



UNIVERSIDADE  
E D U A R D O  
MONDLANE

**Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane**

**CONTRIBUTO DOS FESTIVAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DOS  
DESTINOS TURÍSTICOS: CASO DO FESTIVAL GWAZA  
MUTHINE/MARRACUENE**

Dilva Celeste de Sérgio Langa

Inhambane, 2023.

Dilva Celeste de Sérgio Langa

**Contributo dos Festivais Para o Desenvolvimento Dos Destinos Turísticos: Caso  
do Festival Gwaza Muthini/Marracuene**

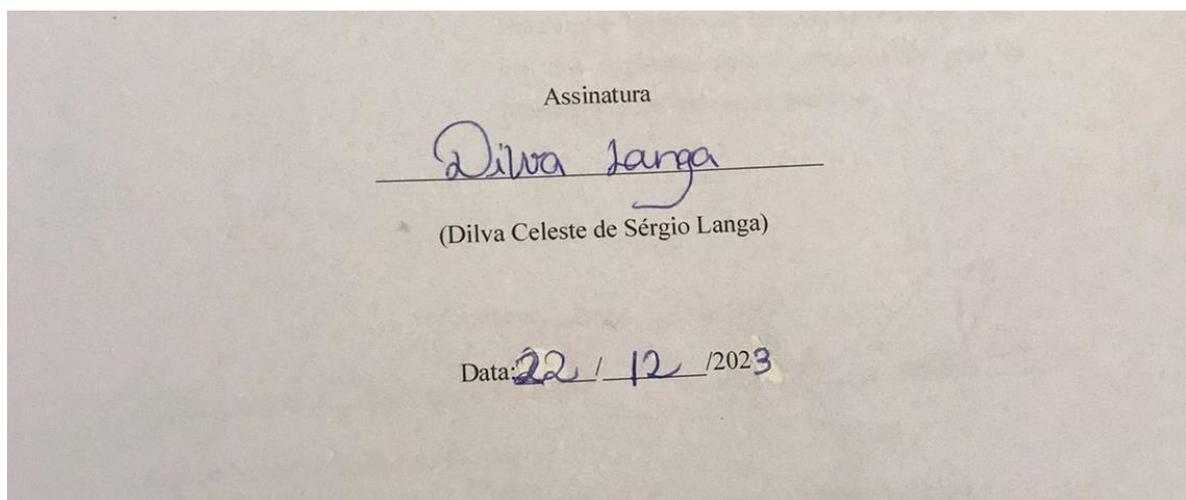
Monografia a ser apresentada à Escola Superior de  
Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), como  
um dos requisitos para a obtenção do grau de  
Licenciatura em Animação Turística.

Supervisor: dr. António Gomes Matola

Inhambane, 2023.

## Declaração

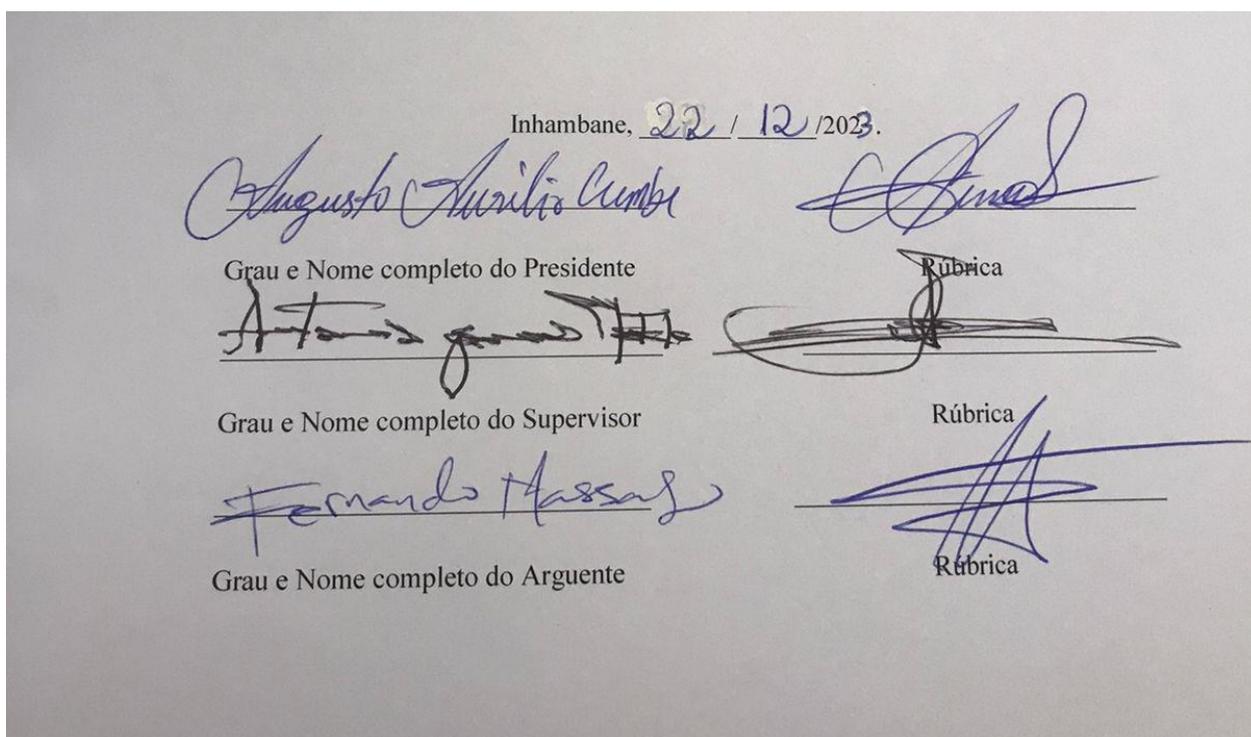
Declaro que este trabalho de fim do curso sucedeu da minha investigação, que todas as fontes estão devidamente referenciadas, e nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.



Dilva Celeste de Sérgio Langa

**Contributo dos Festivais Para o Desenvolvimento dos Destinos Turísticos: Caso do Festival Gwaza Muthini/Marracuene**

Monografia apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), como um dos requisitos para a obtenção de grau de Licenciatura em Animação Turística.



## **Dedicatória**

Aos meus pais Sérgio Langa e Cristina Langa, meus irmãos Milton Langa e Sérgio Júnior e por fim, a minha sobrinha Ayanda Cristina Langa.

## **Agradecimentos**

De forma introdutória, agradeço ao meu supervisor dr. António Gomes Matola pela orientação, auxílio e paciência durante a elaboração deste trabalho.

Agradeço aos docentes da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane pela partilha de conhecimentos, especialmente no curso de licenciatura em Animação Turística, pela prontidão e engajamento para suprir todas dificuldades durante a academia. Estendo agradecimentos ao representante do Governo de Distrito de Marracuene e da Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo pela partilha de informações sobre o distrito de Marracuene.

Sou grata às famílias Langa e Rungo pelo encorajamento e apoio moral durante a formação. Particularmente, a Aquina Kátia e as minhas primas Thandy e Sharleny pela força transmitida incansavelmente.

Aos meus colegas da faculdade Domingos Mahumane, Elizabete Senete, Milena Laura, Matias Vaz e Rafael Mabasso serei eternamente grata pelo carinho, incentivo e puxão de orelha para o fim desta etapa.

## RESUMO

O presente trabalho intitulado contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos: caso do festival Gwaza Muthini/Marracuene, goza de interesse a necessidade de demonstrar os itens resultantes da acção turística como vector de desenvolvimento local. O objectivo fulcral deste estudo é analisar o contributo do festival Gwaza Muthini para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico com enfoque na caracterização do festival, descrição das acções dos intervenientes envolvidos no processo de organização do festival e mapear as reais contribuições para o desenvolvimento dessa região. A motivação por detrás dessa pesquisa está atrelado na influência do curso de licenciatura em Animação turística e no interesse pela área da cultura e exaltação de expressões artístico•culturais como motor de desenvolvimento ao serviço do turismo, entretanto, para que fosse possível realizar essa pesquisa usou-se como ferramentas metodológicas a pesquisa bibliográfica e documental com auxiliada pesquisa quali•quantitativa para aferir as opiniões dos entrevistados e inquiridos traduzidos em número e de forma descritiva, igualmente usou-se instrumentos de coleta de dados o questionário dirigido a comunidade local e entrevista aplicados à Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo e o Governo de Distrito de Marracuene, onde de forma conclusiva teve-se como resposta que Marracuene recebe maior fluxo de turistas anualmente por conta do festival Gwaza Muthini e ausculto investidores para melhoria das infra-estruturas básicas locais e turísticas. O destino continua sendo demandado ao serviço do turismo e têm vocação para implementação de novos projectos que impulsionam o seu desenvolvimento. Entretanto, o governo do distrito e as entidades de cultura e turismo têm imprimido esforços para representar Marracuene como produto turístico consumível.

**Palavras-chave:** Festival, Turismo, Desenvolvimento, Destino Turístico.

**Listas de Abreviaturas e Siglas**

UEM- Universidade Eduardo Mondlane

ESHTI- Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

FACIM- Feira Internacional de Maputo

GM- Gwaza Muthini

INE- Instituto Nacional de Estatística

DPCTM- Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo

GDM- Governo do Distrito de Marracuene

## **Lista de Figuras e Quadros**

### **Lista de Figuras**

Figura 1- enquadramento geográfico da área em estudo.....	21
Figura 2- Nível de familiaridade com o festival GM. ....	23
Figura 3- Papel desempenhado no festival GM. ....	24
Figura 4- Objectivo do festival GM. ....	25
Figura 5- contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico .....	26
Figura 6- Acções das organizações do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico. ....	28

### **Lista de quadros**

Quadro 1– Impactos do turismo de eventos .....	15
Quadro 2- Responsabilidade dos atores sociais no desenvolvimento dos destinos turísticos. ....	18
Quadro 3- Descrição das entidades entrevistadas .....	22

## Índice

Folha de rosto...	i
Declaração .....	ii
Folha de avaliação...	iii
Dedicatória .....	iv
Agradecimentos.....	v
RESUMO .....	vi
Listas de Abreviaturas e Siglas .....	vii
Lista de Figuras e Quadros .....	viii
<u>1.</u> INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Enquadramento .....	1
1.2. Problematização .....	2
1.3. Justificativa .....	3
1.4. Objectivos .....	4
1.4.1. Objectivo geral .....	4
1.4.2. Objectivos específicos .....	4
1.5. Metodologia.....	4
<u>2.</u> REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	7
2.1. Conceitos Básicos .....	7
2.1.1. Turismo .....	7
2.1.2. Evento.....	7

2.1.3. Festival .....	8
2.2. Destino turístico .....	9
2.2.1Características dos destinos turísticos .....	10
2.2.2.Desenvolvimento dos destinos turísticos .....	11
2.3. Turismo de eventos .....	12
2.3.1. Caracterização dos eventos .....	13
2.3.2. Impactos do Turismo de Eventos .....	14
2.4. Cadeia produtiva do turismo .....	16
2.5. Responsabilidade dos atores sociais no desenvolvimento dos destinos turísticos.....	18
2.6. Contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos.....	19
<u>3</u> .APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	21
3.1. Descrição da área em estudo (Marracuene) .....	21
3.1.1. Localização.....	21
3.1.2. Economia.....	21
3.2. Caracterização da Amostra .....	22
3.2.1. Caracterização do festival Gwaza Muthini.....	22
3.2.2. Contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico .....	25
3.2.3. Acções das entidades envolvidas na realização do festival GM com vista ao desenvolvimento de Marracuene como destino turístico .....	26
3.3. Discussão dos Resultados .....	28
<u>4</u> .CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....	31

4.1. Conclusão.....	31
4.2. Recomendações .....	32
<u>5</u> .REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	33
Apêndices .....	37

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1. Enquadramento

Esta monografia, está vinculada ao plano curricular de licenciatura em Animação Turística, que é ministrado pela UEM-ESHTI, uma unidade de ensino superior nas áreas de turismo e hotelaria. Para esta realidade fez-se uma abordagem sobre o contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos, especificamente, para o caso do festival GM/Marracuene, como trabalho de conclusão de fim do curso.

Os eventos são um fenómeno crescente a nível global, aumentando em número e popularidade, e podem funcionar como produto turístico quer sejam mega eventos ou festivais comunitários (Small, 2007). Por outro lado, o desenvolvimento do turismo está directamente relacionado com o progresso de uma comunidade e, se for bem administrado, pode se considerar como instrumento para alavancar o bem-estar social. No entanto, enquanto a sociedade espera melhorias, destinos turísticos lutam para gerenciar o desenvolvimento do turismo de forma eficaz (CROUCH & RITCHIE, 1999).

Armstrong e Kotler (2003), reiteram que eventos são ocorrências planeadas e que transmitem mensagens ao públicos-alvo. Permitem que uma região ou comunidade comemore a sua singularidade, se desenvolva o orgulho local e melhore o seu bem-estar económico.

Os festivais especialmente aqueles que envolvem valores culturais como é o caso do festival Gwaza Muthini, são utilizados como instrumento de identidade da comunidade, de promoção de região, combate a sazonalidade turística e conseqüentemente ajudam a prover o desenvolvimento turístico do destino.

Este trabalho está organizado em capítulos, onde: o capítulo (I) constitui a introdução dos aspectos que serão tratados neste trabalho, através do enquadramento do tema, problema, justificativa, objectivos e a metodologia; (II) capítulo aborda sobre a revisão bibliográfica e faz menção a fusão das pesquisas; capítulo (III) destaca a apresentação e discussão de resultados obtidos através da pesquisa de campo; (V) capítulo faz

menção a conclusão e recomendações, e o último capítulo estima as referências bibliográficas e apêndices.

## **1.2. Problematização**

Segundo Marujo (2014), o desenvolvimento do turismo de eventos é uma realidade incontestável e evidente em todo o mundo. No campo do turismo, refere-se a importância dos eventos comunitários para o desenvolvimento de um destino. São eventos com raízes nas características e desejos da comunidade, ou seja, evento que um grupo tem necessidade ou aspiração de comemorar determinados aspectos do seu modo de vida ou da sua história (DIMMOCK E TYCE, 2001).

Por sua vez, os eventos criam oportunidades para viagens, aumentam o consumo e promovem a evolução dos destinos, justificando a luta constante por parte das entidades governamentais na captação de eventos nacionais e internacionais (MARUJO, 2014). Por estes motivos, a organização de eventos devem garantir vários benefícios para o destino onde realiza-se, as comunidades locais, os organizadores, parceiros e investidores.

Hall (1992), relata que os eventos auxiliam no desenvolvimento ou manutenção da identidade comunitária ou regional. Craik (2003), acrescenta que negativamente eles podem alterar as características da comunidade no destino, uma vez que podem transformar a cultura num objecto de mercantilização.

O turismo é tido como vector para melhorar a qualidade de vida da população e desenvolver os destinos turisticamente, Por essa razão, o foco dessa abordagem incide concretamente na busca pela compreensão sobre o contributo que festival Gwaza Muthini possui para o progresso de Marracuene como destino turístico. Tendo em conta que os festivais têm a capacidade de aliciar investidores e empreendedores capazes de mobilizar as diversas esferas da cadeia produtiva de turismo, criando oportunidades de emprego, gerar negócios, e assim, concebendo um crescimento para a economia nacional. Olhando para a competitividade dos destinos turísticos, é importante entender e demonstrar as acções adoptadas pelos intervenientes envolvidos na realização do festival GM, de modo a garantir a evolução do destino em causa, e consequentemente, salvaguardar a satisfação das necessidades e fidelização dos turistas que acedem a Marracuene. Pelo que, buscou-se responder a seguinte questão

de partida: *De que forma o festival Gwaza Muthini contribui para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico?*

### **1.3. Justificativa**

O turismo exige uma pluralidade de acções para melhoria dos destinos, entretanto, “no processo de desenvolvimento turístico de uma região, são utilizadas múltiplas estratégias ou recursos naturais, históricos e culturais para a atracção de visitantes” (MARUJO, p.3,2015). Os eventos, quaisquer que sejam, são valorizadores estratégicos para o turismo no destino, quer pela mão dos municípios, quer pela mão de entidades privadas que buscam investimentos e retornos seguros (DIAS, 2012).

Segundo Ritchie (1999), a competitividade de um destino turístico é a capacidade para satisfazer de forma mais eficaz e eficiente as necessidades dos fluxos turísticos, preservando as próprias qualidades territoriais e contribuindo para melhorar o bem-estar actual e em perspectiva da comunidade local.

Nessa óptica, a escolha do tema deve-se ao facto do distrito de Marracuene atrair visitantes nacionais e internacionais por conta dos atractivos naturais, turismo de aventuras e FACIM. Por outro lado, é o local onde realiza-se o festival Gwaza Muthini que exhibe a sua história e rica diversidade cultural, entretanto, olha-se para este evento como uma ferramenta para o fortalecimento das relações sociais e garantia da dinâmica de Marracuene como destino turístico, criando uma teia para minimizar a chamada sazonalidade turística nas épocas do ano em que a procura é reduzida. A percepção pelo contributo que o festival acarreta no desenvolvimento de Marracuene como destino turístico, incidiu na numeração das ofertas turísticas que o destino possui, que são imprescindíveis para se considerar um excelente destino turístico capaz de impulsionar a promoção da imagem da região e o desenvolvimento do destino tornando-o mais competitivo.

O interesse por esta pesquisa, incide na área de formação Animação Turística, cujo objectivo é dotar formandos de competências para gestão de eventos e/ou entretenimento no sector turístico, por outro lado, embora o tema festivais seja corrente nos trabalhos científicos da ESHTI, neste a abordagem é diferente pois trata-se do contributo dos festivais, especificamente, o festival GM/ Marracuene.

Assim, espera-se que a pesquisa amplie debates em torno do assunto abordado, sirva de instrumento de estudo e auxílio na compreensão sobre o contributo do festival Gwaza Muthini para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico.

#### **1.4. Objectivos**

##### 1.4.1. Objectivo geral

- Analisar o contributo do festival Gwaza Muthini para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico.

##### 1.4.2. Objectivos específicos

1. Caracterizar o festival Gwaza Muthini;
2. Descrever a contribuição do festival Gwaza Muthini para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico;
3. Demonstrar as acções dos intervenientes envolvidos na organização do festival Gwaza Muthini com vista ao desenvolvimento de Marracuene como destino turístico.

#### **1.5. Metodologia**

A metodologia da presente pesquisa, tem como foco, ilustrar os meios percorridos para a concretização desta pesquisa. Pelo que:

- a) Quanto aos objectivos: classifica-se como pesquisa explicativa, pois, auxiliando aos pensamentos de Gil (2008), a pesquisa explicativa visa identificar os factores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenómenos. E tendem a aprofundar o conhecimento da realidade.
- b) Quanto a natureza: a pesquisa é básica visto que objectiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas sobre o contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos, procurando entender de forma objectiva o contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico.
- c) No que concerne abordagem do problema a pesquisa é qualitativa-quantitativa.

Na pesquisa qualitativa foram transcritas as informações adquiridas no campo, com base na entrevista, de modo a aprofundar a investigação relacionada com o contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico e a pesquisa quantitativa buscou a validação das respostas do questionário dirigido a comunidade local utilizando meios e técnicas estatísticas para a análise e explicação dos dados recolhidos.

- d) No que tange aos procedimentos técnicos a pesquisa é bibliográfica e da internet, onde, adquiriu-se informações em diferentes plataformas disponíveis.

Para o alcance dos objectivos pré-concebidos para este estudo, concebeu-se quatro (04) fases que são:

#### **1ª Fase:** Preparação do trabalho de campo

Por sua vez, envolveu a revisão bibliográfica, pesquisa da internet, determinação do tamanho da amostra, a análise, interpretação e tratamento de dados e por fim a redacção final do texto.

- a) Pesquisa bibliográfica - consistiu na recolha de informações em obras literárias sobre o contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos de forma a sustentar o trabalho, possuiu auxílio teórico em livros, páginas da internet, dissertações, artigos científicos e revistas científicas com inclinação ao tema estudado.
- b) Pesquisa na internet – consistiu na busca de informações em páginas da Internet de modo a sustentar a informação adquirida nas fases anteriores, e teve especial foco os sites do Governo do Distrito de Marracuene.

#### **2ª Fase:** Tamanho da amostra

##### **Determinação da Amostra**

No que concerne a amostragem é não-probabilística, porque existe uma dependência, pelo menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador de campo para a selecção dos elementos da população para compor a amostra (Mattar, 2001). No entanto, a amostragem é não-probabilística intencional, evidentemente, porque foi

seleccionado um subgrupo que possui conhecimento do assunto estudado para representar a população.

### **III Fase:** Apresentação, análise, interpretação e tratamento de dados

Nesta fase fez-se a descrição do local de estudo e após a recolha de informações concedidas pelos inquiridos, foi feita a análise, interpretação e tratamento dos dados. Sendo uma das fases mais importantes da pesquisa, pois, a partir dela, serão apresentados os resultados e a conclusão da pesquisa, conclusão essa que poderá ser final ou apenas parcial, deixando margem para pesquisas posteriores (MARCONI & LAKATOS, 1996).

A análise dos dados foi feita com base no método estatístico e descritivo.

Onde, o método estatístico foi utilizado na colecta de dados quantitativos através do processamento para o cálculo de frequência e percentagem através das informações dos inquiridos.

E o método descritivo, foi utilizado para o arrolamento detalhado dos fatos importantes da pesquisa, os fenómenos notados no campo e os resultados do levantamento de informações.

### **III Fase:** Redacção do texto

Esta fase, consistiu na copilação do texto final, e teve como espelho o instrumento regulador para a elaboração de trabalhos de culminação de curso, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI).

## **2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Neste capítulo, apresentam-se ideias dos autores com credibilidade científica para dar suporte a pesquisa, no entanto, fez-se de forma introdutória a descrição de alguns conceitos fundamentais em volta do tema centrado.

### **2.1. Conceitos Básicos**

#### **2.1.1. Turismo**

Turismo pode ser entendido como actividade que envolve a deslocação de pessoas para um certo destino, com objectivos que envolvem o lazer, apreciação da cultura, e mais, seja o mesmo de carácter doméstico ou internacional, com período superior a 24 horas e inferior a um ano.

A Organização Mundial do Turismo (2001), considera que turismo compreende actividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. Por outro lado, Cunha & Abrantes (2013), definem o turismo como o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal.

O turismo compreende todos os processos, especialmente os económicos que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado HERMANN (1911) apud MOESCH (2002).

Embora haja ideias de vários pesquisadores sobre o conceito do turismo, e alinhando-se as definições acima citadas, nota-se a existência de aspectos em comum tais como: indivíduo, deslocação e destino que visam clarificar e complementar a essência da definição de turismo.

#### **2.1.2. Evento**

Evento no sector do turismo é ocorrência que compreende as actividades turísticas, com data, local e hora pré-estabelecida para a decorrência dos seus interesses, que

pode ser de carácter promocional, comercial, entretenimento e profissional. Capaz de garantir a troca de experiências e motivar uma procura turística.

Eventos podem ser considerados como uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidade realizada em data e local especial, com objectivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa e científica (ZANELLA, 2003).

Neto (2004), defende que evento é um acontecimento especial cuja característica é proporcionar uma ocasião grandiosa ao encontro de pessoas, com finalidade específica o tema principal do evento que justifica a sua realização. Assim, devem ser encarados como ocorrência que gera sensações antes, durante e após a realização do evento. O mesmo, vale pela sua emoção, fantasia, participação e realização. A participação se dá à partir das experiências vivenciadas pelos participantes e a fantasia tem a ver com a magia do evento em si.

Para Senac (2000), evento é um acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objectivando o engajamento de pessoas à uma ideia ou acção.

Consoante as definições acima citadas, percebe-se que evento é uma actividade social de carácter comemorativo ou profissional, que tem como objectivo celebrar um determinado acontecimento ou filiar um produto a certo público-alvo, o mesmo permite despertar, vivenciar as emoções e garantir a troca de experiências entre eles.

### 2.1.3. Festival

Segundo Tenan (2002), festival é um evento que pese factores artístico-culturais, composto de apresentações previamente seleccionadas, com o objectivo de competição, divulgação ou promoção comercial.

Na visão de Quinn (2009), os festivais são programas de actividades prazerosas, entretenimento ou eventos que tenham um carácter festivo ou visam a celebração pública de algum acontecimento.

Os Festivais ajudam a proteger às tradições culturais locais, a desenvolver o turismo e promover o desenvolvimento económico, social e cultural de uma região (Tanford e Jund, 2017). Acrescenta Garbuio (2018), que os mesmos se enquadram no segmento do turismo de eventos, possuem uma dinâmica própria que envolve a cultura, a sociedade e a economia das cidades onde estão sediados.

Falasse (1987), defende que festival pode ser, teoricamente, entendido como uma ocasião social, periodicamente recorrente, na qual, através de uma multiplicidade de formas e eventos coordenados, todos os membros da comunidade participam directamente ou indirectamente. Acrescenta que, a função social tem um significado simbólico de um festival, estão intimamente relacionados com uma série de valores que a comunidade reconhece como essenciais à sua identidade social, continuidade histórica e visão do mundo.

Portanto, Aliado ao pensamento dos autores acima citados, afirma-se que o festival GM é um evento que tem um significado ritual histórico, é celebrado anualmente na mesma data com o objectivo de recordar o marco da resistência colonialista com vista proteger o distrito de Marracuene e conseqüentemente adquirir a independência. Eles podem funcionar como anfiteatros onde o conhecimento local é produzido e reproduzido, a história, a herança cultural e as estruturas sociais, que distinguem um lugar do outro, são revistas, rejeitadas e recriadas (QUINN, 2005).

## **2.2. Destino turístico**

O destino turístico pode ser entendido como uma unidade geográfica que atrai visitantes, podendo ser um resort, núcleo turístico, área turística, vila, cidade, distrito, estado/província, ilha, região, país, continente e até mesmo um cruzeiro, ou seja, o destino pode ser de qualquer escala e ter diferentes fronteiras administrativas (GUZMÁN & VILA, 2006).

Quanto a definição proposta pela Organização Mundial do Turismo (2016), destino turístico é por obrigação um espaço físico no qual o visitante pode pernoitar, seja este local provido ou não de limites administrativos. Além disso, é o conjunto de produtos e serviços, actividades e experiências para o visitante ao longo da cadeia de valor do turismo.

Valls (2006,p.16), reitera que:

“Os destinos turísticos podem ser definidos como, país, região, estado, cidade ou lugar, como um espaço geográfico determinado, com características de clima, infra-estruturas e serviços próprios, com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planeamento, que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e ordenação dos atractivos disponíveis, dotado de uma marca e que se comercializa tendo em conta seu carácter integral.”

Atendendo aos serviços que o turista poderá necessitar durante as suas viagens, que poderão ser importantes para a definição de um benévolo destino, alinho ao pensamento de BENI (2006),ao afirmar que destino turístico compreende os diversos serviços ofertados (alimentação, habitação, transporte), a criação da imagem através do marketing e da disponibilidade de informações. É uma entidade física (localização geográfica, infra-estrutura, atributos naturais), mas também, constitui uma entidade sociocultural (contexto histórico, tradições e religião).

Tendo em conta a definição de destino turístico defendida pelos autores acima citados, é unânime afirmar que são diferentes os conjuntos e os factores que tornam um destino turístico, no caso de Marracuene percebe-se que o destino, consolida-se com a variedade de ofertas turísticas, que abrangem eventos culturais incluindo turismo de lazer e sol e praia e outros.

#### 2.2.1. Características dos destinos turísticos

Segundo Buhalis (2000) citado por Monteiro (2014), os destinos turísticos apresentam uma experiência integrada para o consumidor e podem ser compostos por seis (6) características, nomeadamente:

1. Atrações: naturais, culturais, artificiais;
2. Acessibilidade: sistemas de transportes globais, incluindo estradas e veículos;
3. Comodidades: estabelecimentos de alojamento e restauração;
4. Pacotes disponíveis: tem a ver com pacotes turísticos pré-concebidos por intermediários;
5. Actividades: todas as actividades disponíveis no sistema da qual o turista irá usufruir durante a sua estadia;

6. Serviços auxiliares: serviços prestados aos turistas como: telecomunicações, hospitais, correios.

Cada elemento que compõe o destino turístico, contribui para a satisfação ou insatisfação do turista, mas, o turista não avalia cada elemento de forma isolada, mas sim, todo o conjunto de uma viagem (TAVARES, 2008).

### 2.2.2. Desenvolvimento dos destinos turísticos

O desenvolvimento de uma sociedade é redigido por quatro subprocessos que estão intimamente interligados: o económico, social, cultural e o político-administrativo. Esses elementos se apresentam de forma tão interligada, mas cada um possui uma especialidade própria e deve ser considerado parte a parte para que possa entender melhor o processo (DALL'ACQUA,2003).

Para Marujo (2015, p.10):

“O turismo de eventos tem vindo a assumir, cada vez mais, um papel fundamental no desenvolvimento socioeconómico de um país, região ou localidade: criam empregos directos ou indirectos; proporcionam uma melhoria da infra-estrutura básica e turística do local; promovem o crescimento e a comercialização de produtos; fomentam o intercâmbio entre turistas e anfitriões, etc.”

Segundo Vignati (2008), os elementos da estrutura básica que sustentam de forma cumulativa e durável o desenvolvimento dos destinos turísticos são:

- Meios de hospedagem;
- Empresas de transportes turísticos;
- Empresas de restauração;
- Empresas de entretenimento;
- Agências de turismo;
- Guias de turismo;
- Outras estruturas de apoio ao turismo;
- Serviços públicos e
- Comunidade local.

Segundo Duarte (2017,p.9)

“O desenvolvimento dos destinos turísticos fundamenta-se na igualdade social, na eficiência económica, na diversidade cultural e na protecção e conservação do meio ambiente. Trata-se de um modo de encarar o desenvolvimento nas suas múltiplas facetas, associado a necessidade de gestão de consideração do futuro e o envolvimento transversal dos diversos sectores intervenientes nas três dimensões social, económica e ambiental.”

Alinhado ao pensamento dos autores anteriormente citados, de forma condensada pode-se afirmar que desenvolvimento de Marracuene como destino turístico implica mudanças qualitativas e não apenas quantitativas, e estão interligados aos factores económicos, sociais e ambientais.

### **2.3. Turismo de eventos**

O turismo de eventos, por sua vez é praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósio, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das actividades económicas que mais crescem no mundo actual (TENAN, 2002).

Getz (1997), define o turismo de eventos como um segmento de mercado constituído pelas pessoas que viajam para frequentar eventos ou que podem motivar-se a participar em eventos enquanto estão longe de casa.

De acordo com Britto e Fontes (2002), o turismo de eventos é o segmento do turismo que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado. E a realização desses eventos vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área a troca de informações, a actualização de tecnologias, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial), que se constituem no melhor desempenho do grupo de interesse em questão. Os autores acrescentam que permite que haja interacção das pessoas, o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que são gerados fluxos de deslocamento e visitação.

No que tange a abordagem dos autores acima, percebe-se que o turismo de eventos têm uma demanda exclusiva de turistas e/ou profissionais de turismo que deslocam-se para um destino para um frequentar eventos.

### 2.3.1. Caracterização dos eventos

Senac (2000), caracteriza os eventos pelos seguintes aspectos: data de realização, porte, perfil dos participantes e quanto aos objectivos que pretendem alcançar.

Pela data de realização, o evento pode ser:

- Fixa - quando a data de realização é invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras, realizam-se anualmente no mesmo dia, com periodicidade determinada;
- Móvel - evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora;
- Esporádica - evento de realização temporária, que acontece em função de factores extraordinários, porém previstos e programados.

Quanto ao porte ou dimensão, podem ser:

- Pequeno - evento com número inferior a 200 participantes;
- Médio - estimado entre 200 e 500 participantes;
- Grande - acima de 500 e vai até 5.000 participantes;
- Macro ou Megaeventos - com público superior a 5.000 participantes.

Considerando o perfil dos participantes, um evento pode ser:

- Geral - organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas em função da capacidade do local de realização;
- Dirigido - evento restrito a indivíduos que possuem afinidades com o tema, de modo geral, se subdivide em grupos de interesses diversificados;
- Específico - evento realizado para público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto.

Para finalizar defende que quanto aos objectivos, os eventos podem ser:

- Científico e cultural - o objectivo poderá ser educacional, político, artístico ou esportivo;
- De carácter comercial- o objectivo é a comercialização de um ou mais produtos;
- Social -o objectivo poderá ser beneficente, congregação e integração.

Pedro (2007) *et al*, & Giacaglia (2003), defendem que quanto ao local de realização dos eventos, podem ser:

- Locais - (exemplo: festival de Sura);
- Regionais - (exemplo: festival do Tofo);
- Nacionais - (exemplo: festival nacional da cultura) e
- Internacionais - (exemplo: feira internacional de Maputo).

Diante da caracterização de eventos defendidos pelos autores acima citados, e atendendo a realidade da pesquisa, caracterizou-se o festival GM como um evento regional, que possui objectivo cultural, comercial e social. É fixa quanto a data de realização, porque o mesmo decorre no dia 02 de Fevereiro de cada ano e é dirigido ao público em geral, tem a capacidade de unir mais de 5.000 indivíduos para relembrar a batalha de Marracuene.

Na visão de Bowdinet *al* (2006), quanto maiores os eventos, maiores os impactos gerados nos destinos e nas respectivas comunidades, os eventos locais são realizados numa determinada localidade, direccionados para os seus habitantes, com o objectivo de promover o desenvolvimento social e o sentimento de pertença local. Para este autor, estes eventos originam benefícios para os habitantes locais, sendo apoiados pelos governos locais. Por outro lado, os grandes eventos têm impacto maior para a área geográfica onde se realizam, uma vez que atraem um maior número de participantes, patrocinadores e, conseqüentemente, a atenção dos meios de comunicação social. Assim, implicam elevados benefícios económicos.

### 2.3.2. Impactos do Turismo de Eventos

A concretização do festival GM assim como qualquer outro festival está sujeita a gerar impactos positivos e negativos que poderão condicionar o desenvolvimento ou subdesenvolvimento da comunidade e do destino independentemente da esfera do evento. Mason e Kerridge (2006), defendem que na área dos eventos, os impactos

económicos são os mais estudados pelos investigadores, certos autores argumentam que um dos motivos para esse cenário pode estar no fato das investigações serem financiadas pelos organizadores e, por isso, precisam de ter um enfoque particular nos aspectos económicos porque costumam ser financiados, pesquisas sobre eventos tem ignorado ou menosprezado os impactos ambientais, socioculturais e políticos.

Quadro 1– Impactos do turismo de eventos

Esfera do Evento	Impactos Positivos	Impactos Negativos
Social e Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Experiência compartilhada</li> <li>✓ Revitalização das tradições</li> <li>✓ Fortalecimento do orgulho comunitário</li> <li>✓ Aumento da participação da comunidade</li> <li>✓ Expansão das perspectivas culturais</li> <li>✓ Melhoria da qualidade de vida</li> <li>✓ Melhora a compreensão entre diferentes comunidades</li> <li>✓ Preservação a identidade cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alienação da comunidade</li> <li>✓ Manipulação da comunidade</li> <li>✓ Imagem comunitária negativa</li> <li>✓ Comportamento destrutivo</li> <li>✓ Abuso de drogas, álcool e prostituição</li> <li>✓ Mudanças negativas nos valores e costumes</li> <li>✓ Exclusão dos residentes</li> <li>✓ Crime e vandalismo</li> <li>✓ Mercantilização da cultura</li> </ul>
Física e Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Propaganda do meio ambiente</li> <li>✓ Fornecimento de modelos para melhores hábitos</li> <li>✓ Aumento da consciência ambiental</li> <li>✓ Melhoria dos transportes e comunicações</li> <li>✓ Transformação e renovação urbana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Danos ambientais</li> <li>✓ Poluição</li> <li>✓ Destruição do património</li> <li>✓ Engarrafamentos</li> <li>✓ Ruídos</li> </ul>

Economia e Turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promoção do destino</li> <li>✓ Aumento do fluxo de turistas</li> <li>✓ Aumento do tempo de permanência</li> <li>✓ Criação de empregos</li> <li>✓ Maior lucro</li> <li>✓ Aumento da taxa de receita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Resistência da comunidade ao turismo</li> <li>✓ Perda de autenticidade</li> <li>✓ Exploração</li> <li>✓ Preços inflacionados</li> <li>✓ Custos de oportunidades</li> </ul>
Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prestígio nacional e internacional</li> <li>✓ Promoção da imagem</li> <li>✓ Promoção de investimentos</li> <li>✓ Coesão social</li> <li>✓ Desenvolvimento administrativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Risco de insucesso do evento</li> <li>✓ Propaganda negativa</li> <li>✓ Falta de responsabilidade</li> <li>✓ Perda de propriedade e controle comunitário</li> </ul>

Fonte: Ajustado com base em Bowdin et al (2006) e Small (2008).

Como ilustrado no quadro acima, sinteticamente Bowdin et al (2006) e Small (2008), apresentam impactos negativos e positivos do turismo de eventos. Outros impactos positivos dos eventos, destacados por Getz (1997), reforçam que os mesmos permitem a coesão social das comunidades, os desenvolvimentos do seu potencial, na troca de ideias e na imagem da comunidade local, favorecem a participação em actividades do evento, são igualmente mecanismos comuns para preservar e reavivar tradições e fortalecer culturas.

Portanto, devem-se maximizar os impactos positivos nos eventos e os impactos negativos devem ser estudados e avaliados para reduzir os seus efeitos no destino onde concretizam-se.

#### **2.4. Cadeia produtiva do turismo**

Segundo Souza (1997), a cadeia produtiva do turismo representa o conjunto de entes económicos que realizam as actividades e serviços que visam atender ao turista em todas as suas demandas durante as suas viagens.

Acrescenta a pesquisadora que as empresas e profissionais que formam a cadeia são:

1. Meios de hospedagem, agências de viagem, operadoras turísticas, empresas de alimentação turística, empresas de entretenimento, empresas vendedoras de artesanato e produtos típicos, centros comerciais, galerias de arte, etc.
2. Provedores de serviços: transportadoras, informações turísticas, locadoras de veículo e automóveis, atendimento a veículos, centros de convenção, parques de exposições, fornecedores de alimentação, construção civil, artesões, sistema de comunicação, etc.

Para o perfeito funcionamento da cadeia produtiva do turismo, é importante que haja uma colectividade de esforços por parte dos profissionais de turismo. Tomazzoni (2008), defende que as actividades da cadeia produtiva do turismo, podem ser divididas em três eixos:

1. Centrais e universais (hotelaria, gastronomia, serviços de lazer e entretenimento e sistema de informação);
2. Elos associados (transporte, segurança, comércio de artesanato, etc.);
3. Elos periféricos (indústria de vestuário, produtos da gastronomia regional) podendo variar de acordo com a região.

O autor acrescenta que é imprescindível a consciência do empreendedor quanto as condições da actividade: infra-estrutura de apoio (acessibilidade, energia, saneamento básico.) questões ambientais, fluxo de turistas, concorrência, entre outros itens que são essenciais para o desenvolvimento do turismo. Segundo a OMT (2019), a cadeia produtiva do turismo é uma sequência de actividades primárias e de apoios estrategicamente fundamentais para o desempenho do sector turístico. As actividades de apoio que envolvem transporte, infra-estrutura, desenvolvimento de recursos humanos, desenvolvimento de tecnologias, sistemas e outros serviços complementares que podem estar relacionados aos negócios turísticos centrais, mas tem um alto impacto no valor turístico.

Portanto, centrado ao tema pesquisado a cadeia produtiva do turismo é aquela que possibilita a distribuição de tarefas de cada empresa ou profissional de turismo no distrito de Marracuene, agrupando a satisfação das possíveis necessidades dos turistas durante a sua permanência no destino que podem ser indispensáveis para se considerar um óptimo destino turístico.

## 2.5. Responsabilidade dos atores sociais no desenvolvimento dos destinos turísticos

Os destinos turísticos são usufruídos com frequência quando nele estão inseridos os atores sociais que incorporam e trabalham no sector turístico. Têm capacidade de incentivar, gerir e dinamizar o movimento de fluxo de turistas, por sua vez, é composto pela comunidade local, sector público e privado que exercem cargos fundamentais na tomada de decisão que influenciam no funcionamento turístico do destino.

Quadro 2- Responsabilidade dos atores sociais no desenvolvimento dos destinos turísticos.

Atores sociais	Responsabilidades
Sector Público	Estabelecer bases legais para o desenvolvimento da actividade turística, fomento da actividade turística mediante planos, políticas e programas, coordenar e priorizar investimentos, estimular a produção e o consumo de produtos locais de forma que a actividade turística seja propulsora da economia local, gerar emprego (...).
Sector privado	Transparência nas informações turísticas, maximizar a competitividade, gerar empregos, melhorar a oferta de trabalho, identificar recursos e convertê-los em produtos, gerir o marketing turístico do destino, preservar o património natural e cultural, diversificar as ofertas turísticas
Comunidade local	Preservar o património cultural e natural, participação activa no desenvolvimento de novas obras de infra-estruturas e serviços atuando no planeamento e na gestão do mesmo, estimular a

	participação expansão das actividades turísticas, apropriar-se e fortalecer a identidade local.
--	---

Fonte: Torres (2005), adaptado pela autora.

O quadro acima ilustra as responsabilidades dos atores sociais para o desenvolvimento dos destinos turísticos, a mesma conduz-nos a Marracuene para saber quais acções são dotadas pelos mesmos, com vista a garantir o desenvolvimento sustentável do destino.

## **2.6. Contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos**

Os festivais são utilizados como estratégia de crescimento económico nos destinos turísticos, capazes de mobilizar a estrutura básica de um determinado destino contribuindo para a satisfação e melhoramento da qualidade de vida da comunidade, quanto aos destinos de realização do evento mobilizam as diversas esferas da cadeia produtiva do turismo garantindo competitividade e captação de mais visitantes.

Marujo (2015, p. 6), destaca que:

“Em termos económicos, os eventos são percebidos como catalisadores para a atracção de visitantes e aumentam seu período de permanência, bem como o seu gasto médio. Proporcionam o desenvolvimento de infra-estruturas, promovem o local como destino turístico, podem propiciar às comunidades anfitriãs a oportunidade de apresentar as suas qualidades, receber potenciais investidores, promover novas oportunidades de negócio, e também criam emprego. Ressalta-se que os empregos criados pelos eventos não só podem funcionar como um incentivo para os residentes, mas também podem contribuir para o aumento do desenvolvimento turístico.”

Os festivais têm tido um crescimento relevante no segmento de eventos, especialmente por evidenciar a cultura local regional do destino, desse modo, apoiar a superestrutura turística e turismo, agregando positivamente para a economia local (ZUCCO,2012). O autor acrescenta que, o festival contribui para o aumento de atracção turística, a ponto de se tornar megaevento de repercussão nacional e internacional.

Por sua vez Felsenstein e Fleischer (2003), justificam três razões para a relevância dos festivais nos destinos turísticos:

- a) A capacidade de aumentar a demanda para o turismo local;

- b) A capacidade de recriar a imagem do destino ou mesmo a sua inserção no mapa do turismo; e
- c) Ampliar a capacidade turística de diversas formas, por meio do posicionamento estratégico de um festival no calendário do turismo, tornando-se em estratégia de marketing da cidade.

Os festivais proporcionam um senso de lugar, engajamento a comunidade e contribuem para uma identidade local, trazem experiências valiosas para o crescimento daqueles que participam e ajudam a criar um ambiente atractivo para os investidores ajudando para a riqueza económica (Inglaterra, 2002). E atendendo a competitividade dos destinos estes servem para atrair e incentivar os turistas a desembolsar dinheiro durante a sua permanência, ajudando a combater a sazonalidade.

Webster e McKay (2016), afirmam que os festivais contêm, frequentemente, um impacto positivo nas reputações dos locais onde tem lugar. Acrescentam que, reforçam a auto-estima dos habitantes locais, como ao nível externo, tendo assim, um impacto positivo a nível do turismo. Os festivais culturais emergem na estabilização do mercado turístico, Além disso, buscam inspirar de forma criativa a expansão do artesanato local, gastronomia típica e outras características que visam, sobretudo, a geração de respostas emocionantes e inovadoras (GETZ, 2008).

Portanto, com base nas ideias dos atores acima mencionados percebe-se que a influência do festival revela-se especialmente de forma positiva nos destinos turísticos por meio de posicionamento estratégico no calendário do turismo, conectam-se a investidores com interesse a contribuir para o desenvolvimento do destino, cooperam para o aumento de infra-estruturas turísticas, empresas de animação e entretenimento, e os demais factores capazes de suprir as necessidades dos turistas, influenciando, para o aumento da estadia dos visitantes nos destinos fortalecendo a competitividade. Contribuindo para a diversidade de escolha para os turistas e criação de emprego para a comunidade local.

### 3. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

#### 3.1. Descrição da área em estudo (Marracuene)

##### 3.1.1. Localização

O distrito de Marracuene, situa-se na parte oriental da Província de Maputo, está localizado a 30KM a norte da cidade de Maputo, entre a latitude de 25°41'20'' Sul e longitude de 32°40'30'' Este.

##### 3.1.2. Economia

A agricultura é a base da economia distrital, tendo como principais culturas as hortícolas, arroz, milho, mandioca, batata-doce e bananas. O comércio informal afecta 8% da população e o turismo no distrito está virado para a praia de Macaneta, onde, constitui um potencial de receita local e um núcleo de desenvolvimento.

Ministério da administração Estatal-Moçambique. Perfil do Distrito de Marracuene, Província de Maputo. Retirado da: <http://www.govnet.gov.mz/>.



Figura 1- enquadramento geográfico da área em estudo

Fonte: INE, (2012).

### 3.2. Caracterização da Amostra

Com o objectivo de analisar o contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico, dirigiu-se ao local em estudo, com os instrumentos seleccionados para a recolha de dados, destacando a entrevista feita a 1 representante da Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo e 1 do Governo do Distrito de Marracuene e a aplicação do questionário dirigido a 41 indivíduos da comunidade local de Marracuene e eventuais turistas, dos quais, 22 são do sexo masculino e 19 do sexo feminino.

#### **Apresentação dos resultados obtidos com base na entrevista e questionário.**

Para começar com a apresentação dos resultados, serão expostas as entidades entrevistadas junto da relação nominal dos representantes e dos cargos que ocupam, respectivamente.

Quadro 3- Descrição das entidades entrevistadas

Nome	Entidade	Cargo
Júlio Reginaldo Marrapucha	DPCTM	Chefe de repartição de estudos, projectos e cooperação
João Paulo	GDM	Técnico de repartição de cultura

Fonte: autora (2023).

#### 3.2.1. Caracterização do festival Gwaza Muthini

Fruto da entrevista, de acordo com o representante da Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo, o festival o Gwaza Muthine realiza-se anualmente a cada dia 2 de Fevereiro, este evento caracteriza-se por homenagear os guerreiros que tombaram na batalha de luta contra a ocupação colonial, que se travou a 2 de Fevereiro de 1895, nas proximidades de Marracuene- Moçambique entre as forças rongas comandadas pelo jovem príncipe Zixaxa e as forças portuguesas comandadas pelo major Alfredo Augusto Caldas Xavier. O mesmo, continua expondo que esta celebração surge no

âmbito da implementação da lei 10/88, de 22 de Dezembro, que determina a protecção legal dos bens materiais e imateriais do património cultural Moçambicano.

Outro aspecto característico é a evolução do festival GM, que por sua vez, o entrevistado afirmou que seguiu-se a introdução ou acréscimo de outras actividades, deu exemplo da introdução do festival de Marrabenta e a participação de grupos culturais vindos de outros cantos do mundo.

Ainda nos dados da entrevista, o representante do Governo do Distrito de Marracuene reiterou que o festival é caracterizado como um evento que envolve várias expressões culturais, desde a dança tradicional, música ligeira, gastronomia, teatro e música coral. As mesmas expressões reflectem os valores culturais que caracterizam o povo do distrito uma vez que os ensinamentos são passados de geração para geração e teve uma evolução significativa em termos económicos, beneficiando a comunidade local.

Em relação ao nível de familiaridade com o festival GM os resultados do questionário demonstram que quanto à participação no festival GM, 54% da comunidade local participam regularmente no evento, 39% participaram uma vez e 7% possuem conhecimento do festival mas nunca participaram.

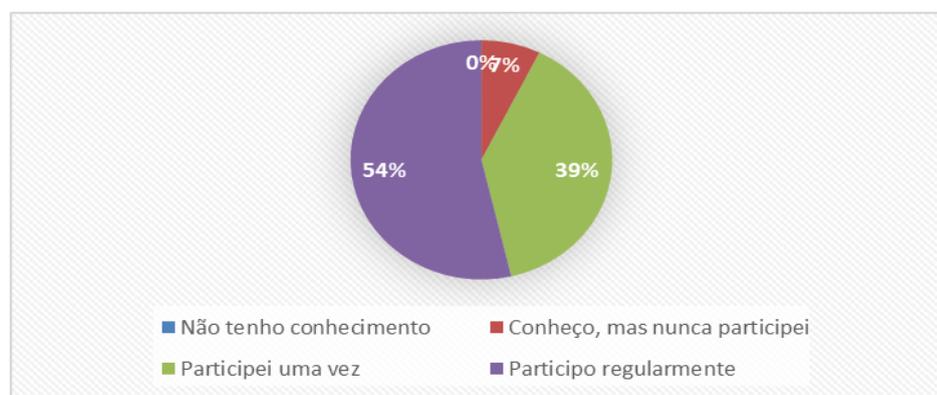


Figura 2- Nível de familiaridade com o festival GM.

Fonte: Autora (2023), com base no estudo do campo

Em suma, o gráfico acima representa o nível de familiaridade com o festival, descritas com base nas variáveis indicadas por cores que destacam o conhecer ou não conhecer, participar ou não participar regularmente no festival.

Quanto ao papel desempenhado no festival GM os inquiridos sobre o papel desempenhado no evento, 37% foram espectadores, os outros 37% participantes do espectáculo, 17% expositores, 7% como organizadores e 2% foram parceiros.

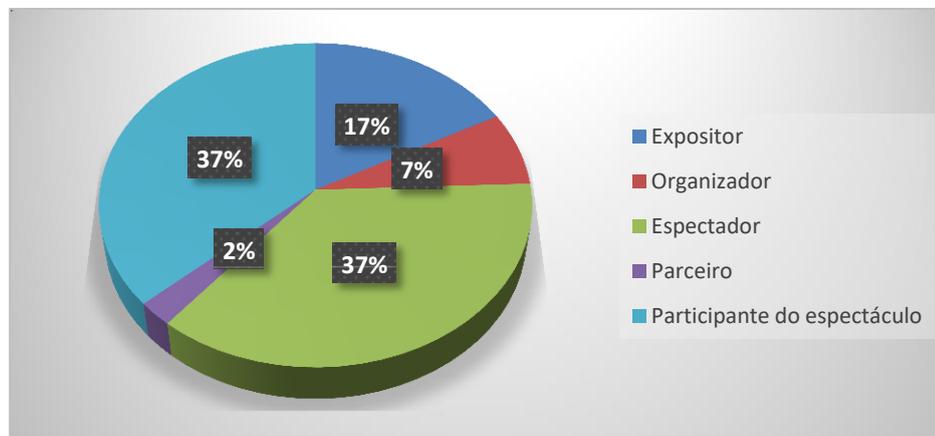


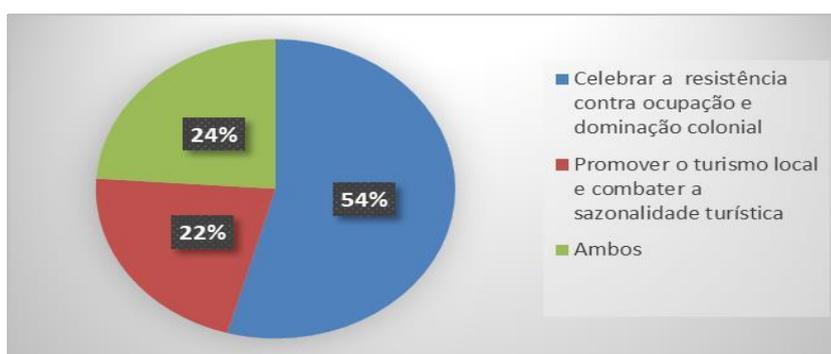
Figura 3- Papel desempenhado no festival GM.

Fonte: Autora (2023), com base no estudo de campo

Em relação ao papel desempenhado no festival GM, o gráfico acima faz uma referência percentual indicando os expositores, organizadores, espectadores, parceiro e participante do espectáculo.

#### Objectivo da realização do festival GM

Inquiridos sobre o objectivo da realização do festival GM, 54% afirmam que é de celebrar a resistência contra ocupação e dominação colonial portuguesa na província de Maputo, 22% da comunidade local acreditam que o festival tem como objectivo promover o turismo local do destino ajudando a combater a sazonalidade turística, e 24% acreditam em ambos objectivos, como está patente no gráfico abaixo.



#### Figura 4- Objectivo do festival GM.

Fonte: Autora (2023), com base no estudo de campo

Entretanto, sobre o objectivo do festival GM o gráfico elucida sobre as opiniões encontradas ao longo da pesquisa com base no questionário

Tal como foi descrito acima, perceber-se neste gráfico que a praia de Macaneta está na dianteira quanto a capacidade de atrair turistas, tornando o lugar propício para desenvolver actividades turísticas.

#### 3.2.2. Contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico

Na entrevista, o representante do Governo do distrito de Marracuene, mencionou que o festival GM contribui para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico através da atracção de visitantes com objectivo de participar no evento e de conhecer outros pontos turísticos em Marracuene, acrescenta que, no ponto de vista económico proporcionam a geração de negócios permanentes para a comunidade local e atraí vários empresários com interesse em construir empreendimentos turísticos no distrito.

Na mesma onda de entrevista, quando feita ao representante da DPCTM, reiterou que o festival GM impacta no desenvolvimento de Marracuene como destino turístico, agregando valores e movimentar um grande número de visitantes, sendo locais, nacionais e estrangeiros. Afirma ainda que, para além de beneficiar os actores económicos locais, beneficiam os que acompanham a cerimónia, podendo citar como o exemplo as bombas de combustíveis, incluindo as suas lojas de conveniência, basicamente.

O mesmo garante que as celebrações da batalha de Marracuene constituem um dos momentos para a promoção do Marracuene como um destino turístico e cultural, porque fora as actividades realizadas neste evento estão viradas para a preservação da identidade cultural e na promoção do distrito de Marracuene como um destino de excelência, pois pode se encontrar nas feiras multidisciplinares, expostas as potencialidades agrícolas, culturais, turísticas, entre outras, tomando em conta que participam pessoas provenientes dos diversos cantos do mundo.

E para os inquiridos por questionário, o contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico, 21 indivíduos respondem que o evento acrescenta a demanda de visitantes para usufruir do turismo local, 14 alegam que contribui através de atracção de investidores com interesse no desenvolvimento de Marracuene como destino turístico, 5 afirmam que o contributo diz respeito a criação de novas infra-estruturas turísticas e 1 respondeu que o contributo do festival GM diz respeito ao combate da sazonalidade turística.

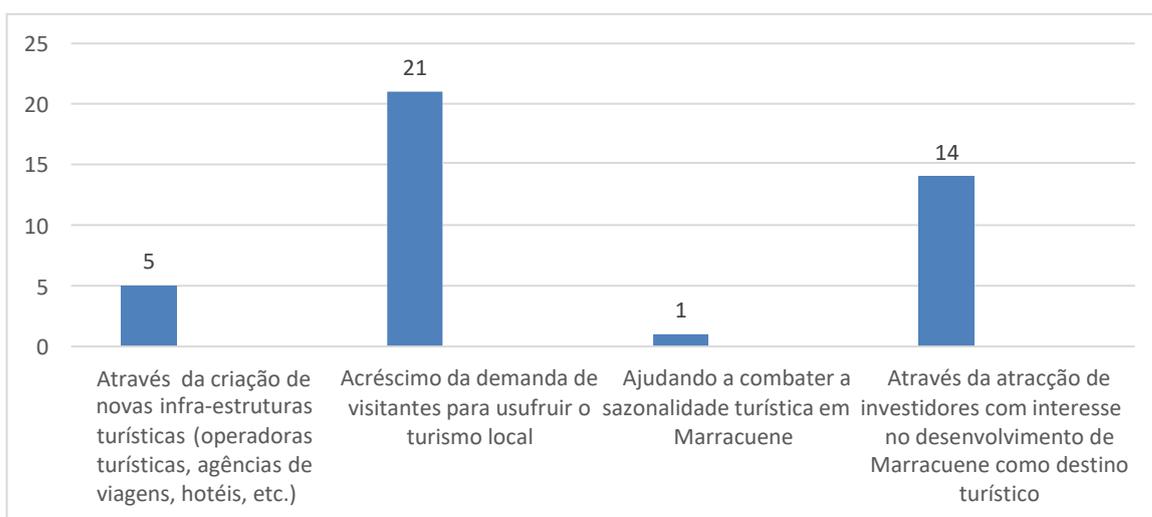


Figura 5- contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico

Fonte: Autora (2023), com base no estudo de campo

Portanto, tal como ilustra o gráfico acima, o acréscimo da demanda de visitante para usufruir do turismo local está na dianteira, o que deixa como desafio a cobertura de outras variáveis para o completo desenvolvimento através do qual esta celebração e outras actividades turísticas possam influenciar a intervenção da comunidade local, entidades públicas e privadas em prol de um Marracuene visível e consumível como produto turístico.

### 3.2.3. Acções das entidades envolvidas na realização do festival GM com vista ao desenvolvimento de Marracuene como destino turístico

Segundo o representante da DPCTM, as acções levadas a cabo como forma de desenvolver Marracuene como destino turístico de excelência, tem vindo a intensificar a exploração do turismo doméstico na província, promovendo o turismo interno,

consubstanciado pela divulgação massiva dos atractivos turísticos existentes localmente bem como a promoção e disponibilização de pacotes bonificados, acrescenta que há cooperação adicional entre outros intervenientes envolvidos na realização do festival, tomando em consideração que este é um evento materializado com apoio de alguns sectores que atuam na área económica e cultural e através de parcerias público-privado, pretende-se estimular a expansão da indústria turística da província no geral e do distrito de Marracuene em particular, através da criação de zonas de interesse turístico, com a designação de zonas de estância de turismo integrado (Macaneta e Machubo).

O representante do Governo do Distrito de Marracuene afirma que as acções tomadas para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico são, essencialmente, a divulgação da cultura local contribuindo para a atracção de visitantes que procuram usufruir do turismo cultural.

Plausivelmente, as entidades envolvidas no processo garantem a sua contribuição dentro de suas possibilidades como organização, permitindo com que a comunidade e outros visitantes possam usufruir de um ambiente acolhedor, hospitaleiro, de lazer e entretenimento no geral, afinal, são esses elementos que um visitante procura usufruir em Marracuene e em outros destinos. Trata-se de desenvolvimento impulsionado pelo governo, a comunidade local e sociedade privada, permitindo a participação de Marracuene na competitividade de destinos turísticos nacionais e internacionais.

Em relação as acções que essas organizações realizam para contribuir no desenvolvimento de Marracuene como destino turístico, os inquiridos não limitaram-se em responder como está patente estatisticamente no gráfico abaixo.

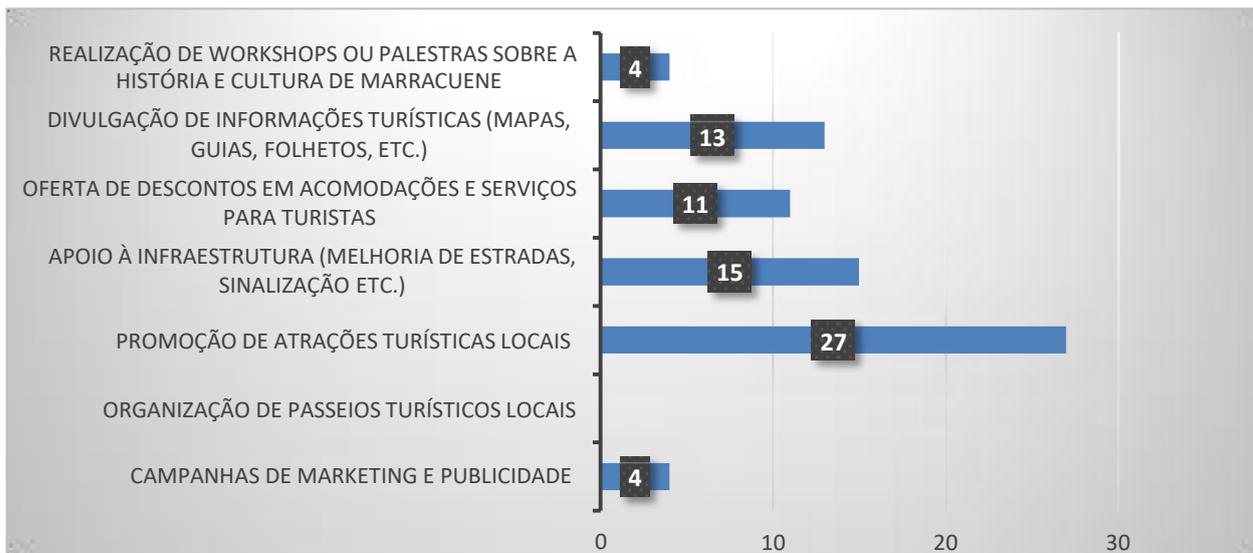


Figura 6- Acções das organizações do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico.

Fonte: Autora (2023), com base no estudo de campo

### 3.3. Discussão dos Resultados

Após a apresentação dos dados, far-se-á a discussão dos resultados, com sustento da revisão bibliográfica e nas respostas obtidas através do questionário e entrevista, onde, foi possível analisar o contributo do festival GM para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico e responder a questão de partida.

De forma à sequenciar as abordagens em volta dos resultados acima apresentados, dar-se-á início aos fundamentos sobre os quais se baseiam a caracterização do festival GM, onde, reflecte-se mais as questões como a data de realização que é 02 de Fevereiro de 1895, ano da génese do evento e pela acção que o mesmo trouxe com a introdução de novas expressões artístico-culturais dando atenção a outros elementos vocativos da região como atracções para actividade turística. Do outro lado, analisado o nível de familiaridade com o festival GM denotou-se que a maior parte da comunidade local têm conhecimento da existência do evento e participam regularmente. O que incita a compreensão de que esta celebração constitui identidade cultural e é firmada como um dos valores do povo Moçambicano por fazer referência a um dos aspectos da sua identidade histórica.

Apesar do foco dessa abordagem incidir mais sobre o contributo do festival como destino turístico, o representante da DPCTM, quando entrevistado citou que a Lei 10/88 protecção legal dos bens materiais e imateriais do Património cultural faz a cobertura da celebração que realizar-se a 2 de Fevereiro de cada ano, em homenagem aos guerreiros que tombaram na batalha de luta contra ocupação colonial portuguesa no dia e mês anteriormente citados, de 1895.

Tal como descrita na secção de apresentação dos resultados, dados do questionário demonstram que Marracuene é reconhecido como destino turístico de excelência, pois, na voz do representante do GDM, este festival atrai turistas e visitantes e nesse processo emergem oportunidades para o crescimento da economia local através da participação activa da comunidade na criação de negócios permanentes e ocasionais. Para o sustento dessa abordagem, Zucco (2012) reitera que, Os festivais têm tido um crescimento relevante no segmento de eventos, especialmente por evidenciar a cultura local regional do destino, desse modo, apoiar a superestrutura turística e turismo, agregando positivamente para a economia local. Para mencionar outras vantagens advindas dessa celebração, é interessante que, o GDM menciona nesta acção a atracção de empresários e investidores no que concerne a construção de empreendimentos turísticos e infra-estrutura básica, o que é um fato que chama atenção de matérias sobre desenvolvimento local impulsionados pela actividade turística, transmitindo o interesse de outros em participar no desenvolvimento da sua própria comunidade ou de outros destinos.

Numa opinião independente, poderia dizer-se que Marracuene de facto influencia a exaltação de expressões culturais, mas ainda, é um trabalho em progresso para desenvolvê-lo em termos de infra-estruturas turísticas. Mas a outra entidade que é a DPCTM, afirma que esta celebração beneficia não apenas aos atores económicos locais, mas também, aos participantes desse evento, menciona benefícios para promoção de Marracuene como destino turístico e cultural a preservação da identidade da cultural e a elevação do prestígio de Marracuene como destino por excelência.

Inicialmente, Beni (2006), reitera que os destinos turísticos benévolos, detém os diversos serviços ofertados, à criação da imagem através do marketing e da disponibilidade de informações, é uma entidade física, mas também constitui uma entidade sociocultural. Por falar em entidades, dados do questionário demonstram que

73% dos inquiridos mencionam o Governo local como principal executor do festival, neste caso, a expectativa da comunidade transcende na participação dessa entidade aos interesses das actividades turísticas da região.

O representante do GDM, ressaltou que a divulgação da cultura local define-se como contributo para atrair turistas que pretendem consumir actividades turísticas associados a cultura. A DPCTM, por sua vez, menciona a exploração do turismo doméstico como uma das acções desenvolvidas a nível dessa instituição bem como a divulgação massiva dos atractivos turísticos existentes localmente, o que chama atenção nessas acções é o fato de envolverem parceiros público-privado que tem a intenção de estimular a expansão da indústria turística no destino em causa.

Ainda nos resultados do questionário está patente que essas entidades promovem as atracções turísticas locais, apoiam projectos para melhoria de infra-estruturas básicas e a realização de palestras sobre a história e cultura de Marracuene.

Respondendo a questão de partida: ***De que forma o festival Gwaza Muthini contribui para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico?***

De forma geral, o festival Gwaza Muthini contribui significativamente para desenvolvimento de Marracuene como destino turístico através da atracção de mais visitantes o que condiciona a visibilidade de outros cantos turísticos no distrito, o fortalecimento do orgulho comunitário e a preservação da identidade cultural. Além disso, impulsiona a atracção de investidores com interesse de desembolsar valores com vista à criação de empreendimentos turísticos. Contribui igualmente, na valorização e expansão das expressões artísticos-culturais como a Marrabenta, a dança tradicional e gastronomia. Nessa sequência, atrai turistas com interesse em conhecer outros pontos turísticos no destino e enaltece-se a praia de Macaneta como um dos fortes atractivos para a prática do turismo de sol e praia incitando assim a atenção dos diferentes intervenientes da arena turística e investidores com interesse em projectos de cunho turístico.

## **4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

### **4.1. Conclusão**

Em virtude das abordagens feitas ao longo deste trabalho, é firme trazer como considerações finais e/ou notas conclusivas a esta pesquisa que, embora existam poucas infra-estruturas turísticas e básicas resultantes da actividade turística desenvolvidas naquela região, especificamente da celebração da batalha de Gwaza Muthine, há crescente demanda na participação deste evento, possibilitando a oportunidade de existência de negócios mais permanentes, contribuindo dessa forma para a quebra da sazonalidade e impulsionando um turismo doméstico mais activo e frequente, praticado pelos residentes e visitantes.

Entretanto, os resultados da pesquisa deram origem a uma nova visão, sobre a imagem de Marracuene como destino turístico, e elucidaram sobre que reais avanços estão sendo feitos pelo Governo do distrito e o que se espera das acções que tem realizado em prol de um Maracuene desenvolvido, em suma, trata-se de uma incrementação significativa no que diz respeito ao fluxo de turistas que visitam esta região em época da celebração da batalha de GM e constantes visitas com objectivo de desfrutar do turismo de sol e praia concretamente em Macaneta, por outro lado, as tendências positivas no que diz respeito a auscultação de investidores para efectivação de projectos com enfoque nos empreendimentos turísticos e novas infra-estruturas básicas. Por fim, a pesquisa foi satisfeita, pois, o objectivo era analisar o contributo do festival Gwaza Muthini em consonância com o que está sendo feito pelos intervenientes para o desenvolvimento de Marracuene como destino elegível na indústria turística, este facto, permitiu adquirir respostas fiéis através das intervenções dos representantes do estado e opiniões dos membros da comunidade local.

Para terminar, importa referir que para um Marracuene próspero em termos de turismo, existe um trabalho que está sendo feito, e neste processo várias acções igualmente em progresso, por parte do governo, comunidade local e do sector privado.

#### **4.2. Recomendações**

Recomendações dirigidas à Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo e ao Governo do Distrito de Maputo.

- a) Envolver a comunidade local no processo desenvolvimento turístico de Marracuene;
- b) Expandir as artes, cultura e atractivos turísticos no destino nas redes sociais e
- c) Auscultar investimentos para apoio na melhoria de infra-estruturas básicas e turísticas para o desenvolvimento de Marracuene destino turístico.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ARMSTRONG, G e KOTLER, P. (2003). *Princípios de marketing*. 9ª edição. Rio de Janeiro: Prentice. Hall.
2. BENI, Carlos Mario. *Política e Planejamento do turismo no Brasil*. São paulo: Aleph, 2006.
3. BOWDIN, G. O´TOOLE, W.; HARRIS, R. e MCDONNELL, I. (2006): *Events Management*. 2ª edição. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
4. BRITTO, J. e FONTES, N. (2002). *Estratégias para eventos: uma óptica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph.
5. BUHALIS, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. Tourism Management.
6. CRAIK, J. (2003). *The culture of tourism*. London and New York.
7. CROUCH, G. e RITCHIE, J. (1999). *Tourism, competitiveness, and societal prosperity*. Journal of Business Research. Events Management IE, 1999.
8. CUNHA, L e ABRANTES, A. (2013) *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.
9. DALL'ACQUA, Clarrise T. *Competitividade e Participação: cadeias produtivas e a definição de espaços geoeconômico, global e local*. São Paulo, Annablum, 2003.
10. DIMMOCK, K. e TIYCE, M. (2001): *Festivals and events: celebrating special interest tourism*. In DOUGLAS, N. et al (Eds.), *Special interest tourism*. John Wiley & Sons Australia, Milton.
11. FALASSI, A. *Festival: definition and morphology. Time out of time: essays on the festival*. Albuquerque: Editora Paperback, 1987.
12. FELSENSTEIN, D. e FLEISCHER, A. (2003): *The role of public assistance and visitor expenditure*. Journal of Travel Research.
13. GARBUIO, M. (2018). *Os Festivais como estratégia de fortalecimento dos destinos turísticos com vistas à qualidade dos serviços prestados*.
14. GETZ, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York: Cagnizant Communication Corporation.
15. GETZ, D. (2008): *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*. Tourism Management, Vol. 29, N.3, p. 403-42.
16. GIACÁGLIA, Maria. (2003). *Organização de eventos- teoria e prática*. Brasil: Thomson.

17. GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.
18. GUZMÁN, F. e Vila, M. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. São Paulo: Senac.
19. HALL, Colin Michael. *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*. Belhaven Press, London, (1992).
20. LAKATOS, Eva Maria e Marconi, Marina. *Técnica de pesquisa*. 3ª edição. Ver e ampl. São paulo: Atlas, 1996.
21. MARUJO, Noémi. (2014). *A cultura, o turismo e o turista: que relação?* Portugal:/ISCE/IGOT-CEG.
22. MASON, P E KERRIDGE, J. (2006): *Atitudes dos visitantes e residentes em relação aos impactos do festival internacional de Sidmouth de 2001*.
23. MATTAR, I. *Pesquisa de marketing*. 3ª edição. São paulo: Atlas, 2001
24. MELO NETO, Francisco Paulo de. *Criatividade em eventos*. 3ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.
25. MOESCH, Martini. *A produção do saber turístico*. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2002.
26. OMT- (Organização Mundial do Turismo). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: ROCA, (2001).
27. Organización Mundial del Turismo (2019). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (Ogd): Preparando las Ogd de cara a nuevos retos*. Madrid: Omt.
28. PEDRO, F. et al. (2007). *Gestão de eventos*. Lisboa: Quimera.
29. QUINN, B. (2005). *Arts festivals and the city*, urban studies.
30. QUINN, B. (2009). *Festivals, events and tourism*. London.
31. RITCHIE, J. (1999). *Tourism, Competitiveness, and societal prosperity*. Journal of Business Research.
32. SENAC DN. *Eventos: oportunidades de novos negócios*. Rio de janeiro: SENAC, 2000.
33. SMALL, K. (2008): *Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale*. Event Management. 11 (1-2), p.45-55.
34. SOUZA, Marcelo. *Pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?* São Paulo: Hucitec, 1997.

35. TANFORD,S.e JUNG,S. (2017). *Festival attributes and perceptions: a meta-analysis of relationship with satisfaction and loyalty*. Tourism management.
36. TENAN, Ilka. *Eventos*. São Paulo: Aleph,2002.
37. TOMAZZONI, Edegar. *Turismo e desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores*.2008
38. Valls, J. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*, Rio de Janeiro: FGV.
39. VIGNATI, F. (2008). *Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para pólos, cidades e países*. Rio de Janeiro: Senac Rio.
40. WEBSTER,Emma. e Mckay, G. *O impacto dos festivais de Musica*.2016
41. World Tourism Organization. *International tourist*, (2016).
42. ZANELLA, Luis Carlos. *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. São Paulo: Atlas, 2003

#### **Dissertações:**

1. DIAS, J. (2012). *Agência de viagens online especializada em festivais de música*. Tese Publicada, Estoril, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
2. DUARTE, Ines Martins (2017). *Desenvolvimento de destinos turisticos sustentaveis como forma de promover desenvolvimento local. Analise de casos (Bali, Indonesia e são sebastiao, Brasil)*. (Dissertação de Mestrado apresentada no Instituto Superior Técnico Lisboa.
3. INGLATERRA. *Festivals and the creative region. The economic and social benefits of cultural festivals in the East Midlands*. England: Montfort University,2002.
4. MONTEIRO, Milene. *Competitividade dos destinos turísticos: o caso das Ilhas de Cabo – Verde*. (2014), 100f. Dissertação (gestão das organizações) Instituto Politécnico de Bragança, Cabo-Verde, 8 P.
5. TAVARES, Maria José. (2008). *Comunicação de Marketing na Formação da Imagem de Destinos Turísticos – o caso de Cabo Verde*. (Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias para obtenção do grau de mestre em Comunicação nas Organizações).
6. TORRES, E. (2005). *A participação de todos os atores no processo turístico*. Espanha: Universidade internacional de Andaluzia.

7. ZUCCO, F. *Relações entre as dimensões motivação para viajar, fontes de informação utilizadas e qualidade percebida dos serviços por turistas de festivais: um estudo sobre o Oktoberfest de Blumenau e de Munique.* 2012.

**Revistas científicas:**

1. MARUJO, Noémi. (2015). *O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região.* Revista DELOS – Desarrollo Local Sostenible. Málaga vol 8, n.23, p.1-12, 2015.

**Documentos institucionais:**

1. UEM-ESHTI (Universidade Eduardo Mondlane – Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane) (2016). Regulamento de Culminação do Curso. Inhambane.

**Fontes orais:**

1. PAULO, João. (2023). Técnico da repartição da cultura no Governo de Distrito de Marracuene.
2. MARRAPUCHA, Júlio. (2023). Chefe de repartição de estudos, projectos e cooperação na Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Maputo.

# Apêndices

**Apêndice A** • Guião de questionário direccionada a comunidade local de Marracuene



**Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane**

**GUIÃO DE QUESTIONÁRIO**

O presente guião de questionário é parte integrante do Trabalho de culminação do Curso, de licenciatura em Animação turística cujo tema é: **Contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos: caso do festival Gwaza Muthini/Marracuene**. Portanto, o guia visa fundamentalmente, a recolha de dados em torno do tema em alusão. Importa referir que, as informações por si fornecidas, terão apenas um tratamento meramente académico. A sua colaboração é de extrema importância para o sucesso da pesquisa.

Estudante: Dilva Celeste de Sérgio Langa

Contactos: +258 875525588/ 845525589

E-mail: [dilvalanga01@gmail.com](mailto:dilvalanga01@gmail.com)

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2023

Nome do inquirido \_\_\_\_\_

Proveniência: \_\_\_\_\_

**Secção I: Caracterização do festival Gwaza Muthini**

1. Qual é o seu nível de familiaridade com o festival Gwaza Muthini?

- a. Não tenho conhecimento
- b. Conheço, mas nunca participei
- c. Participei uma vez

d. Participo regularmente

e. outro : \_\_\_\_\_

1.1. Que papel desempenhou no festival?

- a. Expositor ( )
- b. Organizador ( )
- c. Espectador ( )
- d. Parceiro ( )
- e. Participante do espectáculo ( )
- f. Outro \_\_\_\_\_

1.2. Na sua opinião, qual é o principal objetivo do festival Gwaza Muthini?

- a. Celebrar a resistência contra ocupação e dominação colonial
- b. Promover o turismo local e combater a sazonalidade turística
- c. Ambos
- d. Outro: \_\_\_\_\_

## **Secção II: Contributo do festival Gwaza Muthini para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico**

2. Considera Marracuene como um bom destino turístico?

Sim ( ) Não ( ) nem tanto ( )

2.1. Se sim, porque?

- a. Atrai visitantes por conta do turismo de sol e praia em Macaneta
- b. Tem a capacidade de responder as necessidades do turista no destino
- c. Possui uma oferta turística diversificada

2.2. No seu ponto de vista, de que forma o festival Gwaza Muthini contribui para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico?

- a. Através da criação de novas infra-estruturas turísticas (operadoras turísticas, agências de viagens, hotéis, etc.)( )

- b. Acréscimo da demanda de visitantes para usufruir o turismo local ( )
- c. Ajudando a combater a sazonalidade turística em Marracuene ( )
- d. Através da atracção de investidores com interesse no desenvolvimento de Marracuene como destino turístico ( )

2.3. Como avalia o nível de crescimento de Marracuene em termos de número e qualidade de infra-estruturas turísticas?

- a. Excelente ( )
- b. Boa ( )
- c. Aceitável ( )
- d. Precisa de melhorias ( )

**Secção III: Acções dos intervenientes do festival Gwaza Muthini com vista ao desenvolvimento de Marracuene como destino turístico**

3. Quais organizações ou entidades reconhece como envolvidas na organização e promoção do festival Gwaza Muthini?

- a. Governo local ( )
- b. Organizações culturais locais ( )
- c. Empresas locais de turismo ( )

3.1. Que acção específica acredita que essas organizações realizam para promover Marracuene como destino turístico durante o festival?

- a. Campanhas de marketing e publicidade
- b. Organização de passeios turísticos local
- c. Promoção de atracções turísticas locais
- d. Apoio à infra-estrutura (melhoria de estradas, sinalização etc.)

- e. Oferta de descontos em acomodações e serviços para turistas
- f. Divulgação de informações turísticas (mapas, guias, folhetos, etc.)
- g. Realização de workshops ou palestras sobre a história e cultura de Marracuene
- h. Outras respostas: \_\_\_\_\_

3.2. Como você percebe o apoio das autoridades locais e regionais ao festival Gwaza Muthini em termos de infra-estrutura turísticas e segurança?

- a. Muito bom
- b. Bom
- c. Razoável
- d. Insatisfatório
- e. Nem por isso (desconheço)

3.3. Que ganhos e/ou oportunidades têm beneficiado a comunidade local com a realização do festival GM?

- a. Novas infra-estruturas: hospitais, estradas melhoradas, etc. ( )
- b. Oportunidades de emprego e negócios permanentes ( )
- c. Nenhum ganho
- d. Outra resposta: \_\_\_\_\_

**Apêndice B**• Guião de entrevista direccionada aos organizadores do festival Gwaza Muthini



UNIVERSIDADE  
EDUARDO  
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

**GUIÃO DE ENTREVISTA**

O presente guião de entrevista é parte integrante do Trabalho de Fim do Curso, de licenciatura em Animação turística cujo tema é: **Contributo dos festivais para o desenvolvimento dos destinos turísticos: caso do festival Gwaza Muthini/Marracuene**. Portanto, o guia visa fundamentalmente, a recolha de dados em torno do tema em alusão. Importa referir que, as informações por si fornecidas, terão apenas um tratamento meramente académico. A sua colaboração é de extrema importância para o sucesso da pesquisa.

Estudante: Dilva Celeste de Sérgio Langa

Contactos: +258 875525588/ 845525589

E-mail: [dilvalanga01@gmail.com](mailto:dilvalanga01@gmail.com)

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2023

Nome da instituição: \_\_\_\_\_

Nome do entrevistado \_\_\_\_\_

Profissão ou cargo \_\_\_\_\_

**Seção 1: Caracterização do festival Gwaza Muthini**

1. De forma sintetizada, como caracteriza o festival Gwaza Muthini?
2. Como o festival Gwaza Muthini evoluiu ao longo do tempo?

## **Seção 2: Contributo do festival Gwaza Muthini para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico**

3. Quais são os impactos do festival Gwaza Muthini no distrito de Marracuene?
4. De que forma o festival Gwaza Muthini contribui para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico?
5. Como o festival Gwaza Muthini contribui para a economia do distrito de Marracuene?

## **Seção 3: Acções dos Intervenientes envolvidos na realização do festival**

6. Quais acções são utilizadas pelo interveniente ou instituição para o desenvolvimento de Marracuene como destino turístico?