amizades	Diversão	Conhecer/apreciar conteúdos musicais	Descansar	
Sexo Feminino	1	1	41	13	1	57
Masculino	2	3	34	11	1	51
Total	3	4	75	24	2	108

**Quadro 37.** Dados estatísticos relativos ao **cruzamento** entre os parâmetros **Idade** e **Expectativas face ao Festival**

	Expectativas					Total
	Aprofundar relações pessoais	Criar novas amizades	Diversão	Conhecer/apreciar conteúdos musicais	Descansar	
Idade (Binned) Até aos 18 anos	1	1	21	4	0	27
dos 19 aos 21 anos	1	1	31	7	1	41
dos 21 aos 24 anos	1	0	9	7	0	17
superior a 24 anos	0	2	14	6	1	23
Total	3	4	75	24	2	108

**Quadro 38.** Dados estatísticos relativos ao cruzamento entre os parâmetros **Edições Assistidas** e **Companhia**

		Sim	Não	Total
Quantas edições?	0	14	44	58
	1	0	6	6
	2	6	16	22
	3	5	4	9
	4	3	2	5
	5	0	3	3
	6	1	1	2
	9	1	0	1
	10	0	1	1
13	1	0	1	
Total		31	77	108

**Quadro 39.** Dados estatísticos relativos ao cruzamento entre os parâmetros **Edições Assistidas** e **Expectativas**

		Expectativas					Total
		Aprofundar relações pessoais	Criar novas amizades	Diversão	Conhecer/apreciar conteúdos musicais	Descansar	
Quantas edições?	0	3	2	40	12	1	58
	1	0	1	3	2	0	6
	2	0	0	17	4	1	22
	3	0	0	6	3	0	9
	4	0	0	4	1	0	5
	5	0	0	1	2	0	3
	6	0	1	1	0	0	2
	9	0	0	1	0	0	1
	10	0	0	1	0	0	1
	13	0	0	1	0	0	1
Total		3	4	75	24	2	108

**Quadro 40.** Dados estatísticos relativos ao cruzamento entre os parâmetros **Edições Assistidas** e **Conhecimento das bandas**

		Conhecimento bandas		Total
		Sim	Não	
Quantas edições?	0	17	41	58
	1	3	3	6
	2	10	12	22
	3	5	4	9
	4	3	2	5
	5	1	2	3
	6	0	2	2
	9	0	1	1
	10	0	1	1
	13	0	1	1
Total		39	69	108





**Europass**  
**curriculum vitae**



**Informação pessoal**

Apelido(s) - Nome(s) **Rocha, Ricardo Gil Pedreiro**

Morada(s) Rua Cidade Quelimane N°19 2°D, 1800-122 Lisboa

Contacto(s) telefónico(s) 964303000

Correio(s) electrónico(s) [Rick.rock@live.com.pt](mailto:Rick.rock@live.com.pt)

Nacionalidade(s) Portuguesa

Data de nascimento 25 de Fevereiro de 1986

Sexo Masculino

**Formação académica e  
profissional**

Datas 1-09-2009 / 30-07-2010

Designação do certificado ou diploma atribuído Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Principais disciplinas/competências profissionais Gestão Cultural e de Eventos, Novos Media, Publicidade e Marketing, Comunicação Política, Práticas Discursivas

Nome e tipo da organização de ensino ou formação ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa)

Classificação obtida a nível nacional ou internacional	14 valores (prevista)
Datas	21-09-2005 / 22-09-2009
Designação do certificado ou diploma atribuído	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos
Principais disciplinas/competências profissionais	Gestão de carreiras, conflitos e negociação, recrutamento e selecção, liderança, diagnóstico e mudança organizacionais
Nome e tipo da organização de ensino ou formação	ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa)
Classificação obtida a nível nacional ou internacional	13 valores

**Aptidões e competências pessoais**

Língua(s) materna(s) **Português**

Outra(s) língua(s) **Inglês, Castelhana**

*Auto-avaliação*

*Nível europeu (\*)*

Compreender		Falar		Escrever
Compreensão oral	Leitura	Interacção oral	Produção oral	

**Inglês**  
**Castelhana**

C1	B2	C1	B2	B2
B2	B1	B2	B1	A2

*(\*) Nível do Quadro Europeu Comum de Referência (CECR)*

Aptidões e competências sociais

Social e comunicativo, criador de empatia e de bom relacionamento entre os seus pares

Aptidões e competências de organização

Resolução de conflitos, comunicação organizacional, liderança, resolução de problemas

Aptidões e competências técnicas	Recrutamento e selecção, avaliação de desempenho, gestão de pessoas e conflitos, formação e desenvolvimento de carreiras
Aptidões e competências informáticas	Domínio de ferramentas como MS Windows, MS Office, Softwares de edição multimédia
Aptidões e competências artísticas	Capacidade de escrita criativa
Outras aptidões e competências	Empreendedor, inovador, autónomo e com capacidade de pensamento divergente
Carta(s) de condução	A e B (motociclos e ligeiros)

**Informação adicional**

- Aluno de Erasmus durante o período de 1 ano lectivo na Czech University of Life Sciences, em Praga, na República Checa.
- Aluno de Intercâmbio, durante 6 meses, na Universidade Federal da Paraíba, em João Pessoa, estado da Paraíba, Brasil.
- Diplomado por equivalência ao Curso de Formação de Formadores
- Detentor de curso de Produção Musical e Djing