

TURISMO E CULTURA COMO FACTORES DE SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DO PARQUE NACIONAL DO ARQUIPÉLAGO DO BAZARUTO

Lucas Gayell Justino Massuanganhe - lucasmassuanganhe97@gmail.com
Carlitos Luis Sitoie - carlitosluissitoie@gmail.com

* Submissão em: 14/12/2024 | Aceito em: 20/07/2025

RESUMO

A cultura e o turismo podem ser benéficas para reforçar a atratividade e a competitividade de países, regiões e cidades. Este estudo teve como objectivo compreender o turismo e cultura como factores de sustentabilidade socioambiental do PNAB. De abordagem quanti-qualitativa, baseou-se no levantamento bibliográfico e documental, e o trabalho de campo foi feito mediante entrevistas semiestruturadas, inquérito por questionário e observação. Os resultados obtidos durante a pesquisa permitem demonstrar que o PNAB possui uma importante gama de recursos naturais e aspectos culturais, que são pertinentes recursos endógenos para o desenvolvimento da actividade turística nesta área de conservação. Também permitiu perceber que os aspectos culturais não estão a ser devidamente rentabilizados por falta de inclusão nos pacotes turísticos, locais próprios para realização de feiras comunitárias. Em termos ambientais e socioeconómicos a conservação da natureza e da biodiversidade são de extrema importância. E, a fundamentação embasou-se em autores que abordam assuntos referentes ao turismo e cultura, sustentabilidade socioambiental e no referencial teórico Humanista.

Palavras-chave: Turismo e cultura, sustentabilidade socioambiental, conservação da biodiversidade e da natureza.

TOURISM AND CULTURE AS FACTORS OF SOCIO-ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY OF THE BAZARUTO ARCHIPELAGO NATIONAL PARK

ABSTRACT

Culture and tourism can be beneficial to reinforce the attractiveness and competitiveness of countries, regions and cities. This study aimed to understand tourism and culture as factors of PNAB's socio-environmental sustainability. With a quantitative-qualitative approach, it was based on bibliographic and documentary research, and fieldwork was carried out through semi-structured interviews, questionnaire surveys and observation. The results obtained during the research demonstrate that the PNAB has an important range of natural resources and cultural aspects, which are relevant endogenous resources for the development of tourist activity in this conservation area. It also allowed us to realize that cultural aspects are not being properly monetized due to the lack of inclusion in tourist packages, suitable places for community fairs. In environmental and socioeconomic terms, nature and biodiversity conservation are extremely important. And the foundation was based on authors who address issues relating to tourism and culture, socio-environmental sustainability and the Humanist theoretical framework.

Keywords: Tourism and Culture, Socio-environmental Sustainability, Biodiversity and Nature Conservation

1. INTRODUÇÃO

O turismo é uma das actividades mais praticada na actualidade e têm criado grandes expectativas para o desenvolvimento económico de maiorias dos grupos sociais. Promover o turismo como uma opção de estilo de vida alternativo é viável para indivíduos em áreas rurais, carentes, significa reconhecer que lugares como a Área de Conservação Marinha como o Arquipélago do Bazaruto (ACAB), com potencialidades fito geografias e socioeconómicas para dinamizar turismo, devem-se valer dessa particularidade socioambiental para produzir renda criando o bem-estar e felicidade para as pessoas que vivem entorno.

O bem-estar e felicidade para as pessoas da ACAB, deve ser visualizado pela criação de projectos de vida que permitem a exploração das potencialidades locais com ênfase no turismo e distribuir os benefícios por todos que habitam no parque, de modo a proporcionar neles a eficiência, equidade e a liberdade.

A eficiência é medida por meio do Produto Interno Bruto (PIB) per capita, US\$ 8.000 anuais suficientes para resolver problemas políticos e sociais. Na visão de Nishi (s.d), a Equidade ou Coeficiente de Gini representa os índices de desigualdade da distribuição interpessoal da renda US\$ 35 mensais a 417 anuais. Enquanto a Liberdade, é avaliada a partir da participação política, segurança pessoal, liberdade de expressão, eficácia da lei e em geral, ao exercício dos direitos e deveres da cidadania (inspirado no imaginário político europeu - iluminismo). Nesta perspectiva a eficiência, equidade e a liberdade, são indicadores para solucionar a falta de infraestruturas básicas, acabar com o analfabetismo ou falta de acesso à educação, reduzir os índices de desemprego crescente, influenciar os governos a elaborar políticas sociais inclusivas, como, por exemplo, incluir as comunidades ao acesso à informação sobre deveres e direitos de cidadania.

Para efectivação do estudo foi necessário aplicar a abordagem humanista, baseada num conjunto de acções e estudos que valorizam o conhecimento tradicional e cultural (Costa, 2016). Esta abordagem se insere dentro das ciências ambientais e sustentabilidade comunitária porque se foca na participação activa das comunidades e orienta-se na criação de mapas sociais e representações geográficas que expressam as visões, experiências, e interesses de grupos humanos desfavorecidos, como a população de Bazaruto. Foi preciso mostrar o valor da sua cultura e os benefícios que esta

pode dar para sustento familiar. Por isso foi aplicada cartografia social que se distinguiu por seu carácter colaborativo e emancipatório, pois foi utilizada para ampliar a visibilidade de problemas sociais, culturais, e ambientais vividos por esta comunidade que muitas vezes foi marginalizada ou ignorada sua cultura nos projectos de demanda turística.

Segundo Richards (2001) citado por Marujo (2014) a cultura, geralmente, constitui um trunfo importante para o desenvolvimento do turismo. Ela, em muitos casos, é considerada um factor determinante do crescimento do consumo de lazer e turismo. A cultura ajuda a determinar o que o turista quer fazer, como resultado de uma educação formal ou informal, os valores e os costumes culturais (Macleod e Carrier, 2010) citados por (Marujo, 2014). Baseando-se na visão dos autores pode-se depreender que a cultura é extremamente importante para o turismo visto que estes são complementares um do outro, quando o turista se desloca do seu local de residência habitual para o destino escolhido, vivencia uma nova cultura, ainda que este não esteja praticando o turismo cultural, está em contacto com uma nova cultura.

Por sua vez, Cunha (2013) citado por Marujo (2014), relata que a relação entre turismo e cultura também pode ter um duplo sentido: por um lado, existe o turismo como um acto cultural ou forma cultural, compreendido como o investimento promocional da cultura. Por outro, o turismo cultural que admite ao homem o acesso às formas de manifestação cultural, harmonizando, deste modo, o agrupamento das culturas preexistentes e instituindo conexões com os valores obtidos, promovendo e negociando a entrada a essa cultura e transformando-a num produto. Portanto, para este autor, é o turismo que combina diversos factores que permitem para que um indivíduo possa usufruir de uma manifestação de expressão cultural, de heranças históricas, científicas ou do estilo de vida local de uma comunidade.

De acordo com Cruz (2001), a actividade turística em áreas de conservação tem crescido com velocidade assustadora nos últimos anos. O crescente foco no meio-ambiente como uma forma de fuga de áreas urbanas stressantes e movimentadas e como preocupação global com o futuro do planeta são os motivos dessa grande demanda. Como, em geral, se assume que visitantes de áreas naturais são ecologicamente conscientes e preocupados com a conservação dos recursos naturais e culturais do local, pouca atenção tem sido prestada aos impactos causados por essa visita.

O turismo é cultura, pois toda deslocação de pessoas do seu local habitual para um lugar diferente da sua residência, oferece a abertura para novas experiências, encontros e transmissão de conhecimentos entre o visitante e o visitado. Não obstante a origem do turismo é dissociada da cultura, especialmente no que concerne à experiência por grupos colectivos, é facto que as interacções entre

eles são cada vez mais claras e sólidas. A cultura e o turismo têm uma relação reciprocamente benéfica, ou seja, a conexão entre cultura e turismo pode ser saudável para reforçar a atratividade e a competitividade de países, regiões e cidades.

Cunha, (2013) citado por (Marujo 2014), permite ao homem o acesso às formas de expressão cultural, proporcionando, deste modo, o encontro das culturas pré-existentes e estabelecendo relações com os valores adquiridos, promovendo e negociando o acesso a essa cultura e transformando-a num produto. Assim, e para este autor, é o turismo que combina diversos factores para permitir que um indivíduo possa desfrutar de uma manifestação de expressão cultural, de heranças históricas, científicas ou do estilo de vida local de uma comunidade. A partir dessa relação é possível vislumbrar uma dinâmica que combina três elementos: cultura, turismo e desenvolvimento local sustentável do território.

De acordo com Martins e Razuk (2012), o desenvolvimento sustentável trata da harmonização entre o crescimento e os aspectos socioambientais, isto é, a actuação dos agentes económicos para respeitar o contexto socioambiental, permitindo a sua perpetuidade. Diante deste pensamento, torna-se relevante uma reflexão sobre o processo de globalização, o desenvolvimento sustentável e os modelos de indicadores de sustentabilidade, considerando-se a necessidade urgente de mudança comportamental da sociedade e de paradigma quanto à visão económica, empresarial, social e ecológica.

Para o Jacobi (2004), prevalece a transcendência do enfoque sobre o desenvolvimento sustentável estar mais na sua capacidade de ideia-força, nas suas repercussões intelectuais e no seu papel articulador de discursos e de práticas atomizadas, do que seguir fragmentados em uma matriz única originada na existência de uma crise ambiental, económica e também social. Nem sempre há respeito aos limites dos recursos naturais e à preservação ambiental com vistas a uma exploração racional. Ao finalizar a parte introdutória deste artigo, segue o referencial teórico da pesquisa usado para sustentar a pesquisa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para este trabalho de pesquisa, baseou-se na Teoria Humanista de Alf H. Walle (1998), uma abordagem teórica ancorada na Conferência de Filipinas-Manila 1980, segundo a qual o turismo deve realizar o ser humano, deve educar, garantir a igualdade entre povos, respeitar a identidade cultural e a identidade dos povos, e respeitar os bens, o espaço e a cultura e o turismo de uma maneira ampla, possibilitando uma gama de acções integradas na conformação do produto turístico conforme os

princípios do desenvolvimento sustentável, utilizando a cultura dentro da actividade turística como principal atractivo ou como complementar, bem como utilizando o turismo como forma de preservação dos aspectos culturais de uma destinação. Pode-se estabelecer uma teia de relações entre o turista e a comunidade receptora, de forma que essa comunidade utilize os seus bens culturais, materiais e imateriais, valorizando-os e preservando-os para uma troca mais autêntica de convívio social entre ambas as partes.

Apesar de que a teoria humanista enfatiza as relações interpessoais, na construção da personalidade do indivíduo, políticas públicas centradas nas pessoas do arquipélago em suas perspectivas de composição e coordenação pessoal da realidade cultural, bem como os valores culturais aliados as habilidades de operar de cada pessoa como ser integrado deviam ser aproveitados para atrair turismo tradicional e cultural.

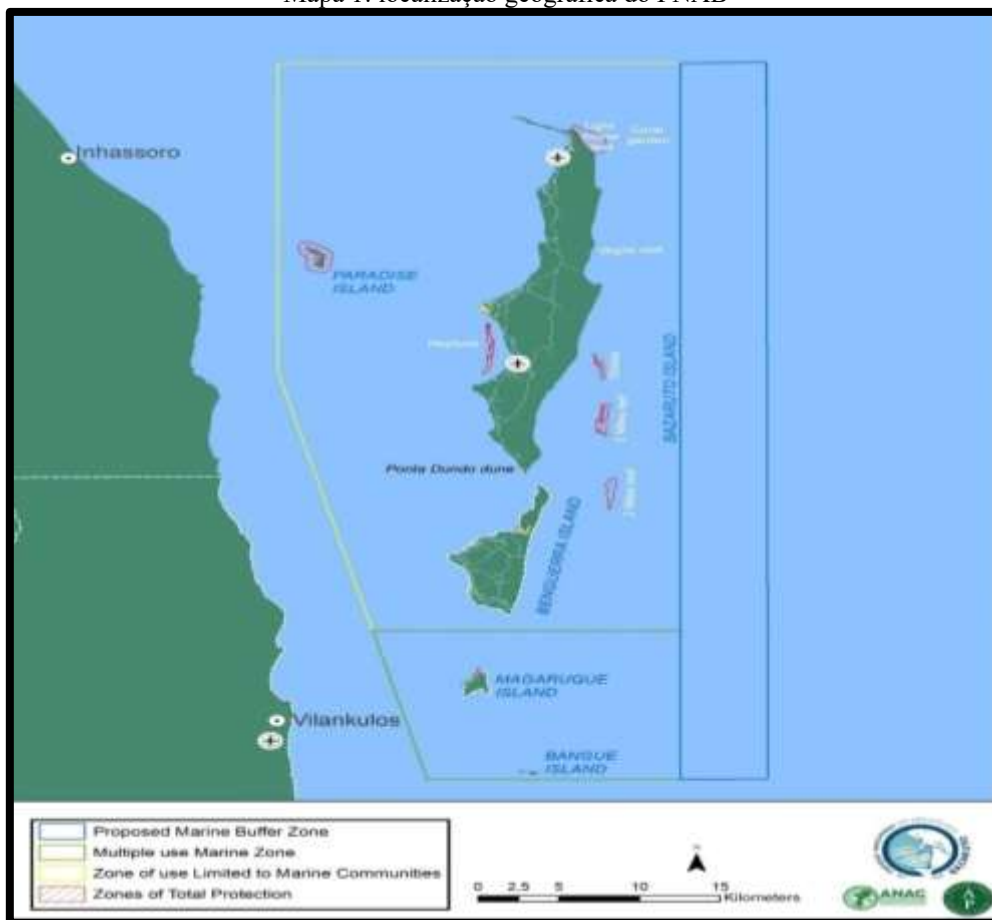
Esta teoria serviu de inspiração e aporte metodológico para procurar compreender com pormenor como cada elemento/aspectos culturais desempenha um papel crucial para sustento familiar de numerosas famílias vátuas que habitam o arquipélago. Como esta teoria se operacionaliza para estas pessoas e como outros actores sociais tais como a coordenação do Parque, as ONG's, as estruturas governamentais se posicionam para fazer valer a vida dos nativos que desde ancestralidade foram os guardiões dos recursos que fazem deste lugar um potencial turístico. Ao finalizar este capítulo, seguem os procedimentos metodológicos que nortearam a pesquisa.

3. METODOLOGIA DO TRABALHO

3.1.Caracterização da Área de Estudo

A área de estudo desta pesquisa é o Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, que se localiza no Distrito de Inhassoro e Vilankulo, na Província de Inhambane. De acordo com o plano de maneio (2015 a 2025), é criado pelo diploma legislativo 46/71 de 25 de Maio, com objectivo de conservar a biodiversidade marinha, sendo dugongos e tartarugas marinhas, e tinha uma área de 600km² e, estava dividida em duas áreas. E em 2001 foram estendidos os limites para 1430 km², abrangendo 5 ilhas, sendo a maior delas a Ilha do Bazaruto com aproximadamente 120,5 km². Depois seguem-se as ilhas de Benguérra com 32,86 km² (conhecida antigamente como Ilha de Santo António); Magaruque com 2,96 km² (ou Ilha de Santa Isabel como topónimo antigo); Santa Carolina com 2,10 km² (previamente conhecida como Ilha do Paraíso); e a minúscula Ilha de Bangué com cerca de 0,66 km². Conforme ilustra o mapa:

Mapa 1: localização geográfica do PNAB



Fonte: plano de manejo do pnab (2015 a 2025)

Segundo o plano de manejo e desenvolvimento do Parque Nacional do Arquipélago de Bazaruto (PNAB) constitui uma parte insular de Moçambique, que se situa entre os paralelos - 21° 27' 30'' e - 22° 02' 55'' de Latitude Sul e os meridianos 35° 32' 30'' e 35° 19' 01'' de Longitude Este, cujos limites físicos são os seguintes: Limita ao Sul com o Cabo de São Sebastião, a Norte e Este com o Canal de Moçambique (Oceano Índico), e a Oeste com a costa continental de Moçambique.

3.2.Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

Quanto a abordagem, esta pesquisa baseou-se na abordagem mista (quali-quantitativa), sustentando se na pesquisa documental e bibliográfica com o levantamento e apreciação crítica da literatura em artigos científicos, dissertações, teses e livros, proporcionando saber as diferentes ideias de autores renomados sobre o tema escolhido. E para concretização do trabalho de campo foram

aplicados entrevistas, questionários e observação directa. Ao terminar este subcapítulo referente à metodologia aplicada, segue o capítulo da apresentação e discussão dos resultados da pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o propósito de complementar a informação obtida nas entrevistas semiestruturadas, inquérito por questionário e da observação directa, durante o trabalho de campo, foram também efectuados inquéritos por questionários a grupos de entidades julgados pertinentes para fornecimento de informação que pudesse admitir compreender o turismo e cultura como factores da sustentabilidade socioambiental no PNAB. E para a concretização desta pesquisa foram envolvidos 5 grupos-alvos: Comunidade Local, Empreendimentos e Provedores Turísticos, Turistas e a Direcção do PNAB. Estas entrevistas foram aplicadas às comunidades das 3 ilhas habitáveis (Bazaruto, Benguerra e Magaruque) do Parque. Foram no total inquiridas 45 pessoas, 15 em cada Ilha habitável. Portanto, a amostra foi representativa, permitiu colher as ideias das comunidades nos diferentes pontos do Parque, em relação ao tema em pesquisa, partindo do pressuposto de que a forma de encarar determinadas situações pode variar de região para região, em função dos hábitos e costumes, e de vários factores que determinam a diversidade das comunidades.

4.1. Aspectos culturais do parque nacional do arquipélago do Bazaruto

Compreender os aspectos culturais de um destino/comunidade é também velejar pelo processo de percepção das identidades sociais que constroem acerca de si próprios, de seus costumes, suas crenças, suas relações consigo mesmos e com o outro, suas formas de transmissão de conhecimentos, bem como o modo de viver o presente, vislumbrar um futuro e dialogar com a ancestralidade.

As mudanças ocorridas no século XX levaram a se repensar acerca das identidades culturais. Antes desse período, houve uma compreensão de que as identidades se mostravam de maneira mais ou menos sólidas, como reflexo de uma rigidez social e cultural, na qual a mobilidade de classes se revelava consideravelmente limitada, algo que reflectia a possível restrição dos diálogos culturais entre os diferentes segmentos da sociedade. Assim, noções de género, sexualidade, nacionalidade, etnia ou raça, por exemplo, mostravam-se como paisagens culturais aparentemente.

A cultura não se qualifica como um fenómeno inato ou natural, mas sim como um contexto concebido pela comunidade responsável por delimitar condutas, identidades e perspectivas. Portanto, a cultura carrega uma dimensão dinâmica e maleável, a qual é nutrida por representações ao mesmo

tempo que as representações são oriundas dela. O Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, apresenta uma diversidade de aspectos culturais que podem dinamizar o turismo, sendo alternativa para a mudança de rotina do turista. Conforme ilustra o gráfico abaixo.

Quadro 3: aspectos culturais do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto

Aspectos Culturais	Exemplos
Danças	❖ Semba ❖ Macuaela ❖ Chihendenga
Contos	❖ Nhati ❖ Advinhas ❖ Karingana wa Karingana
Jogos tradicionais	❖ Dama ❖ Garrafa Cheia ❖ Futebol ❖ Neca ❖ Saltar Corda ❖ Pidjonse
Monumentos	❖ Ponta Dom Carlos ❖ Mussosso Ilha dos Mortos ❖ Ruínas do Hotel Santa Carolina ❖ Monumento Natural Duna Gunissa ❖ Monumento Cultural Igreja Católica ❖ Ponto Arqueológico da Ponta Dundo ❖ Monumento Cultural Farol de Bazaruto ❖ Monumento Cultural Cadeia dos Escravos
Bebidas tradicionais	❖ Utchema ❖ Xidibane ❖ Ndjembua ❖ Cambanga/Malucudo
Línguas	❖ Chihoca ❖ Chitsua ❖ Português
Gastronomia	❖ Cacana ❖ Matapa ❖ Tinjindzo ❖ Matoritori ❖ Chindjamza ❖ Muthuthu de peixe ❖ Doce de Mandioca ❖ Molina de Macoma ❖ Molina de Tâmaras ❖ Xiguinha de Cacana
Artesanato	❖ Cestos de Mahanga ❖ Esteira de Mahanga ❖ Tapete de Mahanga ❖ Peneiras de Mahanga ❖ Chapéus de Mahanga ❖ Cadeiras de Mahanga ❖ Esculturas de Madeira

Lugares Sagrados	❖ Casuarina de Benguerra-Local de Rituais Sagrados; ❖ Realização de cerimónias nas mafurreiras e canhoeiros identificados; ❖ Campa do general enterrado na santa carolina
Eventos Comemorativos	❖ Encontros desportivos; ❖ Xitiques;

Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

De acordo com Plano de Maneio do PNAB (2015 a 2025), as ilhas são habitadas hoje por uma população heterogénea, constituída por ilhéus e pessoas oriundas de outros distritos e províncias e por cidadãos estrangeiros, com destaque para sul-africanos. A convergência de vários grupos neurolinguísticos às ilhas criou uma conjuntura cultural, o que fez com que a população ganhasse novos hábitos de consumo e mesmo de gestão familiar. Contudo, persiste a herança patrilinear, herdando propriedade através da linha masculina numa sociedade que reconhece os méritos da idade em herança e tomada de decisões. A maioria dos líderes locais é constituída por homens mais velhos.

4.1.1. Opinião da comunidade local sobre aspectos culturais que interessam os turistas

Após terminar a colecta de dados sobre os aspectos culturais do PNAB, segue este ponto referente aos aspectos locais que são do interesse dos turistas que visitam esta área de conservação. Das entrevistas conduzidas formal e informalmente as comunidades locais das Ilhas de (Magaruque, Benguerra e Bazaruto), quanto a questão dos aspectos culturais que interessam aos turistas que visitam esta área de conservação foram unânimes em assumir que eles procuram tudo aquilo que têm significado para a comunidade. Os que estão hospedados nos empreendimentos turísticos que estão sediados no parque, criam conversas com os funcionários locais para entender os hábitos e costumes do seu povo, e alguns visitantes durante essa interacção acabam por procurar formas para hospedar se nas construções locais (comunidade local).

Durante a recolha de dados no campo com a comunidade local foi possível perceber que os visitantes procuram algo diferente não apenas o turismo de sol e praia. E, aliando se a ideia do Ivanovic (2009), os turistas são motivados em conhecer e vivenciar lugares onde o seu alicerce está baseado na história de uma determinada sociedade. Os aspectos culturais são diferentes em diversas sociedades e, por isso, o turista é cada vez mais estimulado a consumir essas singularidades culturais que se encontram nos bens de uma cidade, vila ou aldeia.

4.1.2. Opinião da comunidade local sobre o lugar para divulgação dos aspectos culturais

Após terminar a colecta de dados sobre os aspectos culturais locais que são do interesse dos turistas que visitam do PNAB, segue este ponto referente a opinião da comunidade local sobre o lugar de divulgação das actividades locais.

No passado, os destinos turísticos eram comunicados pelos mídias impressos (periódicos especializados ou não, livros, guias e mapas). Estes meios de comunicação forneciam informações sobre lugares, e impulsionavam consequentemente as pessoas à prática do turismo. Nas intervenções com as comunidades locais das Ilhas de (Magaruque, Benguerra e Bazaruto), foi possível perceber que eles não dispõem de canais de comunicação e nem locais físicos, placas interpretativas, e membros com pouco interesse para o efeito, apenas recorrem aos meios de comunicação tradicional boca-à-boca nos empreendimentos turísticos. Ao disponibilizar a sua riqueza cultural ao consumidor final vai ajudar a gerar uma renda para a sua subsistência.

Diante desta situação é preciso criar alternativas para que a comunidade local possa adaptar-se a novas formas de divulgação dos seus aspectos culturais ao mundo. Portanto, a evolução tecnológica dos meios de informação e comunicação, a internet tornou-se uma das principais ferramentas de informação sobre destinos turísticos (Buhalis & Law, 2008).

4.1.3. Como os aspectos culturais podem servir como factores de sustentabilidade socioambiental do parque nacional do arquipélago do bazaruto

Neste ponto, discute-se o contributo dos aspectos culturais como factores de sustentabilidade socioambiental do PNAB. Além dos elementos básicos da gestão de recursos e protecção da biodiversidade, os princípios da sustentabilidade socioambiental são verdadeiramente influenciados pelas práticas adoptadas pelas comunidades locais, assim como as instituições públicas/privadas. Com o aumento da consciência ambiental, os envolvidos podem adoptar políticas e estratégias para se alinhar a sustentabilidade, influenciando positivamente as mudanças na conduta frente aos desafios socioambientais.

As soluções dos inúmeros problemas ambientais que podem advir do consumo dos aspectos culturais não devem ser reflectidas somente como políticas particulares de protecção ambiental, mas também como parte das políticas sociais e económicas voltadas para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais. Contribuir na conscientização das comunidades locais sobre as boas práticas para a conservação do meio-ambiente, agregar uma combinação de conjunto de actividades

alternativas diferenciadas e adequadas ao perfil económico e social da região de modo a melhorar as condições de vida por meio de geração de emprego, e incorporar as comunidades nos projectos integrados de turismo em seus vários segmentos (turismo ecológico, turismo histórico-cultural, entre outros).

A inclusão de práticas sustentáveis não só beneficia o meio-ambiente, mas também pode resultar em uma vantagem competitiva no mercado, fortalecendo a imagem do parque e criando valor para as comunidades locais e aos visitantes.

4.1.4. Opinião comunitária sobre o significado da venda dos aspectos culturais ao consumidor final

A venda dos aspectos culturais do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto ao consumidor final, têm um grande significado. Os aspectos culturais são elementos mais complexos e abrangentes que influenciam a decisão de compra dos turistas. Eles contêm uma ampla série de componentes, compreendendo as crenças, valores, normas sociais, tradições, língua e a gastronomia local. Esses aspectos culturais moldam as preferências e comportamentos das pessoas, incluindo o que elas escolhem comprar e como fazem isso.

Além disso, a cultura influencia directamente as expectativas dos turistas em relação à qualidade do produto oferecido. Por isso, se a comunidade compreender a importância da cultura no processo de decisão de compra, estarão mais bem munidas para desenvolver produtos e estratégias de marketing que repercutam com o seu público-alvo.

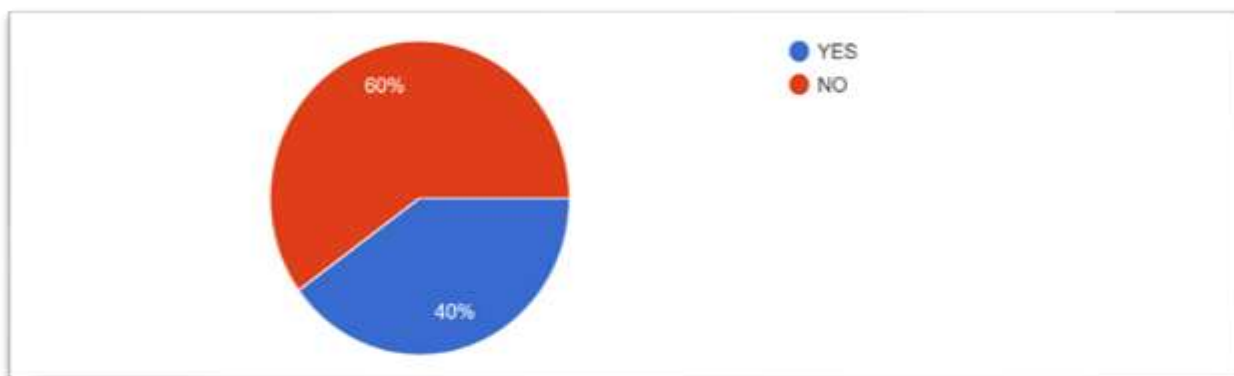
Durante a interacção com as comunidades das Ilhas (Magaruque, Banguerra e Bazaruto), disseram nas suas abordagens que para o sucesso destas actividades pretendem estabelecer parcerias com os empreendimentos locais e os do continente, que lhes possam ajudar a fornecer percepções preciosas sobre as preferências culturais e, assim, ajudar a adaptar suas estratégias para influenciar melhor a decisão de compra dos aspectos culturais por parte dos turistas. Ao finalizar esta etapa de colecta de dados dirigidos à comunidade local do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, segue-se os resultados dos inquéritos dirigidos aos empreendimentos e provedores turístico.

4.2. Inquérito aos Empreendimentos e Provedores Turísticos

Este inquérito foi partilhado via WhatsApp e correio electrónico com os concessionários (empreendimentos turísticos) sediados no parque e provedores de turismo da visita diária. Contudo,

o número de respondentes foi baixo, dos 30 partilhados apenas 5 é que responderam o inquérito. Com este inquérito pretendia-se compreender a percepção dos intervenientes acima mencionados sobre essa tipologia de turismo. Conforme ilustra o gráfico abaixo.

Gráfico 1: percepção dos aspectos culturais do pnab

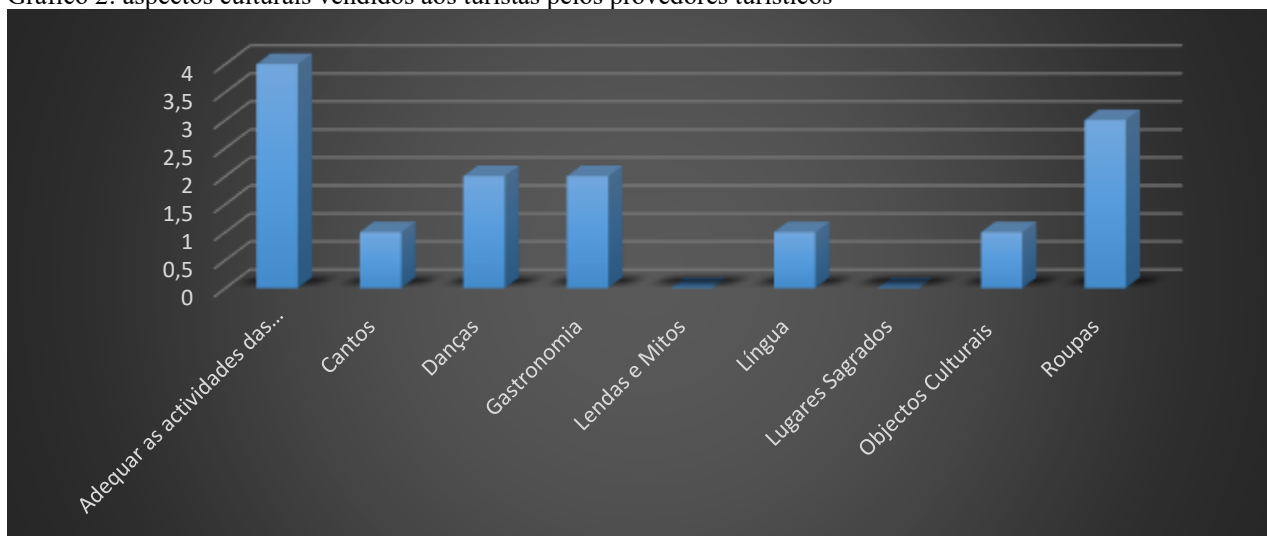


Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

4.2.1. Os aspectos culturais que o empreendimento ou provedor turístico vende aos turistas

Quanto aos aspectos culturais, conforme os resultados obtidos nos inquéritos feitos aos empreendimentos e provedores turísticos que operam dentro do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, foi possível perceber que estes aspectos relacionados com a produção de produtos artesanais apresentam maior percentagem, correspondente a 80%, a seguir temos 60% correspondente às roupas, 40% correspondente à gastronomia e danças locais, 20% correspondentes aos objectos e coisas da sua cultura, cantos e línguas locais, e por fim temos 0% correspondentes às lendas, mitos e locais sagrados. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 2: aspectos culturais vendidos aos turistas pelos provedores turísticos



Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

4.2.2. O empreendimento/provedores turísticos o que tem feito para incluir os aspectos culturais nos pacotes turísticos

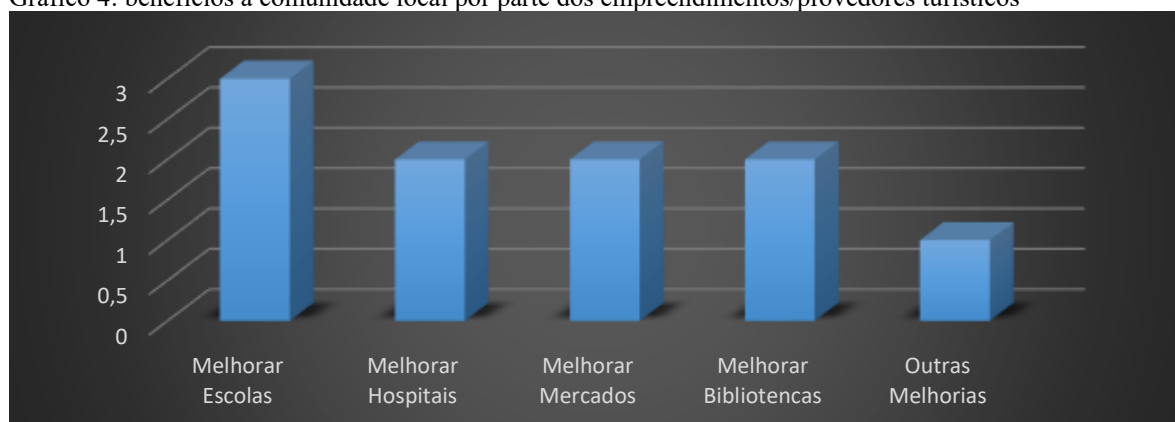
Os profissionais que actuam em turismo, ou mesmo em qualquer outra actividade económica, não criam os segmentos, apenas identificam e decidem para quais segmentos os esforços de criação e oferta dos produtos serão direccionados. Uma vez identificado o segmento de demanda, cabe ao planeador da estratégia turística ou ao empresário, apresentar ofertas flexíveis de produtos, pois nem todos os clientes têm as mesmas demandas e preferências (Kotler; Keller, 2006, p.65).

No Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, é predominante o turismo de sol e praia e tem sido um desafio para os operadores trazer um diferencial nos pacotes turísticos. O turista procura por turismo e cultura, para perceber os hábitos e costumes das comunidades locais, mas não é consistente a prática desta modalidade devido à falta de locais onde possam exhibir os aspectos culturais. A busca de novos produtos turísticos pelos consumidores tem levado as mudanças nas estratégias de planeamento, gestão e promoção do turismo, privilegiando a oferta segmentada de produtos turísticos.

4.2.3. Como o empreendimento/provedor turístico beneficia a população local com a venda dos aspectos culturais ao turista

Para a Organização Mundial do Turismo (2013) a actividade turística gera uma série de efeitos positivos e negativos de diferente grau sobre o plano social e cultural. Segundo os resultados obtidos nos inquéritos feitos aos empreendimentos e provedores turísticos que operam dentro do parque nacional do arquipélago do Bazaruto, com a inclusão e venda dos aspectos por parte dos intervenientes envolvidos a comunidade local beneficia-se com a melhoria de escolas com uma representação percentual de 60%, a seguir com a melhoria de hospitais, mercados e bibliotecas com uma representatividade de 40%, e 20% correspondentes aos restantes. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 4: benefícios a comunidade local por parte dos empreendimentos/provedores turísticos



Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

Ao finalizar esta etapa de inquérito com os empreendimentos/provedores de turismo segue-se a fase de colher as ideias do consumidor final (turista) que visita esta área de conservação. Que também é composta por questões abertas e fechadas.

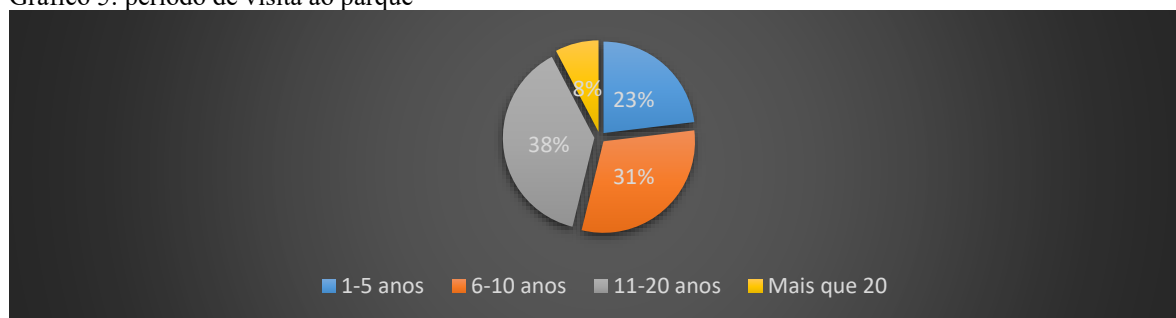
4.3. Inquérito Dirigido aos Turistas

Após terminar o inquérito com os empreendimentos e provedores turísticos seguiu-se com o lançamento dos resultados do inquérito dirigido aos turistas que visitam o pnab. Este inquérito foi partilhado via WhatsApp com os turistas. Contudo, o número de respondentes foi baixo, dos 50 partilhados apenas 13 é que responderam o inquérito. Com este inquérito pretendia se compreender o turismo e cultura como factores de sustentabilidade socioambiental do parque nacional do arquipélago do bazaruto.

4.3.1. Quanto ao período de visita ao parque nacional do arquipélago do bazaruto

Foi colocada uma questão de escolha múltipla relacionada com a frequência periódica de visita ao Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, onde de acordo com as respostas tivemos 23% para os que visitam o PNAB no intervalo de 1 a 5 anos, 31% corresponde aos que visitam o parque no intervalo de 6-10, 38% dos 11 a 20 anos e 8% com mais de 20 anos. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 5: período de visita ao parque

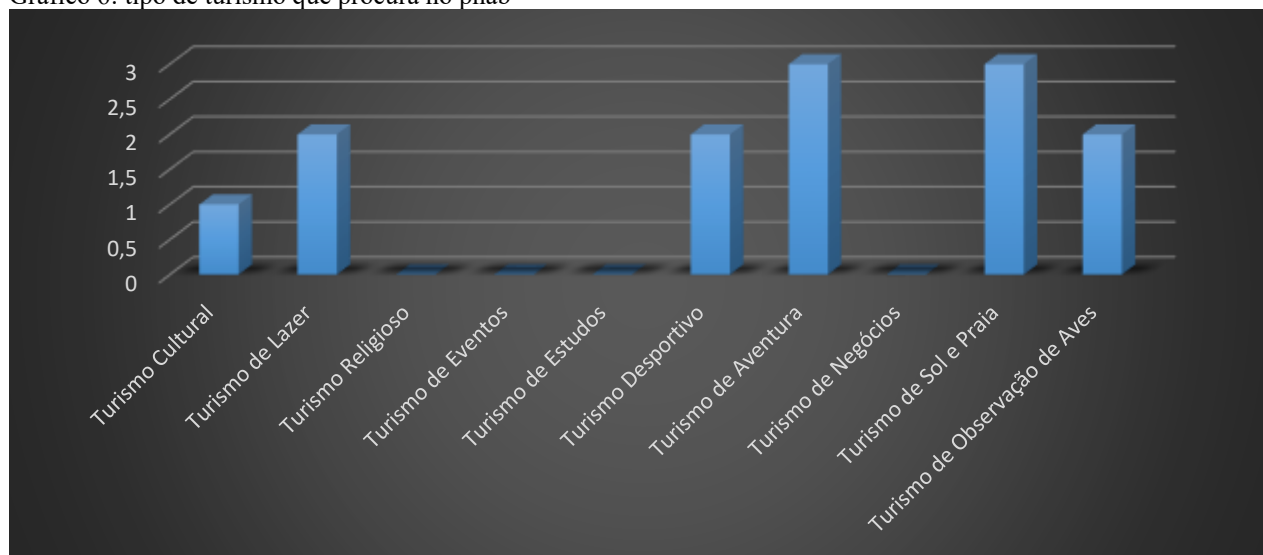


Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

4.3.2. Tipo de turismo que procura no parque nacional do arquipélago do bazaruto

De acordo com Sumale (2016), o potencial turístico de um destino tem influenciado no aumento de turistas/visitantes e investidores no sector, contribuindo assim, para a existência de ganhos económicos e sociais favoráveis aos intervenientes directos e indirectos, nomeadamente as comunidades locais, as instituições do Estado, os agentes económicos e comerciais, entre outros. Dos turistas inquiridos que visitam o parque nacional, foram arrolados 11 aspectos culturais procurados por eles, na qual nem todos tiveram destaque. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 6: tipo de turismo que procura no pnab



Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

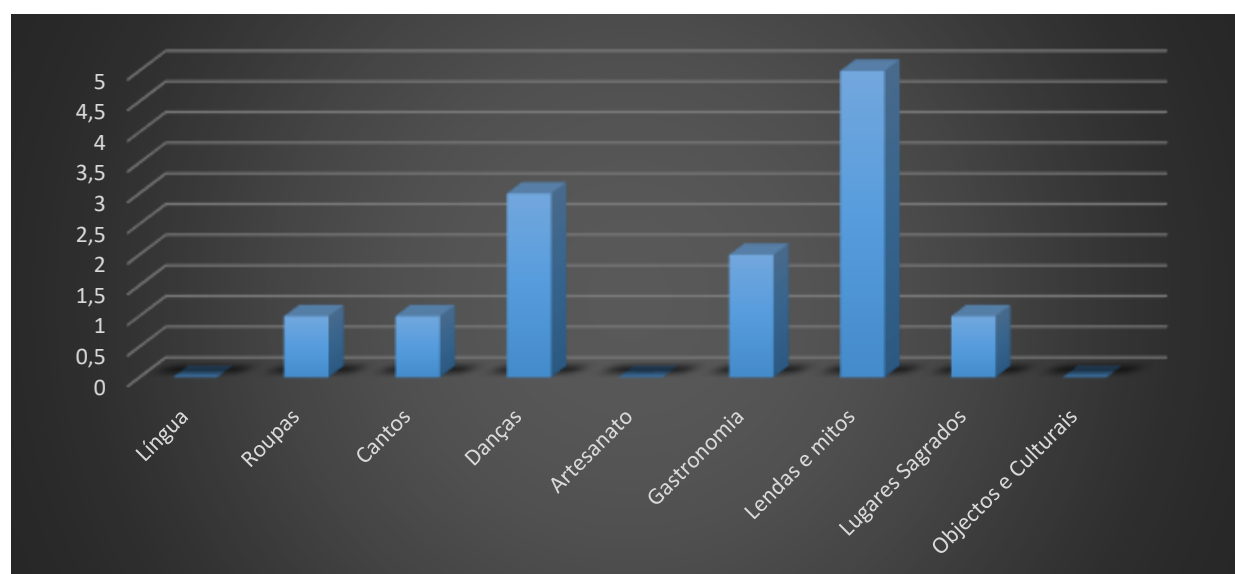
Portanto, “sol e mar” constituem factores predominantes no PNAB por haver poucas alternativas. Saito e Strehlau (2018), embora não exista uma perspectiva unificada, uma abordagem que efectivamente explica as motivações de viagem dos turistas avalia os factores que impulsionam (*push motives*), que correspondem às variáveis internas e emocionais que levam turistas potenciais a

tomar decisões relativas à viagem, explicando o desejo de viajar e o destino considerado, por exemplo, relaxamento, interação social, busca de conhecimento, reconhecimento social e aventura, enquanto os que atraem (*pull motives*) estão ligados a aspectos externos, motivações inspiradas pela atractividade de um destino, como, por exemplo, ambiente natural, ambiente social, facilidade de compras, gastronomia e atracções culturais e históricas.

4.3.3. Aspectos culturais que sente falta deles e que gostaria de encontrar no pnab

A procura da actividade turística cultural é medida a partir das motivações, preferências e comportamentos dos turistas que visitam destinos e participam em actividades culturais. Os turistas culturais viajam para experimentar outras culturas, atracções e lugares, com essas experiências esperam desenvolver conhecimentos através do auto enriquecimento e da experiência pessoal, (Moisã, 2010b). Dos turistas inquiridos que visitam o parque nacional, foram arrolados 9 aspectos culturais que fazem falta aos turistas. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 7: aspectos culturais que fazem falta



Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

Ao finalizar esta etapa de colecta de dados dirigidos aos empreendimentos e provedores turísticos operam dentro do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, segue-se os resultados dos inquéritos dirigidos à direcção do pnab.

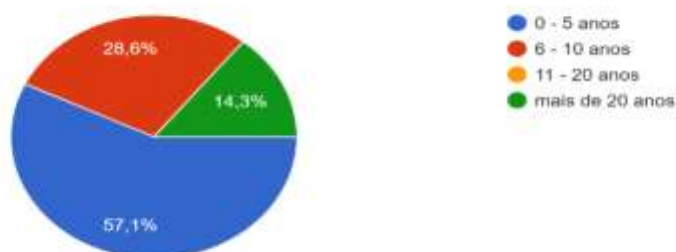
4.4. Inquérito a Direcção do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto

Este inquérito foi partilhado via WhatsApp com os funcionários do parque, na sua maioria os de sector de turismo e outros. Contudo, o número de respondentes foi baixo, dos 40 partilhados apenas 15 é que responderam o inquérito. Com este inquérito pretendia se compreender o turismo e cultura como factores de sustentabilidade socioambiental do parque nacional do arquipélago do Bazaruto.

4.4.1. Tempo de trabalho no parque nacional do arquipélago do bazaruto

Em termos de tempo de trabalho, consoante os resultados obtidos nos inquéritos dos funcionários do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, compreende-se que a maioria deles está a trabalhar no intervalo de 1 a 5 anos, equivalente a 57,1%, a seguir encontramos os que estão no intervalo de 6 a 10 anos, correspondente a 28,6%, e por fim os que estão no intervalo de mais de 20 anos com uma percentagem correspondente a 14,3%. Os resultados mostram que a maioria dos funcionários são os que trabalham no intervalo de 0 aos 5 anos, que de certa forma permite perceber o quão à instituição está sempre a reestruturar a sua mão-de-obra. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 9: tempo de trabalho no pnab

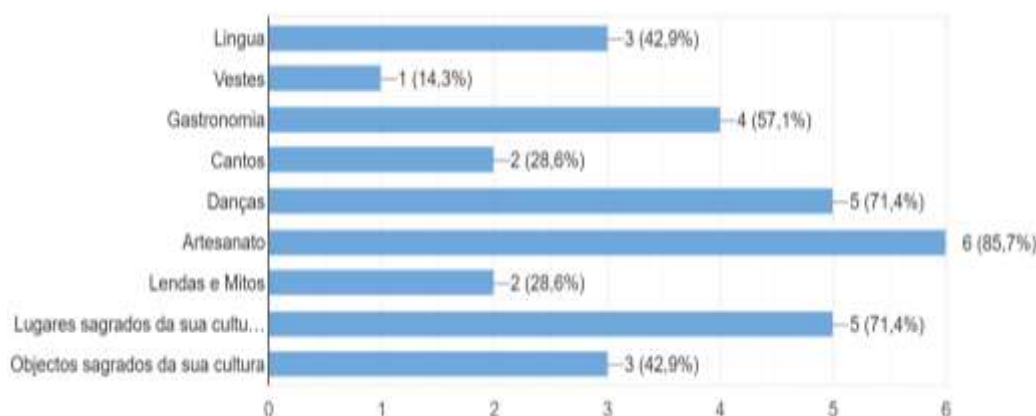


Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

4.4.2. Aspectos culturais que podem dinamizar o turismo no parque nacional do arquipélago do bazaruto

Quanto aos aspectos culturais, segundo os resultados obtidos nos inquéritos dos funcionários do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, foi possível perceber que os aspectos culturais relacionados com a produção de produtos artesanais apresenta maior percentagem, correspondente a 85,7%, a seguir temos 71,4% correspondente as danças locais e lugares sagrados, 42,9% correspondente as línguas locais e objectos sagrados, 28,6% correspondentes a cantos locais e lendas e mitos, e por fim temos 14,3% correspondentes as vestimentas locais. Conforme ilustra o gráfico.

Gráfico 10: aspectos culturais que podem dinamizar o turismo no pnab



Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

4.4.3. Razões pelas quais os empreendimentos e provedores turísticos excluem os aspectos culturais nos pacotes turísticos

Quanto as razões pelas quais os empreendimentos e provedores turísticos excluem os aspectos culturais, conforme os resultados obtidos nos inquéritos dos funcionários do Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto, estão as seguintes:

- ❖ Fraco domínio dos empreendimentos e provedores turísticos em relação à existência dos aspectos culturais e contribuição no negócio que eles praticam e falta de oferta local;
- ❖ Fraca disseminação dos aspectos culturais por parte das estruturas locais e desinteresse em promover e pesquisar a cultura local por parte dos empreendimentos e provedores turísticos;
- ❖ O desconhecimento por parte da comunidade local sobre a importância da cultural influência para fraca promoção e a não inclusão dos aspectos culturais em pacotes turísticos para o Parque Nacional do Arquipélago do Bazaruto.

4.4.4. Os empreendimentos e provedores turísticos podem incluir e vender aspectos culturais do parque nacional do arquipélago do bazaruto em pacotes turísticos

Os empreendimentos e provedores turísticos em coordenação com a comunidade local e o parque, devem identificar e trazer à superfície os aspectos culturais existentes e praticados no arquipélago incluindo a sua organização de seus praticantes e implementarem roteiros/itinerários que integrem aspectos culturais envolvendo os locais na disseminação/divulgação destes.

Para responder às necessidades dos turistas, os empreendimentos e provedores turísticos, devem no seu grupo de funcionários contratar e capacitar as pessoas locais com conhecimentos diversos sobre aspectos culturais locais para que este em coordenação com um profissional de turismo, possam criar pacotes atractivos com diversas actividades e experiências não só nas nossas praias, mas como também nas comunidades locais e, investir nas comunidades com formações, habilitando a receber turistas.

4.4.5. Estratégias que podem ser aplicadas para promover o turismo na base dos aspectos culturais do parque nacional do arquipélago do bazaruto

Para Sampaio (2003), a diferença entre a formulação e a implementação de estratégias, afirma que nem todas as comunidades receptoras de turismo conseguem transformar as acções formuladas em resultados, sejam eles sociais, económicas ou ambientais. A participação na gestão constitui-se por si só em uma estratégia para facilitar os processos de formulação e implementação, a partir da colaboração de todas as pessoas e entidades que serão afectadas pelas decisões estratégicas do turismo. Quanto as estratégias que podem ser aplicadas para promover o turismo na base os aspectos culturais no parque nacional do arquipélago do Bazaruto, os funcionários fizeram a menção as seguintes estratégias:

- ❖ Capacitar os empreendimentos e provedores de turismo sobre cultura local do PNAB, engajamento local, ou seja, interesse sobre cultura por parte das comunidades locais;
- ❖ Instalar pontos de vendas de artigos artesanais nos principais pontos de actividades turísticas (DVF's);
- ❖ Promover visitas aos locais sagrados com acompanhamento dos locais treinados para o efeito, produzir panfletos, brochuras e disponibilizar nos quartos ou locais de lazers dos turistas;
- ❖ Promover feiras locais e encorajar as comunidades a optar pelo turismo como uma das principais fontes para geração de renda;
- ❖ Investir em criação de centros culturais nas ilhas do arquipélago onde as comunidades podem vender artigos artesanais, onde os turistas podem ter um contacto com aspectos culturais.

O turismo pode ser estimulado pela promoção, marketing e informação com vista atrair a procura/demanda e os investimentos, pois Cunha e Abrantes (2013) “afirmam que, em geral, estas são funções predominantes dos organismos turísticos oficiais, e sugere que a sua acção pode realizar-

se pelo apoio ou pela organização de acontecimentos especiais que promovam a imagem do país internamente” (p.425). As estratégias de marketing devem ser ferramentas indicadoras de desenvolvimento tanto para o sector público quanto para o privado, e suas directrizes devem abranger todos os elementos e áreas envolvidas.

4.4.6. A comunidade local pode se beneficiar com a venda dos seus aspectos culturais aos visitantes

Cada comunidade tem algo específico que diferencia uma comunidade da outra olhando para a componente cultura, neste caso vendendo a sua cultura aos visitantes, estariam a tornar sua cultura mais apreciada, estariam a valorizar a sua cultura, estariam a transmitir a mesma cultura às próximas gerações. O PNAB recebe turistas vindo de vários pontos do mundo, a exposição da sua cultura, tornaria o turismo local único e mais atraente e isso consequentemente aumentaria a renda das comunidades e alavancariam cada vez mais o turismo local. Através dos ganhos obtidos na venda dos aspectos culturais a comunidade local pode formar jovens em matérias de turismo cultural, melhorar as condições das infraestruturas básicas (Escolas, Centros de Saúde) e vão reduzir pressão criada do pescado no PNAB.

4.4.7. O parque, ong, e o governo local tem empreendido em prol da promoção cultural turísticos a comunidade local

O Parque, ONG e o governo local têm feito algumas acções que impulsionam aspectos culturais turísticos na comunidade local, mas essas acções são insuficientes para promover os aspectos culturais. É preciso haver interesse em ambas partes para tornar estes aspectos mais representativo na comunidade. Capacitar jovens nas comunidades locais das Ilhas como forma para aproveitar das várias oportunidades que existem com os diversos empreendimentos e provedores turísticos.

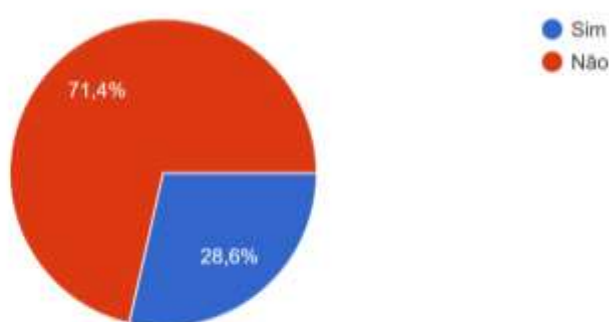
Dos funcionários que responderam o inquérito, destacaram a necessidade de se promover o artesanato no local de visita diário, a gastronomia, as danças, ou a criação de locais específicos para a venda de diferentes aspectos culturais de modo a levar longe a cultura do parque nacional do arquipélago do Bazaruto. Capacitar a comunidade local em matérias relacionados ao tema em alusão, e a questão relacionada à divulgação do local, pois o PNAB junto da comunidade precisa de uma

estratégia eficaz para sua divulgação, portanto dispõe de um historial de muito interesse local, nacional e internacional, por ser uma área de conservação com um nível de turismo significativo.

4.4.8. O parque nacional do arquipélago do bazaruto já pensou em construir infraestruturas para que a comunidade possa vender os aspectos culturais

Quanto ao pensamento da criação de infraestruturas para que a comunidade possa vender os aspectos culturais, conforme os resultados obtidos nos inquéritos dos funcionários do parque nacional do arquipélago do Bazaruto, 71,4% corresponde aos funcionários que disseram sim e 28,6% corresponde aos que disseram não. Mas também o parque tem criadas outras opções de rendimento para as comunidades locais, a título de exemplo, foi construído um Centro de desenvolvimento de habilidades, onde está em funcionamento uma padaria e pastelaria gerida pela comunidade local. Conforme ilustra o gráfico abaixo.

Gráfico 11: construção de centros culturais no pnab



Fonte: Massuanganhe e Sitoie (2024)

Para Beni (2002), o aumento da oferta turística (alojamentos, estabelecimentos de alimentação, indústrias complementares e outros), eleva a demanda de emprego, repercutindo na diminuição da mão-de-obra subutilizada ou desempregada; proporciona geração de rendas para o sector público, representada por impostos directos e indirectos incidentes sobre a renda gerada no âmbito do sistema económico; rentabiliza os investimentos estimulando a capacidade investidora; contribui para a especificidade da mão-de-obra demandada como propulsor de elevação do nível social de emprego e contribui também para a disponibilidade de recursos no âmbito do sistema financeiro, para financiar a demanda dos serviços turísticos bem como os novos equipamentos receptivos. Ao finalizar esta etapa de interpretação dos dados recolhidos com diferentes intervenientes desta pesquisa, segue-se a parte as considerações finais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo da cultura pertence essencialmente ao campo das ciências sociais e, por isso, possui uma série de significados conforme o contexto em que é analisado. Alguns académicos de formação em antropologia, sociologia, história, geografia e até filosofia, estudaram o fenómeno da cultura e forneceram uma plataforma relevante para muitas áreas das ciências sociais como, por exemplo, o turismo (IVANOVIC, 2008) *apud* (MARUJO, 2014, p. 2).

A actividade turística deve ser desenvolvida respeitando a cultura, que deve ser preservada e transmitida às gerações vindouras. Pois, o uso dos aspectos culturais como atractivo turístico carece de um planeamento sustentável, onde os bens culturais são expostos aos visitantes (turistas) de uma forma que valorize a cultura do PNAB e comunidade receptora, ofereça aos turistas um intercâmbio cultural.

O PNAB, deve despertar a atenção da comunidade local quanto ao valor e a importância dos aspectos culturais não só para o âmbito turístico, mas sim, ressaltando os benefícios de proteger e conservá-los tanto para a visitação quanto para a própria comunidade local. Observar vários comportamentos (vandalismo) dos turistas tanto das comunidades nativas, mediante campanhas educativas, aplicando as multas e punições usando instrumentos legais para o efeito, contando com um sistema de vigilância permanente por parte das autoridades competentes, além de cooperação dos cidadãos cientes que os aspectos culturais são bens comuns.

Devido a pouca exploração dos aspectos culturais por parte dos empreendimentos e provedores turísticos em seus pacotes turísticos, essas actividades são as que menos metem divisas ao PNAB, portanto, carecem de melhorias em aspectos como, promoção da cultura e na oferta satisfatoriamente do produto turístico cultural. O Parque junto dos outros actores envolvidos devem fazer um trabalho de base de levantamento de todos os aspectos culturais e desenhar pacotes de turismo baseado na exploração comunitária. Os aspectos culturais bem implementados e explorados vão contribuir para o desenvolvimento local, económico e social do PNAB, pois, os habitantes das três (3) Ilhas vão apresentar vários indicadores de ganhos vindo por conta dos aspectos culturais, melhoramento das infraestruturas sociais, restauração dos monumentos histórico-culturais, e melhorias contínuas de qualidade de vida proporcionando o bem-estar e uma visão ampla sobre aspectos culturais, e a questão de ambiente melhorado.

Como forma de reduzir a pressão dos recursos naturais o PNAB, apoia as comunidades locais por meio de formações, ofertas de empregos e agricultura de subsistência. Também incentiva as comunidades a produzir produtos agrícolas não só para o consumo, mas também para a venda.

Como forma de ajudar na compra, o parque e os empreendimentos turísticos são consumidores de alguns dos seus produtos produzidos pelas comunidades das 3 ilhas habitáveis. O parque deve continuar a incentivar aos visitantes, empreendimentos e provedores turísticos a adotar um comportamento ambientalmente responsável, encorajando-os a não deitar resíduos sólidos no chão, colocando dísticos e panfletos indicando regras de conduta no parque.

REFERÊNCIAS

- AGNOL, Sandra Dall (2012), **Impactos do Turismo x Comunidade Local**. R.S, V.11;
- BENI, Mário Carlos. (2002), **Análise Estrutural do Turismo**. 7a ed. São Paulo. SENAC;
- BUHALIS, D. & Law, P. (2008). **Progress in information technology and tourism management: 20 years on 10 years after the internet – The state of Tourism research**. Tourism Management, 29, 609-623;
- COSTA, Nátane Oliveira da Costa. (2016) **Cartografia Social: Instrumentos de luta e resistência no enfrentamento dos problemas socioambientais na Reserva Extractivista Marinha e Continental da Prainha do Canto Verde, Beberibe - Ceará**. 158 F. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza;
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (2001), **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca;
- CUNHA, L. & Abrantes, A. (2013), **Introdução ao Turismo**. Lisboa, Lidel;
- IVANOVIC, M. (2009), **Cultural Tourism**. Ken McGillivray, Cape Town, South Africa;
- JACOBI, P. (2004), **Educação e Meio Ambiente: Transformando as Práticas**. Revista Brasileira de Educação Ambiental, Brasília, v. 1, n. 0, p. 28-35, nov;
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. (2006), **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall;
- MARTINS, A. L. A. M.; RAZUK, N. P. C. (2012), **Sustentabilidade Empresarial: a Questão Socioambiental Sob a Ótica da Análise Econômica do Direito**. Revista Direito, Estado e Sociedade, Rio de Janeiro, v. 2, n. 41, p. 6-29, jul./dez;
- MARUJO, Noémi (2014), **a Cultura, o Turismo e o Turista: que relação?** Universidade de Portugal: Évora/ISCE/IGOT-CEG;
- MOISÃ, C. (2010 b) **The Distinctiveness of the Youth Travel Product**. Annales Universitatis Apulensis Series A economia, 12. Vol. 2, pp. 638-639;
- NISHI, Lisandro Fin. (S.d) **Coeficiente de Gini: uma Medida de Distribuição de Renda**. Florianópolis, SC:"
- OMT. (2013), **Understanding Tourism - Basic Glossary**. Acedido a 06 de novembro de 2024 em <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>;



RICHARDS, G. (2007), **Cultural Attractions and European Tourism**. Wallingford: Cab Internacional;

SAITO, C. S & STREHLAU V. I (2018), **Escolha de Destino Turístico: Estudo Bibliométrico com Análise de Citação e co-citação de Autores**. Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, 13 (1), 17-31. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18568/1980-4865.13117-31> (Acesso no dia 02/04/2021);

SAMPAIO, Carlos A. C. (2003), **Um novo enfoque analítico de processos de tomada de decisão inseridos em metodologias de aplicação de Agendas 21 e do PNMT: uma alternativa para promover o desenvolvimento sustentável**. Turismo – Visão e Ação, v. 5, n. 2, p. 169-187, maio-ago;

SAQUET, M. A. & SPOSITO, E.S. (2009), **Territórios e Territorialidades: Teorias, Processos e Conflitos**. 1ed. Expressão popular: UNESP;

SEBRAE. (2001), **Perfil dos Profissionais no Mercado de Trabalho do Sector de Turismo no Brasil**: Pesquisa/Instituto de Hospitalidade. Salvador: Flash Design;

SUMALE, G. D (2016), **Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos**. Dissertação de Mestrado Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril, Portugal;

WALLE, A. H. (1998), **Cultural Tourism. A Strategic Focus**. Boulder (Colorado): Westview Press.