



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

**CONTRIBUTO DAS ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA
NA DINAMIZAÇÃO DO TURISMO RURAL
CASO DO DISTRITO DE NAMAACHA**

Célio Ângelo José Machava

Inhambane, 2018

Célio Ângelo José Machava

**CONTRIBUTO DAS ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA
NA DINAMIZAÇÃO DO TURISMO RURAL
CASO DO DISTRITO DE NAMAACHA**

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

dr. Tomo Valeriano Rosário

Inhambane, 2018

Declaração

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

Assinatura

(Célio Ângelo José Machava)

Data: ____/____/____

Célio Ângelo José Machava

**CONTRIBUTO DAS ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA
NA DINAMIZAÇÃO DO TURISMO RURAL
CASO DO DISTRITO DE NAMAACHA**

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

Inhambane, ___/___/___

Grau e Nome completo do Presidente

Grau e Nome completo do Supervisor

Grau e Nome completo do Oponente

Rubrica

Rubrica

Rubrica

Dedicatória

Vai a minha mãe pela força e perseverança que teve durante minha vida acadêmica.

Agradecimentos

À Universidade Eduardo Mondlane, especificamente à Escola Superior de Hotelaria e Turismo, por estes quatro anos de formação, onde aprendi a saber ser, estar e fazer.

Um agradecimento especial ao dr. Tomo Valeriano, pelas sugestões, constante disponibilidade, por guiar os meus passos durante esta longa caminhada e principalmente pelas palavras de motivação que sempre me soube dar, foi uma força muito importante para o desenvolvimento desta Monografia.

Aos docentes Sérgio Belchior, Ricardo Pinto, Samuel Júnior, Emídio Nhantumbo, Tomo Valeriano Abel Zico e Roberto Vico enorme gratidão por ter sido os meus modelos de profissionalismo durante a minha formação e apoio dado em termos académicos

À minha querida mãe, Victoria Luís Sacate, que sempre me apoiou em todos os momentos da minha vida, sempre soube ser minha mãe e pai nos momentos em que mais preciso.

Aos meus irmãos, Hermigalda Celina, Euclides Twoane, Esménia da Argentina e Júlio da Argentina, admiro-vos pela generosidade e amizade. Obrigado por estarem sempre comigo nos piores e melhores momentos da minha vida.

Um agradecimento especial à minha grande amiga que fiz nos últimos 9 meses, Márcia Chambule.

À minha ex-namorada e minha cunhada agradeço por estarem sempre comigo, por me compreender, por serem o meu ombro amigo em todos os momentos.

Um grande agradecimento aos meus grandes amigos Carlitos Carlos (Mulato), Emirson Djoice, Benisio Nhavoto pelo apoio moral dado durante a minha formação académica.

Agradeço também aos tios Rodrigues Sacate, Ângelo Sacate e Rosa Machava, os meus primos Crelio, Pires, Jerónimo Sacate. O meu muito obrigado pelo apoio dado durante esta jornada académica.

Aos meus amigos da faculdade: Zeferino, Zucula, Sara, Cadeado, Delton, Helade, Uaciquete, Nihadí, Maria, Iglenda e Camila, mais uma vez juntos nesta fase final. E a todos os meus colegas de Animação Turística 2013 e aos grupos Katteco e Kutsaka eventos Obrigado!

MEU MUITO KHANIMAMBO...

“A vida pode não ter o tempo exacto dos nossos desejos,
mas com certeza, tem o tempo exacto de nossas
necessidades...”

Anderson Fabiano

Resumo

No presente trabalho aborda o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural caso do distrito da Namaacha, tem como principal objectivo versar sobre actividades de animação turística que podem dinamizar o turismo rural, uma vez que a actividades turísticas vem ganhando um maior destaque, como alternativa económica para as associações agrícolas aliado as actividades da animação turística que agregam valor a produção local dando-lhes maior visibilidade e sustentabilidade. É por esse facto que a animação turística apresenta-se como responsável pela dinamização e integração do visitante no meio rural e, assim, sendo o turismo rural desenvolvido nas associações agrícolas torna-se uma nova fonte de renda que ainda contribui para a revitalização da cultura rural e a preservação do ambiente natural. Esta Trata-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa e qualitativa, de natureza descritiva, uma vez que visa apresentar as actividades da animação turística que dinamizam o turismo rural. A colecta de dados foi feita, nas unidades de acolhimento e associações agrícolas e através de um questionário, mediante a disponibilidade destes responder. Para apreciação dos resultados, utilizou-se o método descritivo e estatístico, tendo como base revisão bibliográfica a animação turística e turismo rural, que fornecem suporte para a análise dos dados. Com a análise e interpretação dos resultados do campo, conclui-se que é contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural: a valorização do património da cultural e natural e da economia local, integração sociocultural do turista nos destinos de interior, e que a actividade deve se adequarem a identidade local.

Palavras-chave: Turismo, Animação Turística, Turismo Rural, Dinamização e Distrito de Namaacha

Listas de Abreviaturas e Siglas

TR- Turismo Rural

TER/TAR- Turismo no Espaço / Área Rural

AT-Animação Turística

OMT- Organização Mundial de Turismo

EHSTI- Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

DN – Distrito da Namaacha

SDAE – Serviço Distrital de Actividades Económicas

CMVN- Conselho Municipal da Vila de Namaacha

Lista de Quadros

Quadro1- características de animação turística	13
Quadro 2- Motivações de animação turística	14
Quadro 3 - Impacto de animação turística	15
Quadro 4 - Necessidades da animação turística	17
Quadro 5: Actividades de Animação Turística.....	18

Lista de Figuras

FIGURA 1. CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA QUANTO AO GÉNERO	26
FIGURA 3. TIPOLOGIA DAS UNIDADES DE ALOJAMENTO	27
FIGURA 4. OS EMPREENHIMENTOS OFERECIDOS AOS TURISTAS ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO	27
FIGURA 5. ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA	28
FIGURA 6. PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO AO LONGO DO ANO	28
FIGURA 7. EQUIPAMENTO DE ANIMAÇÃO EXISTENTES NO DISTRITO	29
FIGURA 8. AGENTES CULTURAIS	29
FIGURA 9. EVENTOS CULTURAIS PROMOVIDOS	30
FIGURA 10. ENTIDADES PROMOTORAS	30
FIGURA 11. CONTRIBUTO DE ANIMAÇÃO NO AUMENTO DA TAXA DE OCUPAÇÃO.....	31
FIGURA 12. PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO SÃO ADEQUADOS À IDENTIDADE GEOGRÁFICA	31
FIGURA 13. PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PROMOVIDOS ADEQUADOS À IDENTIDADE GEOGRÁFICA	32
FIGURA 14. AUMENTO DA PROCURA, NO EMPREENHIMENTO TURÍSTICO, DEVIDO AOS EVENTOS PROMOVIDOS A NÍVEL LOCAL.....	32
FIGURA 15: TIPOLOGIA DE TURISTAS QUE PROCURAM A UNIDADE DE ALOJAMENTO DEVIDO ÀS ACTIVIDADES	33
FIGURA 16. INTERVENÇÃO DA ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA INTEGRAÇÃO SOCIOCULTURAL DO TURISTA NO MEIO RURAL	33
FIGURA 18. ANIMAÇÃO COMO UM DINAMIZADOR DA ATRACÇÃO TURÍSTICA.....	34
FIGURA 19. INICIATIVAS DE ANIMAÇÃO PROMOVIDAS A NÍVEL LOCAL TÊM DE RETRATAR A IDENTIDADE LOCAL.....	34

índice

<i>Folha de rosto</i>	<i>i</i>
<i>Declaração</i>	<i>ii</i>
<i>Folha de Avaliação</i>	<i>iii</i>
<i>Dedicatória</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimentos</i>	<i>v</i>
<i>Pensamento</i>	<i>vi</i>
<i>Resumo</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de abreviaturas</i>	<i>viii</i>
<i>Lista de Figuras</i>	<i>ix</i>
<i>LISTA DE QUADROS</i>	<i>ix</i>
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. ENQUADRAMENTO	1
1.2. PROBLEMA	2
1.3. HIPOTESSES	3
1.4. OBJECTIVOS	3
1.4.1. OBJECTIVO GERAL	3
1.4.2. OBJECTIVOS ESPECÍFICOS	3
1.5. JUSTIFICATIVA	4
1.6. METODOLOGIA	5
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	9
2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA	9
2.1.1. TURISMO	9
2.1.2. ANIMAÇÃO TURÍSTICA	11
2.2. CARACTERÍSTICAS DA ANIMAÇÃO TURÍSTICA	12
2.2.1. MOTIVAÇÕES LIGADAS A ANIMAÇÃO TURÍSTICA	13
2.2.2. IMPACTO DA ANIMAÇÃO NAS COMUNIDADES	15
2.3. CLASSIFICAÇÃO DA ANIMAÇÃO TURÍSTICA	16

2.3.1. CLASSIFICAÇÃO DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA DE ACORDO COM AS SUAS FINALIDADES	16
2.3.2. CLASSIFICAÇÃO DA ANIMAÇÃO TURÍSTICA SEGUNDO AS SUAS NECESSIDADES.	17
2.4. TIPOLOGIA DE ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA.....	17
2.5. ANIMADOR TURÍSTICO	18
3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL	19
3.1. TURISMO RURAL.....	20
3.1.1. PERFIL DO TURISTA RURAL.....	21
3.2. O PAPEL DA ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA DINAMIZAÇÃO DOS TERRITÓRIOS RURAIS.....	22
4. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS	24
4.1. ENQUADRAMENTO TERRITORIAL DO DISTRITO DA NAMAACHA	24
4.1.1. CLIMA E HIDROGRAFIA.....	24
4.1.2. VIAS DE ACESSO	25
4.1.3. TURISMO EM NAMAACHA.....	25
4.2. CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	25
4.2.1. DA ANÁLISE DOS DADOS APURADOS, PODE-SE DEPREENDER QUE AS ASSOCIAÇÕES AGRÍCOLA E EMPREENDIMENTOS TURÍSTICO DO DISTRITO DA NAMAACHA.	35
4.2.2. ANÁLISE DESCRITIVA DAS ENTREVISTAS APLICADAS AS ENTIDADES PÚBLICAS DO DISTRITO DA NAMAACHA	36
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
5.1. CONCLUSÃO.....	39
6. LIMITAÇÕES DA PESQUISA	41
7. RECOMENDAÇÕES	42
8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA	43
APENDICE	45
APENDICE A – INQUERITO	I
APENDICE B	IV

1. INTRODUÇÃO

1.1. Enquadramento

O turismo representa uma notável fonte de renda para quaisquer países, porque chega a ser um factor de desenvolvimento de destinos entregues ao abandono. Segundo BREDÁ E PATO (2014)¹ Citado por PINHO (2015) Actualmente o turismo é uma das actividades económicas mais dinâmicas a nível mundial, o que tem levado a que cada vez mais, os países e as regiões apostem nesta actividade como uma alternativa económica.

Conforme LANDIM (2014) o turismo, além de contribuir directamente para a economia, também tem outros benefícios no desenvolvimento local: criação de emprego, revitalização da cultura, protecção do meio ambiente, valorização das paisagens e alternativas ao espaço rural

A crescente importância das zonas rurais, bem como a sua preservação embora no nosso país seja recente, ela não data de hoje, pois actualmente a acompanhamos uma valorização. Destas áreas que passaram a ser consideradas como lugar de actividades não agrícolas como lazer, por parte de pessoas que foge do agito das grandes metrópoles e maior.

Nesta perspectiva que URY (2012) afirma que as áreas rurais são vistas como o próprio espaço de consumo seja na óptica do turista. Contudo além dos recursos culturais e naturais genuínos que as áreas rurais detêm apresentam uma panóplia de elementos endógenos: as paisagens bucólicas, tradições e patrimónios.

O turismo como um dos mecanismos ou oportunidades para revitalização dos espaços rurais e conseqüente melhoria de vida das populações aí residentes e a valorização dos recursos supra citados. O turismo rural é visto como elemento de integração da população urbana ao meio rural, tendo com base a reconstrução, manutenção e valorização do património natural e cultural, preservação das raízes enquanto refúgio e sabedoria de muitos costumes, saber fazer e formas culturais (CARDOSO, 2011, p.93).

Aliando o turismo rural ao contexto da animação turística, pretende-se com o facto da necessidade de criar uma oferta inovadora e complementar a uma panóplia de actividades já existente, como transporte, alojamento e restauração. Sendo assim Para SIMPSON (1976) *apud* ALMEIDA e ARAÚJO (2012, p.31), a animação, em turismo surge como factor

¹ Breda, Z., & Pato, L. (2014). O papel das redes no desenvolvimento de destinos rurais. In Eusébio, C., Carneiro, M., Figueiredo, E., Kastenholz, E., & Lima, J. (Ed.), *Reinventar o Turismo Rural em Portugal: Cocriação de experiências turísticas sustentáveis* (pp. 59-70). Aveiro: Universidade de Aveiro.

determinante de melhoria de vida é esse estímulo proporcionado a vida mental e emocional dos habitantes de um determinado sector, para incentivá-los a realizar varias actividades que contribuem para a sua expansão, permitindo-lhes expressar-se melhor e dar-lhes um sentido de pertença a uma comunidade cuja evolução se faz participando.

É neste prisma, que o presente trabalho, intitulado“ contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural caso do Distrito da Namaacha” objectiva estudar o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural, o mesmo constitui requisito para culminação do curso de licenciatura em Animação Turística, leccionado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI).

A metodologia utilizada, para a efectivação do presente estudo, traduziu se na conjugação de pesquisa bibliográfica e trabalho de campo e quanto a natureza é uma pesquisa exploratória.

Quanto a estrutura, a presente pesquisa está dividida em quatro (4) partes: a primeira é referente a introdução, onde faz-se o enquadramento geral do trabalho, os objectivos, a justificativa, e metodologia que tornou possível a presente pesquisa, revisão bibliográfica, onde constam as abordagens teóricas da pesquisa consultadas em diversas obras que versam sobre o tema em análise encontram-se na segunda parte; a terceira parte apresenta as conclusões, recomendações obtidas no trabalho e por fim as referências bibliográficas na quarta parte respectivamente.

1.2.Problema

O problema de investigação surge da necessidade se entender os fenómenos que não possuem uma explicação nem se quer solução, pois por ser o objecto de análise na área de domínio do conhecimento em estudo. Portanto, buscou-se reunir informações com o propósito de responder ao seguinte problema de pesquisa:

Que contributo as actividades de animação turística pode ter na dinamização do Turismo rural?

É através desta temática que pretende-se desenvolver a presente pesquisa. Ao questionar o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural, supõe-se a existência de uma variável independente da animação turística, que pode ou não influenciar o desenvolvimento deste tipo de modalidade de turismo nos destinos rurais. Salientar que o

turismo rural não está refém da animação turística para a sua efectivação, mas pode ser uma forma de agregar valor nas actividades endógenas das áreas rurais para o aumento da demanda turística e capitalizar as actividades que podem ser oferecidas pela comunidade local.

1.3.Hipoteses

A hipótese é um mecanismo que prediz o rumo a ser tomado na pesquisa em relação a uma resposta pré estabelecida que pode ou não ser confirmada. Para o presente trabalho apresentam-se as seguintes hipóteses por isso, levantou-se a seguinte hipótese:

As actividades de animação turística podem contribuir na dinamização do turismo rural no distrito da Namaacha nos seguintes aspectos: valorização do património cultural e natural; desenvolvimento económico e social das associações agrícolas; na integração sociocultural do turista nos destinos de interior e no aumento das receitas e da economia local

1.4.Objectivos

1.4.1. Objectivo geral

Estudar o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural;

1.4.2. Objectivos específicos

- 1) Identificar as actividades de animação turística que potenciam o desenvolvimento do turismo no espaço rural;
- 2) Descrever a importância das actividades de animação turística na dinamização de turismo rural;
- 3) Descrever animação turística como elemento dinamizador da integração sociocultural do visitante dos destinos do interior/rurais; e
- 4) Avaliar os benefícios da prática do turismo nos espaços rurais.

1.5. Justificativa

O tema em análise constitui área de interesse do proponente, visto que a motivação para realizar a pesquisa relaciona-se ao facto de ser estudante do curso de licenciatura em Animação Turística, onde ao longo do processo de ensino e aprendizagem foram leccionadas temáticas que abordavam sobre a animação turística usada na dinamização dos destinos, e por ter assistido como convidado algumas sessões da disciplina de Turismo Rural leccionada na ESHTI durante a vigência do estágio curricular onde pude perceber que o meio rural apresenta características de um destino turístico capaz de oferecer um variado leque de produtos turísticos, e pelo facto de existir uma necessidade especial e atenção no que concerne a criação de actividades de animação turística, de modo a potenciar a oferta desses destinos.

De forma geral, estiveram detrás da motivação o facto de se constatar que o turismo rural verifica um constante crescimento no tocante ao número de turistas que visitam destinos rurais, com intuito de fuga a rotina imposta pelas grandes Metrópoles, e da necessidade de se desenhar uma série de actividades de animação turística, que estão directamente ligadas ao contacto com a natureza e a comunidade local, de modo que sejam exploradas na área visitada.

Outrossim, é o facto deste segmento poder melhorar a qualidade de vida dos que praticam também por ser um assunto pouco abordado nos trabalhos académicos produzidos na Escola Superior de Hotelaria e Turismo Inhambane.

O presente estudo poderá ser importante aos diferentes *trade* turísticos, especificamente ao Instituto Nacional do Turismo, do Ministério da Cultura e Turismo, concretamente na elaboração de estratégias de promoção dos destinos rurais com vista atracção de um número elevado de turistas domésticos e estrangeiros, visando um exponencial crescimento nos próximos tempos, podendo servir também para os produtores familiares melhorarem e dinamizar as sua renda familiar e garantirem uma boa imagem/reputação perante os turistas.

1.6. Metodologia

A metodologia do presente trabalho tem como foco, apresentar os meios/caminhos que tornaram possível esta pesquisa em função dos objectivos que se pretendem alcançar

Desta forma, a metodologia que foi utilizada nesta pesquisa comporta (4) quatro fases sendo a primeira planeamento da pesquisa, a segunda execução da pesquisa, a terceira análise dos dados, por fim apresentação do trabalho. Tendo as seguintes classificações:

i) Quanto ao método de abordagem do problema, é uma pesquisa é quantitativa e qualitativa, fundamentada na busca, através do inventário das actividades de animação turística que dinamizam o turismo rural no distrito de Namaacha (levantamento quantitativo) e na avaliação dos mesmos (levantamento qualitativo) a partir das respostas fornecidas pelas associações de agricultores e operadores turísticos.

ii) Quanto ao tipo: para alcançar os objetivos propostos, este trabalho classifica-se primeiro como uma pesquisa exploratória², pois buscou desencadear maior familiaridade com o tema proposto, desenvolvendo idéias e conceitos expostos juntamente com o levantamento do maior número de informações possíveis acerca do assunto em discussão.

iii) Quanto a natureza: é uma pesquisa descritiva pois esta relacionada à descrição de factos, realizado no momento da coleta de dados buscando identificar, analisar e descrever os fatores condicionantes da entrevista, tendo como alicerce o conhecimento científico.

A referida pesquisa orientou-se pelos seguintes procedimentos metodologicos:

1ª Fase: Planeamento da pesquisa

Esta fase, tambem conhecida como fase exploratoria, foi caracterizada pela formulação do problema e hipóteses da pesquisa, definição dos objectivos e concepção dos instrumentos de recolha de dados, para esta monografia utilizou-se os seguintes procedimentos:

- ✓ Pesquisa bibliografica

² Pesquisa é exploratório na medida que procura desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (Gil, 2008).

esta técnica foi usada até a redacção da monografia visto que alguns aspectos no projecto sofreram alterações durante a realização da pesquisa e consistiu na recolha de informações em livros, artigos científicos, revistas, documentos eletrônicos em busca e alocação de conhecimento sobre o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural, correlacionando tal conhecimento com abordagens já trabalhadas por outros autores. Para obter um suporte teórico, para construção de instrumento e técnicas de colecta de dados sendo as principais obras que suportam a monografia, são obras de ARAÚJO e ALMEIDA, TORRES, RUSCHIMENT.

✓ Pesquisa electrónica

GERHARDT E SILVEIRA (2009) referem que pesquisa electrónica é constituída por informações extraídas de endereços electrónicos disponibilizados em homepages *site*, a partir de livros, folhetos, manuais, guias, artigos de revistas, artigos de jornais, etc.". Este procedimento técnico teve como destaque os seguintes *sites*: <http://sandrinaveiga.blogspot.com/2011/01/modelo12-animacao-em-destinos>; http://www.nawey.net/wpcontent/uploads/downloads/2012/06/DIAGNOSTICO_Mozambique.pdf

✓ Pesquisa documental

DENCKER (2002, p.125) refere-se a pesquisa documental “a consulta de materiais documentais que já e ainda não receberam tratamento analítico, os considero fontes documentais de segunda e primeira mão respectivamente” Consistiu na utilização de material que não tenha recebido um tratamento analítico, e que pode ser reelaborados de acordo com os objectos de pesquisa. Nesta pesquisa baseou-se na consulta dos documentos que regula a Animação Turística que é o decreto 40/2007, 24 de Agosto – que regula as Actividades de Animação Turística em Moçambique. Publicada no BR nº 3, 1ª Série, suplemento, de 24 de Agosto de 2007, MITUR BRASIL.

✓ Estudo de caso

SANTOS (1999, p. 28), estudo de caso é “selecionar um objecto de pesquisa restrito, com o objectivo de aprofundar-lhe os aspectos característicos é o estudo de caso, cujo objecto pode ser qualquer facto/fenômeno individual, ou um de seus aspectos. Com o estudo de caso, por sua vez, procura-se-a reunir um grande número de informações detalhadas com a finalidade de trazer maior conhecimento sobre o assunto. O objectivo principal deste estudo de caso é

perceber e estudar *o contributo das actividades de animação turística na dinamização do Turismo rural* tendo como base o município de inhambane, situado na provincia de inhambane.

2ª Fase: Execução da pesquisa

Depois do planeamento da pesquisa, segue-se a fase do preparo final e a realização do trabalho de campo orientando-se pelas seguintes técnicas: *Entrevista, Observação não-participativa e Questionário*.

✓ *Entrevista*³

Foram feitas entrevistas aos representantes do departamento de turismo no distrito de Namaacha, ao funcionário da vereação de actividades económicas do município da Namaacha para obter dados sobre o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural em Namaacha, totalizado 3 entrevistas. Guião de entrevista (vide apêndice B).

✓ *Observação*⁴

Esta técnica consistiu numa observação não participante na área do estudo (distrito de Namaacha) com o propósito de observar diferentes actividades de animação aplicadas ao meio rural.

✓ *Questionário*⁵

Para a materialização desta técnica teve-se como instrumento de recolha de dados, *questionário misto* direccionado aos representantes das unidades de alojamento, propriedades familiares, associações agrícolas visando avaliar o grau de conhecimento do contributo das actividades da animação turística em áreas rurais(vide apêndice A)

✓ *Delimitação da amostra*

Para GIL (2008), amostragem não probabilística consiste em seleccionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. Neste sentido obedeceu-se a normas não indicados estatisticamente pelo

³ Ferrão (2003, p.104) define entrevista como: [...] o encontro de duas pessoas com o objetivo de obter informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversa natural ou programada de forma profissional. A conversa é efetuada frente a frente com o entrevistado e entrevistador, de forma sistemática e metódica, possibilitando assim, obter informações necessárias do entrevistado para realização do trabalho.

⁴ Consiste em estar em contacto com a comunidade, ou facto que se estuda, mantendo-se porem, alheio aos mesmos (SCHULTER,2003,p.104).

⁵ Segundo MARCONI e LAKATOS (2005) questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.

simples facto de não se conhecer a amostra optando-se por uma amostra não probabilística intencional, uma vez que, foi composto por elementos seleccionado intencionalmente. Os questionários foram aplicados aos elementos da amostra que de certa forma possuem as características típicas da população em estudo. Nesta pesquisa a amostra foi composta por empreendimentos turísticos, propriedade familiares, associações agrícolas e governo,

3ª Fase: Análise de dados

Esta fase consistiu na análise de todo material quantitativo e qualitativo tanto de fonte escrita como orais, efectuados a respectivas comparações e cruzamentos de dados usados os seguintes métodos:

Método estatístico – Este método foi usado para o processamento de dados dos inquéritos através do cálculo das médias aritméticas simples e de valores modais agrupados seguido o cálculo dos respectivos valores percentuais pelo registro e contagem das respostas, utilizado para tal o pacote informático *Microsoft*

Método descritivo⁶ –. Este método consistiu na descrição e caracterização dos fenómenos observados na área de estudo e das informações colectadas das associações agrícolas, proprietários de empreendimentos e entidades governamentais

4ª Fase: Apresentação do trabalho

A apresentação do trabalho será feita após a composição dos dados recolhidos no campo durante a pesquisa em forma de monografia com objectivo de estudar *o contributo das actividades da animação turística na dinamização do turismo rural caso do distrito da Namaacha*, seguido da apresentação oral feita através do *Microft Power Point*.

⁶ Segundo MARTINS (2000,p.28) tem como objectivo a descrição das características de determinada população ou fenómeno, bem como estabelecimento de relações entre variáveis e factos

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1. Contextualização teórica

2.1.1. Turismo

A deslocação de pessoas de um lugar para o outro vem desde a antiguidade, quando o homem era nómada e precisava sair de um lugar para o outro a procura de comida e mais tarde para as trocas comerciais, mas nessa época essa deslocação ainda não era considerada turismo.

Segundo IGNARRA (2003,p.4), para alguns autores o turismo inicia-se no século XVII, quando os primeiros sinais de crescimento industrial começaram a afectar a forma de vida estabelecida há séculos, marcados pelo aumento da riqueza, ampliação da classe de comerciantes e a secularização da educação que estimularam o interesse por outras culturas e pelo conceito de que viajar era uma forma de educação.

A revira volta naquilo que simplesmente era chamado de viagem dá-se em 1841 quando Tomas Cook organizou uma viagem de comboio para 570 passageiros entre as cidades de Leicester e Loughboroug, na Inglaterra, tendo-se registado um sucesso grande que a partir desse tempo a sua empresa passou a organizar excursões para a parte continental da Europa e posteriormente para os Estados Unidos. Daí só houve crescimento no número de viagens para os diferentes países, surgindo desta forma o turismo que é um conceito controverso pois cada autor o define segundo a sua percepção.

À luz da organização mundial do turismo OMT (2012) citado por GUEDES (2016) o turismo é visto como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales [...] estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”

O turismo deverá então ser entendido como um fenómeno que pressupõe a deslocação de pessoas para fora da sua área geográfica habitual. É encarado como fenómeno social, cultural e económico. Daqui depreendemos que não se trata de um acontecimento ou acção isolada, mas sim, como sendo algo que influencia todos aqueles domínios, com a complexidade que isso possa implicar, podendo, desta forma, ser entendido conforme aponta IGNARRA (2003),

Turismo é o conjunto de viagens que tem como objectivo o prazer ou por motivos comerciais ou profissionais ou outros análogos, durante os quais é temporária sua ausência da residência habitual. As viagens realizadas para locomover-se ao local de trabalho não constituem em turismo. (IGNARRA,2003,p.12)

Ainda na análise do mesmo conceito ABRANJA *et.al*, (2012) turismo é visto como um conjunto de todas as viagens de lazer e negócios, orientado para satisfação dos turistas e deve ser reflectido tanto do lado da oferta como da procura. O turismo leva a recuperação, valorização e protecção dos recursos, na estabilidade económica das regiões. Envolve as comunidades no processo turístico que leva a entender que o turismo é diferente aos níveis nacionais, regionais e locais, devendo por isso, ser aplicada acções de forma conveniente.

No mesmo diapasão os economistas MATHIESON e WALL (1982) fazem menção aos três pilares que caracterizam o turismo:

- ✓ O movimento temporário de pessoas para locais de destinos externos a seus lugares de trabalho e moradia;
- ✓ As actividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destinos, incluindo os negócios realizados;
- ✓ As facilidades, os equipamentos e os serviços criados, decorrentes das necessidades dos viajantes.

Neste contexto, pode-se assumir, que o turismo como fenómeno social e cultural que pressupõe a deslocação e permanência de pessoas fora da sua residência habitual, por um dia e inferior a 365dias. Esta deslocação pressupõe o desenvolvimento de várias actividades, e pode ser movida por várias razões.

A discussão em torno do conceito do turismo visava, perceber a génese da animação turística, pois esta aparece como uma actividade do sector do turismo, cuja premissa é dar vida e diversificar a oferta de um destino. No entanto, para uma melhor compreensão sobre o contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural, torna-se importante discutir as abordagens conceptuais em torno de: animação, animação turística.

2.1.2. Animação turística

Para definir animação turística deve primeiro falar-se da animação, começando com DENSLOW (1997, p: 9) este diz que a animação“ [...] provém do latim *Animus*/anima, que significa ar, respirar, vida, alma e mente. Para REJOWSKI e COSTA (2003) animação pode ser compreendida, etimologicamente, como um processo capaz de entusiasmar, empolgar e dinamizar.

De acordo com SIMPSON (1976) *apud* ALMEIDA e ARAÚJO (2012, P.31), a animação, hoje, é um factor determinante de melhoria de vida e para o autor:

É esse estímulo proporcionado a vida mental e emocional dos habitantes de um determinado sector, para incentivá-los a realizar varias actividades que contribuem para a sua expansão, permitindo-lhes expressar-se melhor e dar-lhes um sentido de pertença a uma comunidade cuja evolução se faz participando.

Apresentadas as definições de animação no geral torna-se relevante discutir o conceito de animação turística. Que na abordagem do TORRES, (2004,p.16) demonstra a essência da animação no turismo quando define a animação turística como:

[...] Conjunto de programas elaborados com a finalidade de humanizar uma viagem, fazendo com que o turista se integre nela e participe activamente é um tempo dedicado ao divertimento e a descontração, forma salutar de lazer, que quando praticada em conjunto com outras pessoas, proporciona harmonia, facilitando o entrosamento entre eles.

Por sua vez CHAVES e MESALLES⁷ citado em ALMEIDA e ARAÚJO (2012; p: 48) apresentam uma definição mais ampla dizendo:

A animação turística é, entre outros aspectos, o conjunto de actividades culturais, lúdicas, de formação, desportivas, de difusão, de convívio e de recreio que são oferecidas aos turistas por entidades públicas ou privadas, pagas, ou não, com o carácter de restabelecer o equilíbrio físico e psíquico, aniquilando a monotonia, o excesso de tensão e o *stress*.

Assim, pode-se conceituar animação turística como sendo uma plataforma que dedica-se a cultura, desporto, recreio entre outras modalidades podendo ser concretizada por entidades públicas ou privadas mediante ou não pagamento visando a satisfação do turista, seja em termos físicos ou psíquicos.

⁷CHAVES, Antonio; MESALLES, Luis; 2001 “El Animador”, Barcelona, Laertes Enseñanza.

PUERTAS (2001,p.20) complementa afirmando que:

Animação turística é um conjunto de acções realizadas por um ou vários indivíduos sobre um grupo de pessoas com dois objectivos: primeiro, desenvolver a comunicação, fomentar a vida social e a cultura no seio de um estabelecimento turístico, criando um ambiente idóneo e duradouro; segundo, dinamizar e promover a economia de uma empresa”

Esta ideia é extremamente útil para perceber que Animação turística é atribuída funções cuja missão final é a satisfação de um público-alvo em termos sociais e culturais zelando pela criação de relações estáveis entre os turistas, ao mesmo tempo cuidando da economia do empreendimento acolhedor das actividades.

Este conceito merece também atenção por parte dos dispositivos legais nacionais visto que o Decreto n° 40/2007 de 24 de Agosto que aprova o Regulamento de Animação Turística em Moçambique refere-se a animação turística como o “Conjunto de actividades de carácter cultural, desportivo, recreativo, entre outras que se desenvolve numa região, área ou estabelecimento turístico, destinadas a traír turistas e preencher os tempos livres dos que ali se encontrem”.

Portanto, os conceitos propostos pelos autores PUERTAS (2004) e CHAVES e MESALLES (2001) têm elementos convergentes e por essa via serão adoptados para o trabalho, por serem mais explícito e abrangente e também pelo facto de PUERTAS (2004) considerar a animação turística como um conjunto de acções realizadas por um ou vários indivíduos sobre um grupo de pessoas com o objectivos de desenvolver a comunicação, fomentar a vida social e a cultura no seio de uma firma ou região com intuito de dinamizar e promover a economia, visto que o turismo compreende uma actividade sócio económica que gera bens e serviços, que produzem riquezas e que não tem fronteiras geográficas. CHAVES e MESALLES (2001) entendem que a animação turística é constituída por um conjunto de actividades culturais, lúdicas, de recreio e outras, que são oferecidas aos turistas e que, ao aniquilarem a sua monotonia, excesso de tensão e *stress*, restabelecem o seu equilíbrio físico e psíquico.

2.2. Características da Animação Turística

A animação turística possui vários poderes característicos, tendo como objectivo, proporcionar satisfação aos visitantes, contribuindo deste modo para que as suas necessidades

sejam realizadas, permitindo divulgação e promoção, gerando assim um crescendo da procura face ao destino.

Segundo CHAVES e MESAILLES (2001) e ALMEIDA (2003) *Apud* ALMEIDA E ARAÚJO (2012, p.49), as principais características da animação turística, são a:

Quadro1- características de animação turística

Atracção - A animação deve procurar forma a chamar a atenção e despertar a curiosidade causado impacto;	Adequação - Deve estar direccionada com objectivos definidos e estratégias adequadas. O apoio técnico deve estar sempre acima das expectativas;
Oportunidade - Deve acontecer em momentos oportunos, estudados e programados (tempo, lugar, número,), por forma a gerarem uma satisfação ideal;	Diversificação - Deve atingir uma multiplicidade de estímulos, evitando a monotonia ou a repetição, deve ser eficaz e dinâmica;
Divertida -Deve proporcionar alegria, paz, prazer, deleite;	Controlada - Deve cingir-se ao espaço ou meio conhecido e controlado por quem a promove;
Segura - Deve proporcionar satisfação e nunca preocupação	Rentável - Deve pelo menos, procurar não ser um custo.

Fonte CHAVES e MESAILLES (2001) e ALMEIDA (2003) *Apud* ALMEIDA E ARAÚJO (2012, p.49)

Na visão do PUERTAS (2004) refere-se que a animação caracteriza-se pelos seguintes aspectos: acção, que designaria o que o agente realiza; a actividade, entendido como aquilo que o agente promove e que se desenvolve conjuntamente com os destinatários; o método ou técnica o dizer, a maneira de fazer o instrumento de intervenção; processo que faz referencia a sucessão evolutiva ou progressiva dos acontecimentos; programa e projecto, entendidos como o desenho das actividades e acções; a função social, não concebida como o papel dos agentes, e sim como algo implícito a própria comunidade; e o factor operativo, ou que gera, produz ou motiva alguns resultados.

Das características apresentadas pelos autores e possível constatar que CHAVES e MESALLES (2001) e ALMEIDA (2003) caracterizam animação como actividade, doutro lado para PUERTAS (2004) animação caracteriza-se por processos, não obstante de existirem algumas diferenças nas abordagens é passível de notar que a animação turística desencadeia estímulos e motiva os diferentes *stackholds* acção.

2.2.1. Motivações ligadas a animação turística

Segundo ALMEIDA e ARAUJO (2012) no âmbito turístico as motivações podem definir-se como um conjunto de necessidades ou forças psicológicas que predispoem uma pessoa a participar numa actividade turística, pois o processo de motivação no turismo inicia no seio

familiar e profissional dos indivíduos e pode se desencadear pela pressão social e institucional.

RODRIGUES (1997) *apud* ALMEIDA e ARAUJO (2012, p.52) afirma que as motivações dos participantes na animação turística podem ser:

Quadro 2- Motivações de animação turística

Motivações	Exemplos
Físicas	Bem-estar; repouso; saúde; prazer; e desporto.
Culturais	Conhecimento de outras culturas; contacto com modos de vida local; música, arte, folclore, dança, artesanato
Interpessoais	Necessidades de conhecer outras pessoas; Procura de novas e diferentes experiências; Escapar a rotina de amigos e vizinho; Fuga ao ambiente doméstico.
Intrapessoais	Descoberta, crescimento interior e realização do eu através de actividades lúdicas, Razões de ordem espiritual
Prestígio	Desejo de reconhecimento e atenção por parte de outrem; Desejo de engrandecer; Desejo de continuidade educacional; Desenvolvimento pessoal; participação como modo de sustentar o <i>status</i> .

Fonte: ALMEIDA E ARAUJO (2012, p.52)

Segundo a OMT (1985) *apud* ESTEVES (2015), as motivações apresentadas quanto à procura de animação turística evidenciam as funções sociais e culturais da animação turística. As necessidades prementes do ser humano na libertação do dia-a-dia, na procura do saber e participar em actividades de aprendizagem, na manutenção das relações interpessoais, no espírito de competição pela prática de actividades, são entre outros, motivos que desencadeiam a procura de animação turística.

Apresentadas as principais motivações que desencadeiam a actividade turística e por si a procura de animação turística, cabe uma reflexão sobre a relação que se estabelece entre a animação turística e as atracções turísticas de um destino, pois esta procura é susceptível de impactos nas comunidades que positivo ou negativo.

2.2.2. Impacto da animação nas comunidades

Na perspectiva de ALMEIDA e ARAUJO (2012,p.53), afirmam que no desenrolar das actividades de animação existe um conjunto de impactos, positivos e negativos, que deve ser tido em conta aquando da programação. Animação deve ser uma mais-valia para a comunidade e para os participantes, minimizados os impactos negativos e potenciando todos os positivos associados as actividades e as experiencias vividas. Conforme é possível visualizar-se no quadro 2 que se segue.

Quadro 3 - Impacto de animação turística

Impactos	Positivos	Negativos
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento das receitas; ✓ Criação de emprego; ✓ Melhoria do nível de vida; ✓ Diversificação da mão-de-obra. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento dos preços; ✓ Especulação imobiliária; ✓ Estimativas de custos inadequadas; ✓ Investimentos alternativos mais rentáveis.
Sócio-Culturais	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maior evidência dos valores regionais e suas tradições; ✓ Aumento contínuo nos interesses locais e participação nas actividades associadas ao evento; 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comercialização de actividades pessoais ou privadas; ✓ Modificação da natureza evento ou actividade somente para satisfazer o turismo; ✓ Potencial aumento do índice de criminalidade; ✓ Modificação da estrutura da comunidade.
Psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desenvolvimento dos orgulhos nacional e local e espírito de comunidade; ✓ Desenvolvimento da percepção e atenção dos outsiders. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tendência para a adopção de atitudes defensivas em relação às regiões que albergam o evento. ✓ Choques de culturas. ✓ Mal entendidos que elevam o grau de hostilidade entre visitantes e visitados.
Políticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Projecção internacional de reconhecimento da região como <i>resort</i> ou lugar para investir; ✓ Propaganda de valores políticos através do governo e/ou pessoas da comunidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exploração da população residente para satisfazer ambições das elites políticas; ✓ Distorção da natureza do evento a fim de reflectir valores políticos correntes; ✓ Aumento dos custos administrativos; ✓ Uso do evento para legitimar decisões impopulares. Legitimar uma ideologia de realidade sociocultural.
Comércio e turismo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento do conhecimento da região como destino de viagens de turismo; ✓ Aumento do interesse em investimento e em actividades comerciais na região; ✓ Criação de novos alojamentos e atracções para o turismo; ✓ Acessos mais fáceis junto das entidades oficiais, particulares e políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reputação afectada como resultado de uma ineficaz organização; ✓ Preços inflacionados, facilidades aquém da expectativa criada; ✓ Reacções negativas pela chegada de novos concorrentes; ✓ Capacidade de carga afectada.
Físicos e ambientais	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Construção de novas estruturas; ✓ Desenvolvimento de infra-estruturas locais; ✓ Reorganização dos espaços. Recuperação e preservação dos recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Danos ecológicos; ✓ Mudança nos ciclos da natureza; ✓ Poluição arquitectónica; ✓ Saturação populacional, residente e sazonal.

Fonte: Adaptado ALMEIDA e ARAUJO (2012, p.54)

2.3. Classificação da Animação Turística

Nesta secção são apresentadas as diferentes classificações da animação turística no que concerne a finalidades, e as suas necessidades no prisma de diversos autores.

2.3.1. Classificação de animação turística de acordo com as suas finalidades

A animação pressupõe um conjunto de finalidades, que possibilitem o desenvolvimento dos vários intervenientes envolvidos, pois ela é recíproca. “A animação turística tem como propósitos: acentuar o interesse do visitante pelo local visitado; ocupar o tempo livre e aumentar o tempo de permanência e consumo” (TORRES, 2004).

Para os autores QUINTAS E CASTAÑO⁸ (1998,p. 45) citado em ALMEIDA (2003,p.65), as finalidades da animação passam pela: (i) **Finalidade Educativa** – responsável pelos programas de animação, que procura sempre determina conjunto de vantagens e saberes; (ii) **Finalidade Cultural** – que de a conhecer, o despertar para certas realidades desconhecidas, informar e contar as histórias dos locais de destino; (iii) **Finalidade Social** – que se ajustar a todas as classes sociais, libertando as pessoas das suas obrigações, permitindo um recuperar de forças extra motivacionais que facilitem futuras responsabilidades. Também tem a finalidade de dar a conhecer culturas e tradições de comunidades de pequenas dimensões e até em fase de extinção, ajudando assim na sua preservação e até recuperação; e (iv) **Finalidade Económica** - Desenvolve o mercado de trabalho, gera receitas, normalmente sem grandes investimentos e utilizando muitas vezes os recursos naturais.

Para entender a complexidade das finalidades de animação, é necessário conhecer quais são as necessidades dos turistas aquando da realização das actividades nos destinos turísticos.

⁸QUINTAS, SINDO; CASTAÑO, M^a Ángeles; 1998 “Animación Sociocultural, nuevos enfoques”, Salamanca, Amarú Ediciones.

2.3.2. Classificação da animação turística segundo as suas necessidades.

CONTINO⁹ (s. d.) apud ALMEIDA (2003,p.68) entende animação turística de acordo com as seguintes necessidades:

Quadro 4 - Necessidades da animação turística

<p>Necessidade de enriquecer os próprios conhecimentos - compreendida como momento de elevação cultural e espiritual;</p>	<p>Necessidade de evasão - da rotina de todos os dias, do ambiente que nos circunda, do ambiente de trabalho e, certas vezes, também do ambiente familiar;</p>
<p>Necessidade de descobrir - que algumas pessoas identificam com o espírito de aventura, necessidade de conhecer coisas novas, ambientes novos, situações novas;</p>	<p>Necessidade de distensão e de repouso - cada vez mais urgente devido ao stress diário da vida e da sociedade de hoje, que necessita de periódicos momentos de regeneração das energias;</p>
<p>Necessidade de auto-realização - que constringe o homem moderno cada vez mais a superar-se a si próprio e a tentar superar os outros;</p>	<p>Necessidade de socialização - o turismo é sempre ocasião de novos encontros, de diálogo, de relações sociais e de relações humanas, de abatimento de certos diafragmas que podem ser eliminados apenas através do recíproco conhecimento;</p>
<p>Necessidade de comunicabilidade - numa sociedade que é caracterizada pela incomunicabilidade e onde, muitas vezes, a comunicação está ligada apenas aos momentos de actividade</p>	<p>Necessidade das curiosidades - através do conhecimento da cultura, dos usos e costumes, das tradições, de todos aqueles elementos que identificam a civilização.</p>

Fonte: ALMEIDA (2003,p.68)

2.4. Tipologia de Actividades de Animação Turística

É frequente encontrar referências a diferentes tipologias de animação turística, no entanto, estas classificações incluem denominações como: Animação cultural; Animação nocturna; Animação de terceira idade; Animação infantil e; Animação de cruzeiros.

As actividades de animação turística são factores indispensáveis para o aumento do tempo de permanência do turista no destino. RODRIGUES (1997) e ALMEIDA (2003) citado por

⁹CONTINO, Ângelo; sd “Turismo – DGT”, Artigo Publicado nos N° 33, 34, 35.

ALMEIDA E ARAÚJO (2012) classificam actividades de animação turística conforme a tabela ilustrada à seguir.

Quadro 5: Actividades de Animação Turística

Actividades de Recreação e Entretenimento - Jogos; festas de boas vindas; festas e eventos nocturnos; concursos literários ou teatrais; bailes e concursos de dança; jantares tradicionais ou de gala.
Actividades Desportivas - Concursos de pesca; minigolfe; actividades aquáticas; torneios de xadrez; bilhar; golfe; ténis; bridge; desportos náuticos; equitação; passeios.
Actividades Culturais - de contemplação: exposições; espectáculos; mostras; conferências; cinema; concertos musicais; De realização: confeccionar refeições tradicionais; colher frutos secos; participar em concursos gastronómicos; aprender a arte de confeccionar produtos regionais.
Actividades de Património - Visitar museus, igrejas, mosteiros, parques e monumentos, aldeias históricas; realizar circuitos ou roteiros turísticos.
Actividades de Agricultura - Colheita de frutos; vindima; ordenha e produção de queijo; alimentação dos animais; pastoreio; passeios de burro ou tractor.

Fonte: adaptado ALMEIDA e ARAÚJO (2012, P.55-57)

2.5. Animador Turístico

O animador é aquela pessoa que faz com que o destino seja recordado pelo cliente de uma forma especial e diferente, pois este programa actividades de forma a incluir o cliente no contexto do destino e na sua cultura, divertindo-o e animando o seu tempo de estada/visita

Para NEVES (1997: 15), “Os animadores não se fazem. Os animadores nascem já animadores, apesar de algumas aptidões necessárias se poderem desenvolver e cultivar, mediante aprendizagem e exercício”.

Segundo TORRES (2004, P.4) Qualquer pessoa pode ser um animador turístico desde que adquira conhecimentos no domínio das técnicas de animação turística a nível académico ou profissional.

CHAVES e MESALLES citados por ALMEIDA e ARAÚJO (2012, P.67) definem o “animador como tendo algo de ilusionista, algo de formador e pedagogo, algo de vendedor,

algo de malabarista, algo de médico, algo de psicólogo, algo de apaziguador, algo de líder algo de transformador de estados de espírito, algo de amigo e muito mensageiro de felicidade.”

Os sentidos e sentimentos de uma viagem são mais amplos do que aqueles que emergem em uma actividade, portanto, nem um dos agentes do *trade*, que trabalhe directa ou indirectamente com o turista poderá ser responsável por sua total satisfação durante a experiência em curso, por isso o animador é um monitor na prática das actividades turísticas e turista o protagonista nas áreas visitadas.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL

O turismo no espaço rural pode ser considerado uma autêntica forma de pluriactividade no meio rural, deve ser compreendido como oportunidade de obter renda extra, sem deixar as actividades agrícolas e ou a pecuária em segundo plano. Ao mesmo tempo, a pluriactividade também pode significar a revitalização e valorização das características socioculturais do local, quando vislumbrada a identidade do território como potencial turístico, tornando-se efectivamente esta identidade como uma das formas de *marketing* do local (CERETTA et al, S/d, p.99). Ainda na mesma análise CAMPANHOLA & GRAZIANO DA SILVA (1999, p.1) define turismo em espaço rural:

[...] constitui-se numa forma de valorização do território, pois ao mesmo tempo em que depende da gestão do espaço rural para o seu sucesso, contribui para a protecção do meio ambiente e para a conservação do património natural, histórico e cultural do meio rural. Constitui-se, portanto, em um instrumento de estímulo à gestão e ao uso sustentável do espaço local, que deve beneficiar prioritariamente a população local directa e indirectamente envolvida com as actividades turísticas

Fazendo uma reflexão sobre o TER, GODINHO *apud* ARAÚJO (2011,p. 6) afirma que “Procurando inverter o declínio das zonas rurais, na perspectiva de se encontrar novas formas de rentabilização e recuperação dos territórios, surge o turismo em espaço rural que tem como finalidade, (de travar o despovoamento, preservar a paisagem rural, salvar um certo tipo de agricultura familiar, manter um equilíbrio ambiental saudável e proporcionar a solvência económica de milhares de famílias) ”.

3.1. Turismo Rural

De acordo com Ministério do Turismo (2010) aponta que o “turismo rural é composto por um conjunto de actividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agro-pecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o património cultural e natural da comunidade”

Nesse sentido, de acordo com RUSCHMANN:

Na sua forma mais original e ‘pura’, o turismo rural deve estar constituído em estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contacto com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e as chamadas sociedades praticamente ‘tradicionais’. (RUSCHMANN, 2000,p. 63)

TALAVERA (2002,p.21) também traz o turismo rural como uma combinação de “natureza, contacto humano e cultura, com pretensões de benefício mútuo turista-residente e baixo nível de impactos”. Nas palavras do autor, o aprimoramento do conceito, quando esse passa a englobar perspectivas mais amplas, considerando o turismo rural:

[...] como o uso ou aproveitamento turístico do entorno rural, atendendo-se as premissas do desenvolvimento sustentável, gerar efeitos eminentemente positivos (conservação do património, protecção do meio, etc.), promover-se em áreas não invadidas, incluir a população local como atores culturais, ser minoritário e promover, através de encontros espontâneos e a participação, o contacto cultural. (TALAVERA citado por TALAVERA, 2002, p.22).

Os conceitos acima apontam o turismo rural como uma actividade turística que envolve a agregação de valor a produtos e serviços em que se contempla a importância da cultura e da natureza. Sendo assim esta actividade desde que seja bem planeada, é um instrumento valioso para combater o êxodo rural, pois revitaliza o ambiente, valorizando o trabalho do homem do campo através da agregação de valor aos produtos agrícolas e da valorização da cultura local.

Assim sendo, quando tratamos por turismo em espaço rural ao invés de turismo rural, o conceito parece ganhar maior amplitude e abranger um número imenso de actividades que podem ser desenvolvidas em meio rural. Considerando assim, parece mais apropriado para este trabalho o conceito de “turismo rural”.

3.1.1. Perfil do turista rural

Para o MITUR¹⁰ (2008,) O consumidor de Turismo Rural busca a possibilidade de reaproximação com a natureza em relação às “coisas da terra”, mesmo que por um curto espaço de tempo. Este interessa-se em vivenciar e experimentar os valores da natureza, dos modos de vida local caracterizados por elementos singulares da cultura, pela gastronomia típica, pela tradições e pelo modo como se dá a relação homem e a natureza, ou seja, do ponto de vista operacional, esses hóspedes não compram simplesmente uma hospedagem, mas uma experiência diferente e autêntica.

De modo geral, os turistas desse segmento apresentam as seguintes características:

- ✓ São moradores de grandes centros urbanos.
- ✓ Possuem entre 25 e 50 anos.
- ✓ São casais com filhos.
- ✓ Têm formação superior e a maioria pós-graduação.
- ✓ São de classe média e alta.
- ✓ Usam automóvel próprio ou vans.
- ✓ Deslocam-se, geralmente, em um raio de até 150 km do núcleo emissor.
- ✓ Fazem viagens de curta duração – fins-de-semana e feriados.
- ✓ São apreciadores da gastronomia típica regional.
- ✓ Possuem elevado nível de consciência a respeito das questões ambientais.
- ✓ Valorizam produtos autênticos e artesanais.

TAVALERA (2000)¹¹Citado por FILIPPIM (2004, p. 34)¹² complementa afirmando que: Há dois tipos de turista rural nomeadamente aquele interessado pela cultura local e aquele interessado pelo entorno físico e as actividades que possam ser desenvolvidas nesse espaço:

Turista rural interessado pelo intangível da cultura local busca pela estadia em casas rurais habitadas, convivência com moradores da casa e participação na vida quotidiana. Turista rural interessado pelo entorno físico e pelas actividades que ai são desenvolvidas procura por uma estadia em núcleos turísticos ou casas rurais, realiza visitas a entorno rurais em produção, participação em festas e eventos culturais, actividades na natureza, actividades lúdico-educacionais (idioma, património

¹⁰Ministério do turismo do brasil

¹¹ TALAVERA, A. S. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: SERRANO, C; BRUHNS, H. T; LUCHIRARI, M.T. D. P. Olhares contemporâneos sobre o turismo. 2. Ed. Campinas: Papirus, 2001. Cap. 7, p. 151-170.

¹²

etnográfico e arqueológico etc.), participação em tarefas produtivas e participação na gastronomia, música, artesanato etc.

Pois, o primeiro manifesta seus interesses em locais mais próximos da população, isto é, aloja-se nas residências da população nativa compartilhando as actividades do dia-a-dia, o segundo tem as aspirações concernentes a participação nas tarefas produtivas, participação em eventos culturais e aloja-se em núcleos turístico.

Esse público normalmente tem alto nível de renda e busca locais não muito distante do seu domicílio para passar as férias ou finais de semana e preferem viajar em pequenos grupos ou mesmo sozinhos.

3.2. O Papel da Animação Turística na Dinamização dos Territórios Rurais

A actividade turística tem tido um papel importante na revitalização das áreas rurais, contribuindo para a transformação de áreas deprimidas económica, demográfica e socialmente.

A animação é um elemento fundamental dos destinos turísticos, juntamente com outros serviços como o alojamento, a restauração e transportes, chegando cada vez mais a ser o elemento diferenciador do destino, para com a concorrência. Apesar de muitos destinos rurais ainda não disponibilizarem actividades turísticas, e de alguns proprietários de empreendimentos turísticos rurais não considerarem essencial a animação, na escolha do destino, preferindo categorias como o conforto e a proximidade da natureza, os meios rurais oferecem grandes possibilidades de desenvolvimento de actividades de animação. Um dos elementos-chave dos territórios rurais é a autenticidade, factor que o turista valoriza na realização das actividades. O leque de actividades é muito diversificado, desde animação desportiva, de natureza, de aventura ou de cultura (VIEIRA, 2005).

A animação representa um complemento da oferta turística que garante a diferenciação de um destino projectando-o para uma posição competitiva face a destinos alternativos, atendendo a que, como afirma RICHARDS “permite que se estabeleça uma relação dialéctica entre a produção e o consumo, garantindo um maior equilíbrio entre as expectativas e as percepções dos visitantes” (RICHARDS *apud* ESTEVES *et al* 2012: 88), sem que haja prejuízo da cultura visitada, pois como argumenta HOBBSAWM, “vivemos num mundo simultaneamente global e local onde as pessoas para contrariarem as forças de homogeneização cultural tendem, estrategicamente a resistir em relação a algumas mudanças

como forma de afirmação identitária e, mesmo, a (re)inventar determinados modos de viver, tradições, etc” (HOBSBAWM *apud* VIEIRA 2009: 107).

A animação turística em territórios rurais deve contribuir para um novo produto turístico, criar novos postos de trabalho, para o aumento da estada e dos gastos dos turistas e principalmente contribuir para a preservação do património, bem como do ambiente. Para além disto deve estimular a manutenção de actividades económicas tradicionais, e incentivar à preservação dos elementos que caracterizam a identidade local (Vieira, 2005).

Feita a revisão da literatura adequada ao tema em análise, o ponto seguinte faz menção direta aos resultados alcançados durante a realização do trabalho de campo conforme está mencionado na metodologia do trabalho.

4. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Presente capítulo, tem como objectivo apresentar a análise dos dados e dos resultados da pesquisa de campo com base em questionário e entrevista, com o intuito de *Estudar o contributo das actividades de Animação Turística na dinamização do turismo rural caso do Distrito da Namaacha*. Os instrumentos tiveram como objectivos gerar indicadores que permitissem responder a pergunta de partida estabelecida no início da pesquisa

4.1. Enquadramento Territorial do Distrito Da Namaacha

O Distrito da Namaacha situa-se na Província de Maputo aproximadamente entre os paralelos 25° 28' 19" e 25° 40' 26" de latitude Sul e entre os meridianos 31° 55' 53" e 32° 24' 08" de longitude Este.¹³

É limitado a Norte pelo Distrito da Moamba, a Sul pelo Distrito de Matutuíne, a Oeste pelo Reino da Suazilândia e pela República da África do Sul e a Este pelo Distrito de Boane. A sua superfície é de 2156 km².

O Distrito é constituído por dois (2) Postos Administrativos: Posto administrativo de Namaacha Sede com cinco (5) Localidades (Kala-Kala, Chimuchuanine, Impaputo, Mafuiane e Matsequenha) e o Posto Administrativo de Changalane com quatro (4) Localidades (Changalane Sede, Mahelane, Michangulene e Goba). População Segundo o Censo 2007, o distrito tem uma população de 41.954, mil habitantes.

4.1.1. Clima e hidrografia

De acordo com KOPPEN (S/d) O clima de Namaacha e tropical húmido, modificado pela altitude. A norte e leste o clima e seco de estepe

Predomina duas estações: a quente e de pluviosidade elevada, entre outubro e Abril; e a fresca e seca, entre Abril e Setembro.

O clima e ameno, com uma temperatura media anual de 21 °C e a precipitação media anual e de 751.1 mm, ocorrendo cerca de 60% desta precipitação entre Novembro e Março.

¹³ Ministério da Administração Estatal – Moçambique. Perfil do Distrito de Namaacha, Província de Maputo. Retirado da: http://www.portaldogoverno.gov.mz/Informacao/distritos/p_maputo/Namaacha.pdf

Os principais rios do Distrito são o Umbelúzi e o Maputo. Existem outros cursos de água tais como o Kalichane, Changalane, Mabenga, Movene e inúmeras nascentes que formam cascatas.

4.1.2. Vias de acesso¹⁴

O distrito de Namaacha é atravessado pela EN-2, que dá acesso a Swazilândia e permite também a ligação directa com as cidades de Maputo e Matola e vila de Boane e cerca de 166 km de vias classificadas como principais, secundárias e terciárias.

Transporte rodoviário de passageiro e assegurada pelos transportadores Semicollectivos e pela Empresa de Transporte da Matola. A linha férrea que liga Boane a Goba assegura também o transporte de carga e passageiros, com ligação a Swazilândia.

4.1.3. Turismo em Namaacha

A Vila da Namaacha possui boas condições naturais para o seu desenvolvimento, devido a sua aproximação com a Swazilândia e África do Sul, o que acaba fazendo deste ponto um corredor, possui 1 estabelecimento hoteleiro e um casino, nomeadamente o Hotel Casino Libombos (4 estrelas, 35 quartos e 65 camas).

Existem igualmente alguns hotéis *resorts* e algumas pousadas, espaços culturais, bares e botequins.

As cascatas pela sua beleza natural são um grande atractivo de turistas. O facto de esta ser caminho para a vizinha Swazilândia, faz deste local, um ponto onde viajantes param para descansar.¹⁵

4.2. Caracterização da Amostra

A pesquisa foi realizada por meio de um inquerito e uma entrevista com as associações agrícolas, unidades de acolhimentos e entidades governamentais, nos dias 26 de Fevereiro a 3 de Março de 2018. Os inqueritos e as entrevistas foram as ferramentas metodológicas que nortearam a pesquisa, sendo que sua elaboração visou discutir todas as questões referentes ao

¹⁴ Diagnóstico do Distrito de Namaacha (Moçambique. Retirado de: http://www.nawey.net/wpcontent/uploads/downloads/2012/06/DIAGNOSTICO_Mozambique.pdf

¹⁵ Idem

contributo das actividades de animação turística na dinamização do turismo rural no distrito da namaacha.

Para coleta de dados utilizou-se questionario de perguntas mistas, buscando obter informações mais abrangentes sobre o assunto objecto de pesquisa.

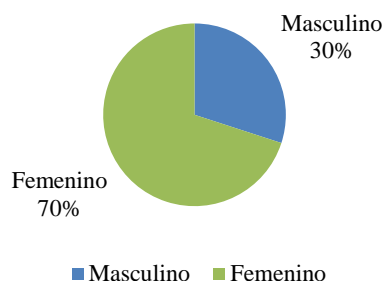


Figura 1. Caracterização da amostra quanto ao Género
Fonte: Produção própria

Em relação ao perfil dos inqueridos foi possível constatar que a maior parte deste no distrito da namaacha , ficou evidente o domínio do genero Femenino com 70% da representação total e 30% do genero Masculino.

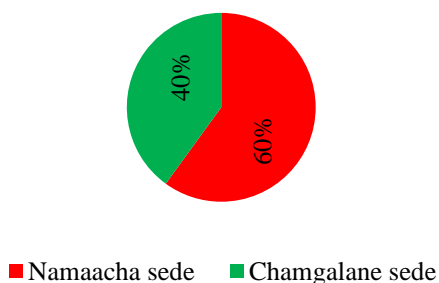


Figura 2. localização dos empreendimento e propriedades
Fonte: Produção própria

De acordo com a (figura 2), 60% que representa a maioria do entrevistado, tem os seus estabelecimentos e propriedades encontra-se emplataado no posto administrativo de namaacha sede, seguidos de um percentual de 40% que se encontram no posto administrativo de chamgalane sede. Com base nos dados obtidos grande parte dos empreendimento localizam-se nas localidade de Namaacha sede.

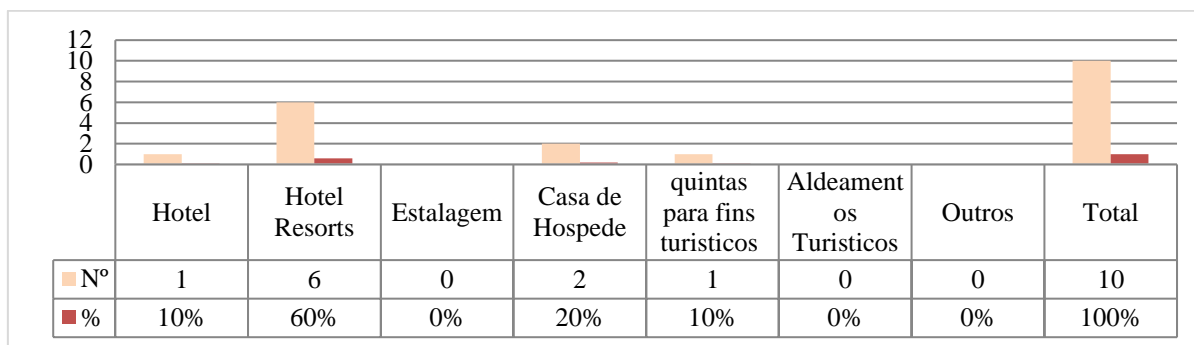


Figura 3. Tipologia das Unidades de alojamento
Fonte: Produção própria

Relativamente à tipologia de unidades de alojamento (figura 3), é de referir que 6 empreendimentos (60%) corresponde a hotel resorts, 2 empreendimentos (20%) são da categoria casa de hospedes, por hotel e quintas para fins turisticos com 10 % respectivamente. Conforme o gráfico aponta, a maior parte das unidades de acolhimentos são hotéis resorts.

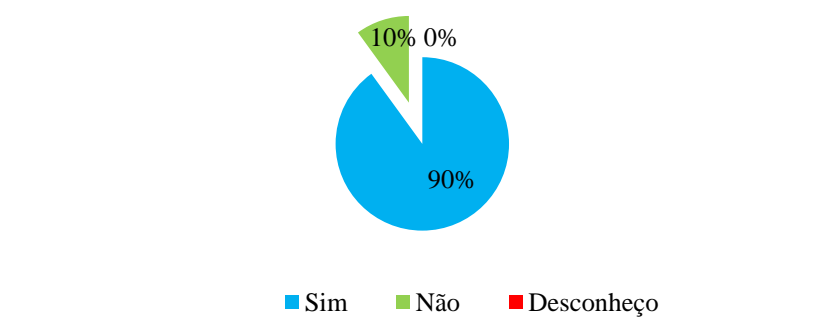


Figura 4. Os empreendimentos oferecem aos turistas actividades de animação
Fonte: Produção própria

No que diz respeito à segunda parte do inquerito (actividades de animação que são ofertadas aos turistas), a pesquisa aponta que 90 % dos inqueridos responderam afirmativos que ofertam actividades de animação aos turistas, 10 % dos inqueridos não oferecem nenhuma actividade ou evento de animação. De acordo com a figura 4, a esmagadora maioria dos empreendimentos promove actividades de animação o que dá a entender que animação é considerada como factor dinamizador das actividades turísticas no distrito.

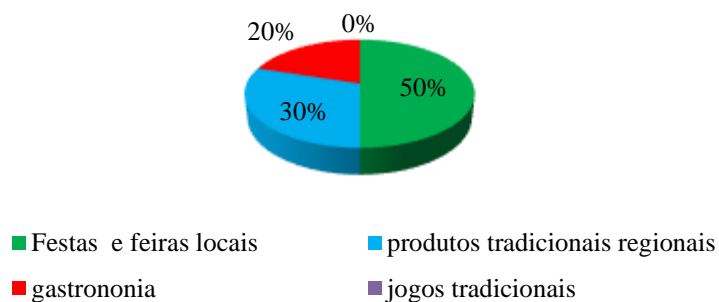


Figura 5. Atividades de animação turística

Fonte: Produção própria

No que concerne a área das actividades de animação turística, considerei pertinente saber a opinião dos proprietários dos hotéis e membros das associações relativamente a tipologia de programa de animação turística, ofertadas ao turistas, pois de acordo com a figura acima 90% dos inquiridos responderam que sim, 1 que não. (figura 4).

Uma vez que é objectivo saber dos trade turísticos que actividades de animação que oferecem foram questionados qual a tipologia de programas que tem ofertado aos turistas, percebe-se que as feiras e festas locais são os mais promovidos 50 %, sendo programas de produção de produtos tradicionais locais com uma cifra de 30 %, as actividade gastronómicos são aquelas que tem 20 %, o que comprova que as tipologias apresentadas vão ao encontro do conteúdo de preservam a identidade da região contudo para uma compreensão melhor das tipologias de programas apresentadas, salientasse que foram considerados como: feiras e festas locais como festas romeira e religiosas, produção de produtos tradicionais regionais que consiste no envolvimento do visitante na produção dos referidos produtos. Gastronómica promoção da gastronomia típica local, assim como os produtos endógenos são o tema de destaque. (figura 5)

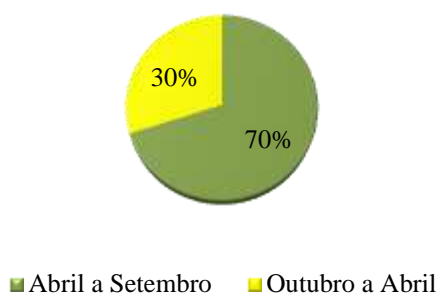


Figura 6. Programas de animação ao longo do ano

Fonte: Produção própria

De acordo com a figura 6, 70% das actividades são realizadas ao longo do ano mas com muita excedência nos meses de Abril a Setembro a correspondente ao período de páscoa e da peregrinação e 30% outubro a Abril, é a época em que decorrem menos actividades de animação no distrito

Pode-se notar que entre os inqueridos que as actividades de animação turística os meses de abril a setembro são de maior oferta e visitas no entanto referem que esta é contínua ao longo do ano, atingindo os picos na páscoa e peregrinação, fins de semana.

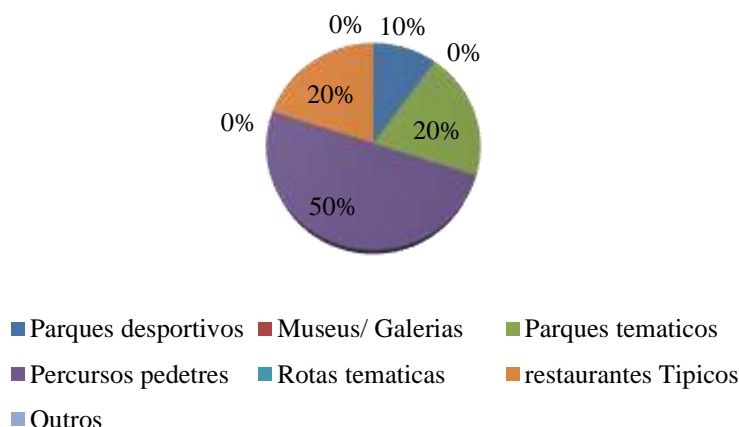


Figura 7. Equipamento de animação existentes no distrito

Fonte : produção própria

Como a figura 7 aponta, 50% dos entrevistados teriam respondido que existem percursos pedestres, 20% restaurantes típicos e parques temáticos, 10% outros equipamentos.

É possível verificar que os percursos pedestres para monte mpunduine, cascata e mbuzine vice versa.

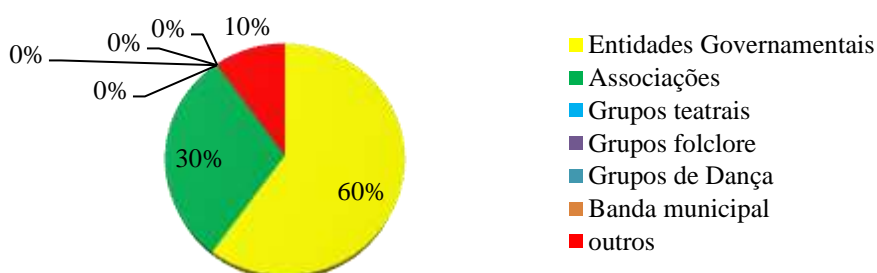


Figura 8. Agentes Culturais

Fonte: Produção própria

De acordo com a figura 8, percebe-se que a maioria dos elementos da amostra concorda, e respondeu afirmativamente, que os principais agentes culturais são as entidades

governamentais, seguido de associações. De referir que a categoria “Grupos de Teatro” é a que detém menor representatividade. A categoria Bandas municipal e grupos folclóricos não foram destacados.

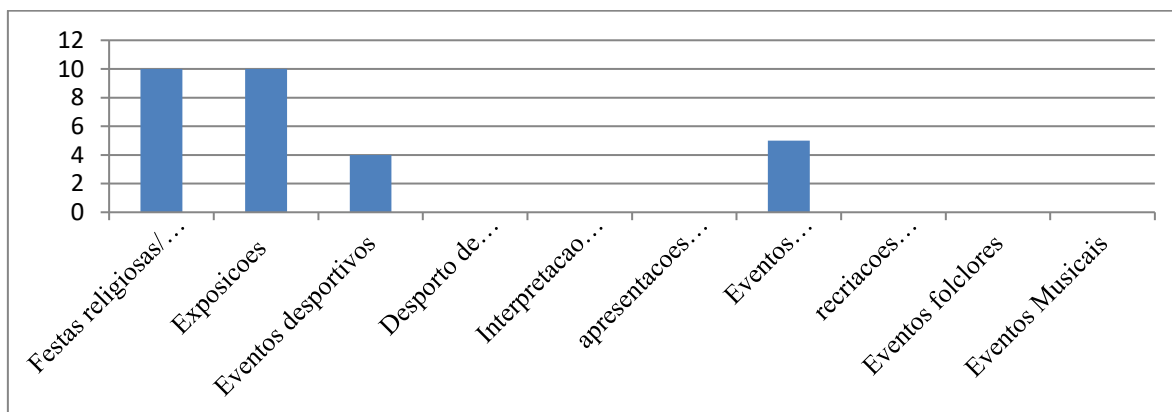


Figura 9. Eventos culturais promovidos

Fonte: Produção própria

Em relação à questão que procurava averiguar se são realizados eventos a nível local, 90 % dos respondentes admitiram que “Sim”, registando-se apenas um respondente que respondeu negativamente à questão.

No seguimento do conteúdo da questão anterior, os inquiridos foram convidados a identificar que tipos de eventos são promovidos a nível local (Consultar a figura 9). Com base no exposto, verifica-se que a tipologia “festas religiosas e exposições foram as que registar a maior número de respostas, apenas 10, sendo que a opção Eventos gastronómicos foi a que obteve cinco, à qual se seguiu “ eventos desportivos”, com quatro.

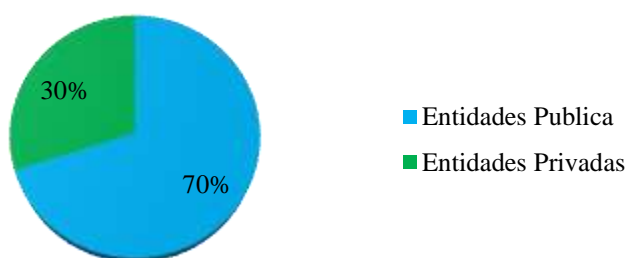


Figura 10. Entidades promotoras

Fonte: Produção própria

De acordo com a figura 10, 70% declaram que as entidades publicas são a que promove mais eventos no distritos, 30% e o sector privado especificamente as associações.



Figura 11. Contributo de animação no aumento da taxa de ocupação
Fonte: Produção própria

Nesta linha, indagados sobre o contributo da animação para o aumento das taxas de ocupação, 9 dos inquiridos responderam afirmativamente, confirmando que a animação promovida quer pela unidade quer pelos agentes/entidades locais tem contribuído para o aumento das taxas de ocupação da unidade de alojamento. Passando à análise das respostas obtidas na pergunta seguinte que questionava se os programas de animação proporcionados pela unidade de alojamento são adequados à identidade geográfica do território onde estão inseridas, nove dos respondentes responderam afirmativamente (90%), e um (10%) responderam “Não”, como demonstra a figura 11.



Figura 12. Programas de animação são adequados à identidade geográfica
Fonte: Produção própria

Questionados se há um aumento da procura, no empreendimento turístico, devido aos eventos promovidos a nível local, recorrendo a figura 11, depreende-se que nove inquiridos (90%), reconhecem que a animação realizada a nível local contribui para o aumento das taxas de ocupação, um dos inquiridos (10%) que não reconhece nenhum contributo que a animação possa dar à unidade de alojamento.

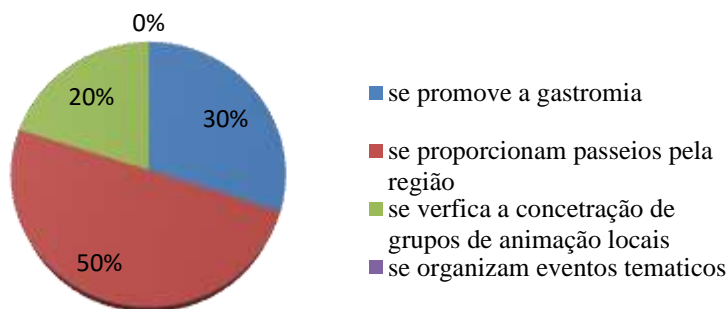


Figura 13. Programas de animação promovidos adequados à identidade geográfica
Fonte: Produção própria

Ainda na senda da questão anterior os indivíduos que responderam “Sim” foram indagados porquê, através de uma questão de escolha múltipla. Assim, como elucida a figura 13, 50 % dos inquiridos afirmam que proporcionam passeios pela região aos seus turistas, 30 % promovem iniciativas onde é evidenciada a gastronomia típica local, 20% promove actividades com grupos e artistas locais eventos nas suas unidades de alojamento.



Figura 14. Aumento da procura, no empreendimento turístico, devido aos eventos promovidos a nível local
Fonte: Produção própria

Questionados se há um aumento da procura, no empreendimento turístico, devido aos eventos promovidos a nível local, recorrendo a figura14, depreende-se que nove dos inquiridos (90%), reconhecem que a animação realizada a nível local contribui para o aumento das taxas de ocupação e um dos inquiridos (10%) que não reconhece nenhum contributo que a animação possa dar à unidade de alojamento.



Figura 15: Tipologia de turistas que procuram a unidade de alojamento devido às actividades
Fonte: Produção própria

O indivíduo da amostra que respondeu afirmativamente à questão anterior, seguidamente foi-lhes solicitado a tipologia de turistas que acorrem à unidade de alojamento devido à oferta de animação turística existentes. Como retrata a figura 15, são eminentemente os turistas nacionais (70%) que correm às unidades de alojamento devido às iniciativas de animação realizadas a nível local. Só três dos inquiridos (30 %) referem que são maioritariamente procurados por turistas estrangeiros graças à oferta de animação existente a nível local

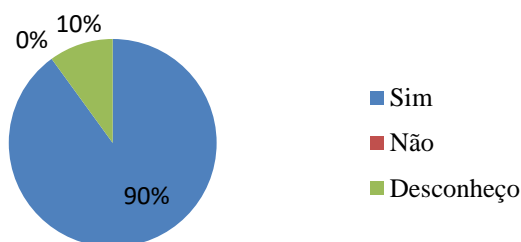


Figura 16. Intervenção da animação turística na integração sociocultural do turista no meio rural
Fonte: Produção própria

Nesse ponto, os inquiridos expuseram-se, através de suas percepções se as actividades da animação turística intervêm na integração sociocultural do turista no meio rural. A pesquisa demonstrou que 90% dos inquiridos afirmam que as actividades intervêm na integração do turista, enquanto 10% desconhece a sua intervenção.

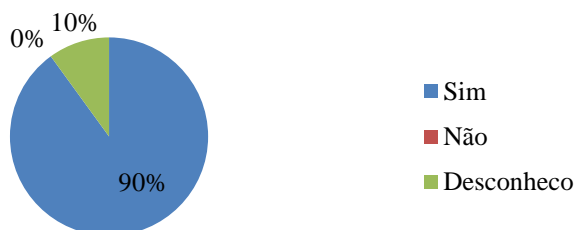


Figura 17. Animação com factor de dinamizador do turismo rural
Fonte: Produção própria

De acordo com a figura 17, foi questionado aos proprietários das propriedades e unidade de alojamento consideram a animação um factor de dinamizador do turismo rural, a opção “Sim” é determinante, com mais impacto, traduzido na resposta de nove dos indivíduos da amostra 90 %. Somente um dos inquiridos não considera a animação como um dinamizador do turismo rural.

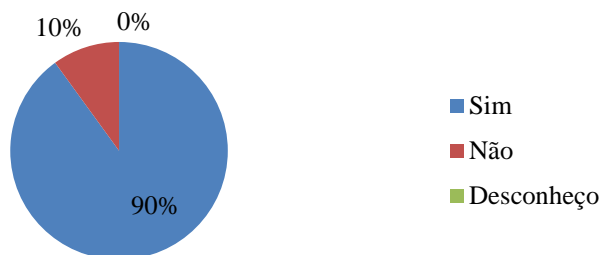


Figura 18. Animação como um dinamizador da atracção turística

Fonte: Produção própria

Seguidamente, aos inquiridos foi questionado se consideram a animação como um dinamizador da atracção turística, isto é, se consideram que a animação é pretexto de escolha do destino uma vez que retracta a identidade o genuíno. Como demonstra a figura 18, à excepção apenas de um dos inquiridos, toda a amostra admite que a animação é um dinamizador das atracções turística



Figura 19. Iniciativas de animação promovidas a nível local têm de retratar a identidade local

Fonte: Produção própria

Pois serem questionados se a animação promovida, tanto na unidade de alojamento como no distrito deve girar entorno do endógeno, repetidamente, tal como sucedeu na pergunta anterior, 90% dos respondentes assumiram que “Sim”, face a apenas um dos indivíduos que não considera que as iniciativas de animação promovidas a nível local tenham de retractar a identidade cultural local.

4.21. Da análise dos dados apurados, pode-se depreender que as associações agrícola e empreendimentos turístico do distrito da Namaacha.

O resultado obtido através dos inqueritos e entrevistas realizadas aos *trade turisticos* foi satisfatório no que diz respeito ao reconhecimento animação turística com catalizador do desenvolvimento, mesmo com a pouca macificação da mesma no destino. O mesmo pode ser confirmado em relação ao grau das respostas, principalmente na identificação do nível de aceitação e reconhecimento do seu contributo.

Iniciando pelo perfil dos proprietários pode ser verificado que maior parte dos proprietários, 70%, é do sexo Femenino. Além disso, na quanto a localização geográfica dos empreendimento verificou-se um desequilíbrio pois a maioria destes estão emplatados no posto administrativo da namaacha sede. Quanto a tipologia das unidades de acolhimento também é um indicador que aponta, uma esmonia dos hotéis resorts no distrito.

Na principal preocupação e um dos objetivos principais da pesquisa realizada, que é a oferta das actividades de animação turística aos turista nos empreendimentos, o resultado foi positivo. Nesse sentido, foi avaliado se o proprietário oferecer aos clientes algumas actividades e 90% dos entrevistados ofertam actividades nos seus empreendimentos, apesar dessa percentual de reconhecimento, foi possível constatar que uma amostra inferior, 10%, não ofertam nenhuma actividades além de salão de festa e piscina para os clientes.

Um ponto importante, e que foi questionado se promoviam actividades de animação em seus empreendimentos e no distrito percebe-se que as festas e feiras são as actividades mais ofertadas com uma cifra de 50%, o envolvimento do visitante na produção de produtos tradicionais, se destacam em seguida com cerca de 30%. Estes programas caracterizam se, essencialmente, por produção de queijo de cabra, cultivo de aloé era, produção de *vicks* de folhas de eucalipto e licores e por fim programa gastronómicos como pratos típicos.

Em relação a oferta das actividades ao longo do ano 90% dos entrevistados afirmaram que se têm esforçado por variar a oferta de animação no sentido de se ir adaptando às novas exigências dos turistas e na expectativa de fidelizar os clientes de referir que a maioria das unidades de alojamento promovem iniciativas no período de Abril a Setembro o que corresponde a 70% o que pode-se notar que as actividades de animação turística tem mais pico nos meses de pascoa pregrinação e nos feriados.

Entende-se que as actividades de animação contribui no aumento da taxa de ocupação 90% e o que logicamente confirma um bom índice de aceitação, visto o nível de reconhecimento dos

programas de animação são adequados a identidade geográfica. Face a isso é possível notar que animação turística intervém na integração sociocultural do turista no meio rural.

Em relação as actividades de animação turística na dinamização de turismo rural 90% dos inqueridos encarram animação como factor dinamizador do turismo rural.

4.2.2. Análise descritiva das entrevistas aplicadas as entidades publicas do distrito da Namaacha

Esta secção constitui uma análise descritiva das entrevistas. Apresentam-se de uma forma ordenada e compreensível os resultados que possibilitaram uma análise descritiva das mesmas.

Refere-se o facto dos entrevistados, quando foram contactados para colaborarem nesta investigação, terem tido conhecimento dos objectivos desta investigação e assegurada a confidencialidade e anonimato da mesma. Deste modo, a referência dos colaboradores é feita através de letras e números, ficando este facto a dever-se à confidencialidade garantida na solicitação das entrevistas.

Os entrevistados que participaram nesta investigação estão referenciados do seguinte modo: S1 e C1 e C2, correspondendo a: SDAE, 1º colaborador CVMN e 2º colaborador CVMN, respectivamente.

Tal como já foi referido, as entrevistas envolveram três funcionários públicos que lidam com turismo. Posto isto, passamos a explicar os dados mais relevantes da sua realização, correspondendo:

Entrevista N°	Letra	Local da entrevista	Data da entrevista	Guião n°
1	S1	Namaacha	26/02/2018	1
2	C1	Namaacha	27/02/2018	2
3	C2	Namaacha	27/02/2018	3

As primeiras perguntas que se seguem referem-se a um perfil resumido dos participantes e tiveram como finalidade clarificar as características principais e elementares para esta investigação.

A análise de conteúdo das entrevistas aplicadas aos empreendimentos turísticos revelou que:

1. Os entrevistados são do sexo masculino (S1, C1,C2).
2. Referente à ocupação profissional, verificou-se que dois dos entrevistados são técnicos de turismo (S1, C2) e um Vereador (C1).
3. São praticadas actividades de animação turística no distrito?

Citações:

Relativamente as actividade de animação que são praticadas no distrito dois dos entrevistados disseram que S1 “*Sim*”; C1 “*sim*” eles declaram que são praticadas as actividades de animação, contudo um dos entrevistado C2 declarou que “*Não sei*” pois esta não era a área dele me indicou o C2 para responder as questões.

4. Se sim na resposta anterior quais são as actividades de animação turística que são realizadas?

Citações:

S1“*são actividades que se configuram no âmbito da animação turística praticadas no distrito são passeio a cavalo, passeio a cascata, gastronomia típica, produção dos produtos regionais e feiras organizadas ao nível do distrito*”.

C2 “*são actividades de animação turística oferecidas no distrito, passeio a cavalo no jardim do Hanifo, visitas ao monte mpunduine, recreação na cascata mas isso e pequenas escala empresas de Maputo que trazem turistas*”.

5. Considera que a animação turística um factor importante para dinamizar o turismo no distrito e porquê?

S1 “*sim (...) as actividades de animação turística são mais-valia para o distrito pois ajuda promover e valorizar a cultura local e criação de emprego nas comunidades*”.

C2 “*a animação turística é importante pois pode criar mecanismo de se divulgar mais o distrito pois Namaacha e conhecida mas por peregrinações e clubes de futebol vem fazer os seus estágios de pré-epoca por causa da altitude*”.

6. As actividades promovidas se adequam à identidade local?

S1 “ *sim (...) as actividades promovidas no distrito tem como base a exaltação ou a valorização do endógeno ou aproveitamento dos recursos e características geográficas do distrito*”.

C2 “ *As actividades realizadas no distrito promovem a identidade local como visitas guiadas no santuário de Fátima, monte mpunduine, a cascata de Namaacha, gruta tava yezu em Goba, Changalane na gruta daimane; Feiras de turismo, de artesanato, agrícolas, gastronómico e uma feira que se realiza nas quarta que e um intercâmbio de três países que expões produtos locais; Passeio a cavalo no jardim do senhor Hanifo; Alguns desportos aquáticos que tem se realizados na barragem dos pequenos Libombos e algumas represas para fins turísticos; Sarau cultural com poetas e músicos locais.*”

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os objectivos propostos nesta pesquisa, este capítulo vem apresentar a conclusão da pesquisa, bem como denotar recomendações para futuros trabalhos acerca da área estudada, tendo como base os resultados alcançados e o referencial teórico exposto.

5.1. Conclusão

No presente trabalho verifica-se a composição mesmo em duas partes distintas, a parte teórica e a parte prática onde ambas partes complementam-se. Na parte teórica recorreu-se a diferentes fontes como livros, periódicos, artigos, monografias e internet para dar o suporte ao trabalho, e a parte prática foi feita através de entrevista e inquérito dirigida a 13 entidades entre operadores turísticos, associações de agricultores e entidades públicas que serviram de amostra no distrito da Namaacha.

Sabendo-se que actualmente á frequente valorização do meio rural, que passou a ser identificado como um novo lugar de lazer, de tal modo que a procura deste espeço tem sido uma constante. E o que é certo, é que estes espaços, caracterizados pelo autêntico, são os mais procurados pelo novo turista, para a prática de experiências únicas. Estas áreas acompanham a modernidade e as novas tendências sem esquecer aquilo que mais as caracterizam: a paisagem, as tradições e o património.

Diante desta ideia, buscou-se nesse trabalho o estudo das actividades de animação turística pode assumir como um factor dinamizador do turismo no meio rural, bem como contribuir para na preservação da identidade regional.

Pois o turismo e produtos originários, são considerados pilares importantes na estratégia de desenvolvimento e revitalização de muitas áreas rurais, que contribui de uma forma positiva para as mesmas, quando os projectos são previamente avaliados e discutidos e as suas implicações bem esclarecidas. Proporcionam uma melhor qualidade de vida, preservando e valorizando o património de que são detentoras.

Dai a formulação do problema central desta pesquisa resume-se na seguinte pergunta: *Que contributo as actividades de animação turística pode ter na dinamização do Turismo rural?*

E com o propósito de responder a esta pergunta desenvolveu-se um objectivo geral que, por meio do inquérito e entrevista e das observações, buscou-se compreender a visão dos diferentes trade turísticos e entidades governamentais. Sobre as actividades de animação turística no distrito da Namaacha.

Para atingir este objectivo, foi preciso desdobrá-lo em quatro objectivos específicos obtendo com estes as seguintes conclusões:

O primeiro objectivo específico buscou identificar as actividades de animação turística que potencializam desenvolvimento do turismo no espaço rural. Foi possível atender este objectivo por meio da resposta obtida na pergunta 4.1 e (figura 5) onde os inqueridos apontaram feiras e festas locais, produção de produtos tradicionais regionais e actividades gastronómicas, e na pergunta do mesmo item ao expor que para suporte destas actividades existe ao nível do distrito percursos pedestres, parques temático e restaurantes temáticos.

Talvez seja por isso que (ALMEIDA e ARAÚJO,2012). Salientam que “a animação turística proporciona um conjunto de actividades que podem ser lúdicas, culturais, desportivas e ambientais, que permitem aos turistas usufruir de forma plena, duma determinada experiência turística, concedendo aos destinos maior sucesso e vitalidade”. É um trabalho que leva simultaneamente, a interpretação do espaço envolvente, abarcando as actividades físicas e intelectuais que provocam um aumento de satisfação do turista e da vivência no meio rural.

O segundo objectivo específico teve a preocupação descrever a importância das actividades de animação turísticas na dinamização de turismo rural. Foi possível verificar por meio da revisão bibliográfica que o tema da animação rural, aparentemente novo, é fundamental a implementação desta para revigorar e dinamizar o meio rurais. Isto é percebido principalmente percepção do ALVES e FERREIRA apud ALMEIDA (s/d) considera a animação como um elemento determinante da procura turística, captando novos fluxos para as regiões/destinos, uns já “turistificados” mas em busca de factores de revitalização, outros ainda em situação de periferia face às dinâmicas de desenvolvimento do turismo. Portanto, um vasto leque de actividades de animação que são desenvolvidas e que podem dinamizar e revitalizar a cultura e tradições, e conseqüente aumento da demanda pelo um destino por parte do turista.

Na entrevista, o técnico de turismo do distrito de Namaacha responde na questão 3 que “sim” as actividades de animação são de extrema importância no distrito pois com a abertura de alguns empreendimentos que oferecem as actividades aumentou o nível de visibilidade do distrito o que é sustentado pela figura 16, que corresponde a percepção do proprietário da propriedades e unidades de alojamento respondendo este objectivo específico.

O terceiro objectivo específico propôs que descreve-se a animação turística como elemento dinamizador da integração sociocultural do visitante no Espaço rural. Para esclarecer melhor

esta questão, a resposta dos inquiridos, na questão do inquérito, verificou-se que a animação turística intervém na integração socio cultural do turista no meio rural conforme ilustra a figura 15. Perante estes resultados constata-se que, o defendido por TORRES (2004, p.5), que refere“ [...] que quando uma pessoa sai de casa para uma viagem de recreio, procura sempre encontrar algo diferenciado do seu quotidiano, procurando diversão, cultura, lazer, relaxar, fazer amizades novas etc., estando fortemente propício a aceitar as boas sugestões que o animador lhe oferece”.

Portanto de acordo com o prisma do autor fez-me concluir que quanto mais o visitante envolver-se nas actividades propostas mais propenso estará à integração social e cultural, visto que este para além da aquisição novas experiencias, participação nas actividades, envolvimento na cultura local, cria novas amizades tanto com os outros turistas como com a população anfitriã.

Sobre a percepção das associações agrícolas e das unidades de acolhimento, relativamente. Animação como um dinamizador da atracção turística, do universo total da amostra, 9 dos inquiridos consideram a importância que a animação como um dinamizador da atracção turística que contrastam com algumas das respostas obtidas da análise do questionário, pois apenas nove dos indivíduos complementam a sua oferta com actividades de animação.

Por isso é de relançar que a hipótese alternativa definida na metodologia foi confirmada porque os diferentes trade turísticos, concordam sobre o contributo das actividades de animação turística possa ter na dinamização do distrito.

6. LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Relativamente às limitações encontradas durante a pesquisa, pode – se elencar as seguintes:

- ✓ Falta de obras que versam sobre assunto na universidade;
- ✓ Falta de legislação a tenente ao segmento do turismo rural no país;
- ✓ Falta de comprimento da lei de direito a informação nas instituições pública;
- ✓ Pouco envolvimento da comunidade no desenvolvimento da actividade turística
- ✓ A indisponibilidade das pessoas em responder os inquéritos, pelo facto de achar que se trata de um acto político.

7. RECOMENDAÇÕES

Assim, tendo como base a análise das actividades de animação turística oferecidas em Namaacha podemos apresentar algumas sugestões para dinamização do turismo rural no distrito, tais como:

- ✓ Criar novos itinerários que visam promover a cultural e a produção local;
- ✓ Estimular a produção dos produtos regionais através da marca;
- ✓ Melhorar a qualidade dos transportes públicos e reabilitar as estradas do distrito, aumenta a deslocação dos turistas para interior do distrito e incentivara o turismo doméstico (nacional).
- ✓ Melhorar a sinalização e acessibilidades nos campos agrícolas, para maior conforto e facilidade dos visitantes;
- ✓ Promover e divulgar mais as feiras e festa organizadas no distrito;
- ✓ Promover o turismo rural e sustentável;
- ✓ Certificar os produtos regionais com selo de qualidade;
- ✓ A criação de mais eventos e festas que atraiam mais visitantes, uma vez que tirando a vertente gastronómica e passeios pedestres e as peregrinações o distrito não tem mais nada a oferecer ao longo do ano.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA

Livros:

1. Abranja, N. *et al* (2012). *Gestão de Agências de viagens e Turismo*. Lisboa: Lidel Lda.
2. ALMEIDA, Paulo & ARAÚJO, Sérgio; (2012): *Introdução a Gestão de Animação Turística*, Lidel edições técnicas.
3. ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
4. BENI, M. C. Conceituando turismo rural, agroturismo, turismo ecológico e ecoturismo. In: Civilização Brasileira, SA.
5. Breda, Z., & Pato, L. (2014). O papel das redes no desenvolvimento de destinos rurais. In Eusébio, C., Carneiro, M., Figueiredo, E., Kastenholz, E., & Lima, J. (Ed.), *Reinventar o Turismo Rural em Portugal: Co-criação de experiências turísticas sustentáveis* (pp. 59-70). Aveiro: Universidade de Aveiro.
6. COSTA, Benny & REJOWSKI, Miriam; (2003): *Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento estratégia e gestão*, altas S.A.
7. DENCKER, Ada (2002). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. Editora Futura: São Paulo
8. DIAS, R. (2008). *Introdução ao Turismo*, (1ª edição). São Paulo: Editora Atlas.
9. Esteves, E., Fernandes, P. & Cardoso, C. (2012). Animação turística como factor Implícito da procura turística. In TMS Management Studies International Conference,
10. FERRÃO, Romário Gava. Metodologia científica para iniciantes em pesquisa. Espírito Santo: Unilinhares/Incaper, 2003
11. GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo (2009), Métodos de pesquisa, Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS, Curso de Graduação Tecnológica – Planeamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS;
12. GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.
13. KRIPPENDORF, Jost; 1989 “*Sociologia do Turismo*”, Rio de Janeiro, Editora
14. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
15. O papel da animação turística nos territórios rurais. *Jornal de Animação da Rede*
16. *Portuguesa Leader* + nº 30, II série: 3.
17. PUERTAS, Xavier (2004). Animación el ámbito Turístico. Editorial síntesis. Sd

18. RAMOS; Paulo; 2001 “*Sebenta de Actividades Turístico Desportivas*”, ESTM, Instituto Politécnico de Leiria.
19. RIEDL, Mário (2012). *Turismo Rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC
20. RUSCHMANN, D.; WIDMER, G. Planeamento turístico. In: ANSARAH, M. (Org.), *Turismo: como aprender, como ensinar*, São Paulo: SENAC, 2000.
21. SANTOS, Antonio Raimundo dos. *Metodologia científica: a construção do conhecimento*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 1999.
22. TARTUCE, T. J. A. (2006), *Métodos de pesquisa*, Fortaleza: UNICE – Ensino Superior, Apostila
23. TORRES, Z; (2004): *Animação turística*, 3ª edição: editora Roca.
24. Tulik, Olga (2003). *Turismo Rural*. São Paulo: Aleph.

Teses e Monografias consultadas

1. ALMEIDA, Paulo; (2003): A contribuição da animação turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região: Universidade de Aveiro. Disponível em: <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1493/1/2005001735.pdf>. Acesso em 20 de Dezembro de 2016.
2. ESTEVES, Elsa Encarnação Gonçalves Tavares; (2015) *Animação Turística como Factor de Eleição de um Destino - Perspectiva do Visitante*. Tese como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutor em Ciências Empresariais apresentada à Universidade Fernando Pessoa

Artigos em páginas de internet

1. Sandrina Veiga (2011), proprietária de um *blog* que publica várias matérias ligadas ao turismo. <http://sandrinaveiga.blogspot.com/2011/01/modelo12-animacao-em-destinos>.>Acessado em 3 de Março de 2017, pelas 15h:20min.
2. [http:// www.dicionarioinformal.com.br/animacao/](http://www.dicionarioinformal.com.br/animacao/) / > Acessada em 6 de Janeiro de 2017, pelas 9h:30 min.

Documentos e Legislações

Decreto nº 40/2007 de 24 de Agosto do conselho de ministro (Aprova o regulamento de animação turística) publicado no BR, 1 ° série, suplemento, de 24 de Agosto de 2007

APENDICE

APENDICE A – INQUERITO

PESQUISA DE CAMPO PARA ESTUDAR O CONTRIBUTO DAS ACIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURISTICA NA DINAMIZAÇÃO DO TURISMO RURAL

CURSO DE ANIMACAO TURISTICA – ESHTI

Bom dia/Boa tarde,

O presente inquérito realiza-se no âmbito da investigação académica sobre “ contributo das Actividades de Animação Turística na Dinamização do Turismo Rural ” para a elaboração da Monografia em *Turismo: no curso de licenciatura em animação turística*, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane.

Solicita-se a sua colaboração no preenchimento deste questionário que demora aproximadamente 10-20 minutos a ser respondido. Os dados recolhidos serão utilizados apenas para tratamento estatístico agregado, sendo garantido o anonimato dos respondentes e a confidencialidade de todas as respostas

1. Identificação do Inquirido:

1.1. Nome: _____

1.2. Cargo: _____

2. Sexo:

Feminino () Masculino ()

3. Em que posto administrativo em que estão localizada a unidade de alojamento?"

Changalane Sede () Namaacha Sede ()

4. Tipologia da unidade de alojamento

Hotel () Hotel Resorts () Estalagens () Casa de Hóspedes () Quintas para fins turísticos () aldeamentos Turísticos ()

5. O seu empreendimento oferta aos turistas actividades de animação turística?

Sim () Não () Desconheço ()

6. Se a resposta for sim, na questão anterior, quais são as actividades de animação turística ofertada?

Gastronómicos () as feiras e festas locais () Produtos tradicionais regionais ()
jogos tradicionais ()

Outros _____

Se promove a gastronomia () Se verifica a contratação de grupos de animação locais ()
Se proporcionam passeios pela região () Se organizam eventos temáticos ()
Outros _____

17. Verifica-se o aumento da procura, na sua unidade de alojamento, devido aos eventos promovidos a nível local?

Sim () Não () Desconheço ()

18. Os turistas que procuram a unidade de alojamento devido às actividades de animação e/ou actividades genuínas são, maioritariamente:

Turistas Nacionais () Turistas Estrangeiras ()

19. Actividades da animação turística intervêm na integração sociocultural do turista no meio rural

Sim () Não () Desconheço ()

20. Considera que a animação turística é um factor dinamizador do turismo rural?

Sim () Não () Desconheço ()

21. Considera que a animação é um dinamizador de atracção turística?

Sim () Não () Desconheço ()

22. Acha que a animação promovida, quer na unidade de alojamento, quer no meio envolvente deve basear-se em manifestações que retracem a identidade local?

Sim () Não () Desconheço ()

Obrigado pela colaboração!

APENDICE B**PESQUISA DE CAMPO PARA ESTUDAR O PAPEL DAS ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA DINAMIZAÇÃO DO TURISMO RURAL (SDAE)****CURSO DE ANIMACAO TURISTICA – ESHTI**

Bom dia/Boa tarde, o presente entrevista realiza-se no âmbito da investigação académica sobre “ Papel das Actividades de Animação Turística na Dinamização do Turismo Rural ” para a elaboração da Monografia em *Turismo: no curso de licenciatura em animação turística*, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane.

Solicita-se a sua colaboração no preenchimento deste questionário que demora aproximadamente 5-10 minutos a ser respondido. Os dados recolhidos serão utilizados apenas para tratamento estatístico agregado, sendo garantido o anonimato dos respondentes e a confidencialidade de todas as respostas

Identificação do Inquirido:

1.1. Nome: _____

1.2. Cargo: _____

1.3. SEXO: () Masculino () Feminino

2. São praticadas actividades de animação turística no distrito?
3. Se sim na resposta anterior quais são as actividades de animação turística que são realizadas?
4. Considera que a animação turística tem motivado aos turistas a visitar o distrito e porquê?
5. Nos eventos que são realizados tem observado a questão da identidade local?