



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

DEPARTAMENTO DE TURISMO

Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos

**ESTUDO DOS IMPACTOS SOCIO-AMBIENTAIS DO TURISMO DE EVENTO NAS  
ZONAS COSTEIRAS NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE: CASO FESTIVAL DA  
BARRA/ TOFO**

**Bertino José Marques**

**Inhambane, 2020**

Bertino José Marques

**Estudo dos impactos socio-ambientais do turismo de evento nas zonas costeiras no  
Município de Inhambane: caso festival praia da Barra/ Tofo**

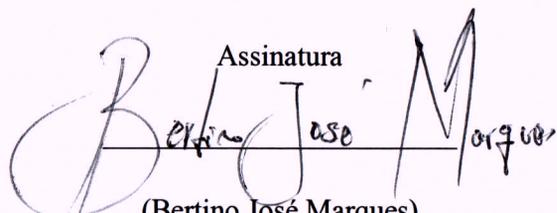
Monografia apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI) como um dos requisitos para a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos.

Supervisor: dr. António Gomes Matola.

Inhambane, 2020

### 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 a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.

Assinatura  
  
(Bertino José Marques)

Data: 30/07/2020

Bertino José Marques.

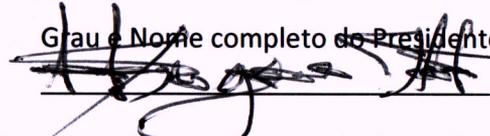
**Estudo dos impactos socio-ambientais do turismo de evento nas zonas costeiras no  
Município de Inhambane caso: festival praia da Barra/ Tofo**

Monografia avaliada como requisito para obtenção  
do grau de Licenciatura em Gestão de Mercados  
Turísticos pela Escola Superior de Hotelaria e  
Turismo de Inhambane – ESHTI.

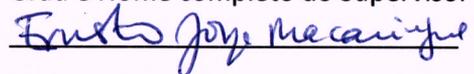
Inhambane, 2020



Grau e Nome completo do Presidente



Grau e Nome completo do Supervisor



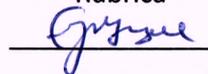
Grau e Nome completo do Oponente



Rúbrica



Rúbrica



Rúbrica

### **Dedicatória**

Dedico este trabalho a toda minha família, em especial ao Amândio José Marques, Emílio Marques, Hortêncio José Marques, Ancha Isaquiel, Sartina Pagula, Lourenço Marques ,José Marques , Denise Amândio Marques , Danica Marques , que muito me apoiaram e deram o seu máximo para que conseguisse alcançar esta etapa da minha vida.

### **Agradecimentos**

Aos meus pais pelo amor incondicional, apoio orientação, dedicação e incentivo nessa fase do curso em todos os momentos.

Ao meu supervisor dr: António Gomes Matola pelas orientações ao longo do desenvolvimento da pesquisa, agradeço a todos os docentes do curso de Gestão de Mercados Turísticos, aos meus colegas do quarto e a minha namorada que esteve sempre do meu lado durante a realização deste trabalho.

Enfim, agradeço particularmente, às pessoas por sua contribuição, seja directa ou indirectamente, na elaboração, construção e aperfeiçoamento deste trabalho.

## Resumo

Estudo dos impactos sócio-ambientais do turismo de evento nas zonas costeiras no município de Inhambane: caso festival da Barra/Tofo, um estudo de caso da praia da Barra, é o objecto de estudo do presente trabalho. A pesquisa do trabalho foi com base na técnica de investigação documental, abrangendo a pesquisa bibliográfica, documental para atingir os objectivos, questionários e observação directa para colecta de dados, sendo por isso classificada como uma pesquisa exploratoria. A pesquisa no campo envolveu aos participantes do festival da Barra/Tofo e residentes do bairro Conguiana através de entrevista e questionário e a observação directa não participativa, para além dos instrumentos usados na recolha de dados, o trabalho teve suporte a pesquisa bibliográfica baseada na consulta de algumas leituras como manuais, e dissertações. O objectivo deste trabalho é Avaliar os impactos socio-ambientais do festival do festival da Barra/Tofo. De acordo com os resultados obtidos no campo, este evento é maioritariamente aderido por jovens dos 18 aos 25 anos de idade provenientes da cidade Inhambane e do sexo feminino e os mesmos fazem uma avaliação positiva deste evento, evento este que tem mais impactos negativos em relação aos positivos.

**Palavras-chaves:** Eventos; Capacidade de carga; Percepção; Impactos;

## Índice

<b>CAPITULO I: INTRODUÇÃO</b> .....	1
1.1. Enquadramento.....	1
1.2. Problematização .....	2
1.3. Justificativa.....	2
1.4. Objectivos.....	4
Objectivo geral: .....	4
1.4.1. Objectivos específicos.....	4
1.4.2. Hipóteses .....	4
1.5. Metodologia .....	4
1.5.1. Preparação de trabalho de campo .....	5
1.5.2. Pesquisa bibliográfica.....	5
1.5.3. Pesquisa documental.....	6
1.5.4. Entrevista.....	6
1.5.5. Tamanho da amostra.....	6
1.5.6. Colecta de dados .....	7
1.5.7. Análise, interpretação de dados .....	8
<b>CAPITULO II: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	9
2.1. Turismo de evento .....	9
2.2. Evento.....	10
2.3. TIPOS DE EVENTO .....	10
2.4. TIPOLOGIA DE EVENTO .....	13
2.5. CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS .....	16
2.5.1. Micro evento.....	16
2.5.2. Médio evento .....	16

2.5.3. Grande evento .....	16
2.5.4. Mega evento .....	17
2.6. IMPACTOS POSITIVO E NEGATIVO DOS EVENTOS .....	17
2.6.1. Hotelaria e Restauração.....	18
2.6.2. Comércio e Consumo .....	18
2.6.3. Transportes .....	19
2.6.4. Impactos no Desenvolvimento Urbanístico.....	19
2.6.5. Regeneração Urbana.....	20
2.6.7. Ordenamento do Território e Planeamento Turístico .....	20
2.6.8. Limpeza da Cidade .....	22
2.6.9. Melhoria das Acessibilidades e Transportes .....	22
<b>CAPITULO III: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....</b>	<b>26</b>
3.1. Apresentação de resultados .....	26
3.1.1 Enquadramento Territorial do Município de Inhambane.....	26
3.2. Divisão Administrativa .....	27
3.3. Descrição de área de estudo .....	27
<b>CAPITULO IV: CONCLUSÃO .....</b>	<b>33</b>
<b>CAPITULO V: RECOMENDAÇÕES.....</b>	<b>35</b>
<b>CAPITULO VI: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>36</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>40</b>

**Lista de abreviaturas, fontes orais, figuras e quadros.**

CMCI - Conselho Municipal da Cidade de Inhambane

DPCULTURI – Direcção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane

INE - Instituto Nacional de Estatística

PNET - Plano Nacional Estratégico do Turismo

OMT – Organização Mundial do Turismo

**Fontes Orais**

Jaime Jermino Dave - Técnico da cultura

**Lista de figuras**

Figura 1: Mapa do Município de Inhambane

Figura 2: Numero de pessoas que se fazem a praia da Barra antes e depois do evento

Figura 3: Resíduos sólidos gerados antes do evento.

Figura 4: Resíduos sólidos gerados durante o evento

**Lista de Gráficos**

Gráfico 1: Número de pessoas que aderem a praia da Barra antes do evento.

Gráfico 2: Número de pessoas que aderem a praia da Barra nos dias do evento.

**Lista de quadros**

Quadro 1: Categoria dos eventos

Quadro 2: Classificação dos eventos quanto a área de interesse.

Quadro 3: Classificação por característica estruturais do evento

Quadro 4: Classificação dos eventos quanto a data de realização

Quadro 5: Classificação dos eventos quanto ao perfil dos participantes.

Quadro 6: Quadro síntese de tipologias de eventos segundo vários autores.

Quadro 7 - Maiores impactes positivos dos grandes e mega eventos nos destinos turísticos

Quadro 8 - Maiores impactos negativos dos grandes e mega eventos nos destinos turísticos

Quadro 9 : Dados semanais de aderência da praia da Barra antes do festival

Quadro 10 : dados de aderência da praia da barra nos dias de evento

Quadro 11: Dados referentes ao Pós evento

## **CAPITULO I: INTRODUÇÃO**

### **1.1.Enquadramento**

Turismo é um fenómeno socioeconómico que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por uma complexidade de factores que envolvem a motivação humana, ausentam-se do seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, sócio económica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores (MOTA, 2001). Este deslocamento é muitas vezes motivado pela realização no lugar de destino de um conjunto de actividades recreativas temporárias que servem de principal motivador de viagem, ou seja, as pessoas se deslocam para determinado destino para participar de algum evento seja cultural, desportivo ou recreativo.

Segundo ZANELLA (2003), evento é uma concentração ou reunião formal de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objectivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc. No contexto de turismo os eventos, especialmente os que envolvem valores culturais podem ser usados como uma via de apoio ao desenvolvimento de uma região (ZANELLA;2003) e podem funcionar como meio para combater a sazonalidade de um determinado destino e apoia a revigorar a cultura de uma determinada região (ZANELLA, 2003). O turismo de eventos, bem planeado, pode influenciar positivamente a imagem de um destino turístico, podendo atrair turistas, estimular a economia e enriquecer a vida cultural e social das regiões onde o mesmo é praticado (IGNARRA;2003).

O segmento de eventos é propulsor do turismo e deve-se considerar, todavia, que este segmento apoia-se fortemente no sector de serviços, o que sugere uma política de eventos centralizada principalmente do desenvolvimento de recursos humanos e na consequente qualificação da prestação de serviços e nos processos comerciais de captação e venda de eventos, além de ser ainda, um segmento que exige a presença de infra-estrutura básica urbana e turística, como condição fundamental para a determinação do local onde realizar-se-á o evento. Nesse sentido os eventos podem contribuir na reflexão sobre a reorganização da cidade, na qualidade de vida, nas facilidades e assim contribuir para o melhoramento das condições de vida do habitante local.

Permitem portanto, mobilizar toda a estrutura de uma cidade, começando pelo poder público, que às vezes deve colocar em prática uma série de medidas de melhorias que vão possibilitar que uma localidade sedie um evento, mas que depois são aproveitadas em benefício da comunidade.

Para o alcance dos objectivos preconizados, o trabalho encontra-se dividido em oito partes, nomeadamente: *Introdução, Metodologia de Pesquisa, Fundamentação Teórica, Apresentação e Discussão de Resultados, Conclusão, Recomendações, Referências Bibliográficas e Apêndice.*

## **1.2. Problematização**

Segundo SORAYA (2004) o turismo de eventos é praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, conferência, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais. É uma das actividades económicas que mais crescem no mundo actual e conseqüente tais práticas modificam de uma certa forma o local de actuação ou de realização deste tipo de actividade turística. Este segmento do turismo ocasiona vários tipos de impactos positivos e negativos tais como o risco da introdução do consumo de drogas, possibilita o incremento da prostituição, gera inflação ou aumento temporário dos preços no núcleo receptor, e em muitos lugares, o turismo traz degradação ambiental expande o mercado para produtos locais, contribui para melhorar a imagem dos lugares visitados.

O turismo, considerado uma prática social característica da sociedade capitalista industrial e urbana, produz impactos negativos no meio ambiente. Por sua vez, o meio ambiente, tanto natural quanto construído, é considerado a matéria-prima da actividade turística.

A maior parte das áreas litorâneas, o turismo se impõe como um intenso agente de transformação ao exercer grande influência sobre a realidade sócio-económica e ambiental.

Neste contexto, foi em consideração a estas realidades, que se pretende entender: quais são os *Impactos socio-ambientais do turismo de evento nas zonas costeiras no município de Inhambane?*

## **1.3. Justificativa**

Segundo ALLEN (2003) Os eventos acontecem em um determinado o espaço, eles afectam praticamente todos os aspectos de nossa vida, sejam eles sociais, culturais, económicas,

ambientais ou políticas. Os benefícios advindos dessa combinação positiva são, em grande parte, responsáveis pela popularidade e apoio que os eventos têm. Esses benefícios estão cada vez mais bem documentados e pesquisados, e estratégias apropriadas têm sido desenvolvidas no sentido de multiplicar os resultados dos eventos e otimizar seus benefícios.

Sendo o Município de Inhambane o palco de várias actividades e eventos turísticos que provocam modificações ao meio socio-ambiental, este estudo vem levantar dados sobre os impactos ocasionados ao meio ambiente e social que poderão a posterior ser usados como base para mitigar ou minimizar efeitos futuros resultados do turismo de evento.

O turismo de eventos, se for bem planeado e organizado, pode influenciar positivamente a imagem de um destino turístico MARUJO (2014). Estudando o contributo dos eventos pode-se saber ate que ponto os eventos podem captar visitantes ou turistas, incentivar a economia e enriquecer a vida cultural e social das regiões onde é realizado.

Para MELO NETO (2004, p.13): “Os eventos constituem a mais nova mídia actuante em nosso meio. Tornaram-se estratégias de comunicação de produtos e marcas de todos os tipos. São eventos que mobilizam a opinião pública, geram polémica, criam fatos, tornam-se acontecimentos, despertam emoções nas pessoas e fazem do entretenimento a nova indústria do terceiro milénio.”

Este estudo será aplicado no município de Inhambane por este possuir diversos e abundantes recursos naturais dos quais se destacam fauna marinha selvagem, flora, mar, rios, lagoas, assim como um rico património histórico e cultural, associado a uma excelente localização geográfica o que lhe confere uma vantagem competitiva para empreender no desenvolvimento de turismo de alta qualidade a nível nacional, regional e internacional. O município de Inhambane concretamente na cidade de Inhambane possui recursos tais como as praias de Tofo, praia da Rocha, Tofinho, e a praia da Barra e actividades marinhas. Lugares onde pode e são praticadas actividades ligadas ao turismo de evento.

A escolha deste local de estudo foi motivada pela constatação visual de irregularidades socio-ambientais durante a realização de festival da Barra/ Tofo e de uma mais aprofundada este estudo pode ser de grande importância para a área académica e para os organizadores dos eventos e aos praticantes do turismo.

## **1.4. Objectivos**

**Objectivo geral:** Avaliar os impactos socio-ambientais do festival da Barra/ Tofo.

### **1.4.1. Objectivos específicos**

Indicar a capacidade de carga turística na praia da Barra/ Tofo.

Descrever a quantidade de resíduos sólidos gerados pelo festival na praia de Barra/ Tofo.

Apresentar a percepção da comunidade local em relação ao festival da Barra/ Tofo.

### **1.4.2. Hipóteses**

Para GOODE E HATT (1969) citado por GIL (1999), hipótese é uma proposição que pode ser colocada à prova para determinar sua validade.

H1: O festival da Barra/ Tofo estimula o aumento da procura turista excedendo temporariamente a capacidade de carga da praia da Barra.

H2: O festival da Barra/ Tofo estimula um aumento de resíduos sólidos na praia da Barra/ Tofo.

H3: O festival da Barra é benéfico para a vida da comunidade local.

H4: O festival da Barra não é benéfico para a comunidade local

## **1.5. Metodologia**

No presente capítulo são descritos os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração do estudo, desde a colecta de informações até a interpretação dos resultados. Faz-se também referência ao tamanho da amostra onde os dados foram colectados bem como as etapas seguidas para elaboração do trabalho. Os procedimentos utilizados para o desenvolvimento de uma pesquisa devem ser realizados de forma lógica para que cada fase da mesma esteja em concordância. A escolha do tema, os objectivos a serem estudados, a metodologia, a colecta e análise dos dados obtidos, precisam estar pré-estabelecidos para que o processo científico ocorra sem maiores problemas, no qual o sucesso da pesquisa em questão dá-se devido aos métodos utilizados, empenho empregado, e habilidades utilizadas para se chegar aos objectivos desejados (PINHEIRO, 2010).

De acordo com GIL (1999), metodologia é o método ou conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adoptados para atingir um determinado propósito ao conhecimento, ou seja, representa o caminho ou maneira para se chegar a um determinado resultado.

A metodologia aplicada para o presente trabalho de pesquisa foi com base na técnica de investigação documental, abrangendo a pesquisa bibliográfica, documental para atingir os objectivos, questionários e observação directa para colecta de dados, sendo por isso classificada como uma pesquisa exploratoria. A pesquisa bibliográfica surgiu da necessidade do levantamento de referenciais teóricos que auxiliassem na selecção e definições de conceitos e de enfoques que contribuíssem com o problema investigado.

A importância da pesquisa documental é explicada por MANN (1970) e BECKER (1999). Segundo MANN (op.cit., p. 86) “os documentos são a nossa história (e dos outros povos). Eles registam fatos do passado e o presente esta na relação casual com o passado.”

Neste sentido a metodologia aplicada nesta pesquisa encontra-se estratificada em três fases sendo a primeira, preparação de trabalho de campo, colecta de dados, análise e interpretação de dados.

#### **1.5.1. Preparação de trabalho de campo**

Marconi e Lakatos (1999, p.85) conceituam a pesquisa de campo como “aquela utilizada com o objectivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenómenos ou as relações entre eles”. Esta etapa consistiu na leitura de bibliografia em livros, artigos científicos, e outras fontes que exercitam sobre a informação escrita sobre o tema.

#### **1.5.2. Pesquisa bibliográfica**

É a investigação científica que reúne estudos relevantes sobre uma questão formulada, utilizando o banco de dados da literatura que trata sobre aquela questão como fonte e métodos de identificação, selecção e análises sistemáticos, com intuito de se realizar uma revisão critica e abrangente da literatura. Este tipo de pesquisa consistiu de uma maneira geral na recolha de dados e consulta a partir de material já elaborado constituído por literatura distinta que aborda aspectos relacionados com o tema de uma forma diferenciada.

### **1.5.3. Pesquisa documental**

A semelhança da anterior, consistiu na recolha de informação a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos ( não fraudados), ou seja, foram usados documentos de primeira mão, aqueles que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: reportagens, jornal, fotografias, gravações, etc.

### **1.5.4. Entrevista**

A entrevista foi aplicado aos participantes do festival da Barra/ Tofo e a comunidade local, é este constituído por questões mistas ( vide em apende A), a entrevista é composto por questões abertas e fechadas. Foi aplicado à comunidade local da Praia da Barra , e a formulação das questões do mesmo, baseou-se no modelo Irridex do teórico Roy W. Doxey, que tem como objectivo explicar as actitudes dos residentes face ao desenvolvimento turístico, influenciadas pelos impactos provenientes da actividade turística e sentidos pelos residentes.

### **1.5.5. Tamanho da amostra**

**Amostra:** é uma porção ou parcela, convenientemente seleccionada do universo (população); é um subconjunto do universo. (MARCONI e LAKATOS, 2002).

Para a realização deste trabalho será usada uma amostra probabilista que é “aquela em que cada elemento da população tem uma chance conhecida e diferente de zero de ser seleccionado para compor a amostra.” (MATTAR, 2001). Desta forma poderá dar as respostas ao questionário de uma forma voluntaria, isto é, só responde o questionário quem estiver pronto para responder. Assim sendo, para prosseguir com a pesquisa, baseando-se no” modelo bola de neve” o modelo bola de neve é um método tipicamente utilizado com população raras ou desconhecidas. Foram elaborados 346 questionários baseando-se na tabela de amostra de (KREJCIE & MORGAN 1970), onde de forma aleatória 200 (duzentos) indivíduos da população disponibilizaram-se a responder o questionário de acordo com o pretendido no estudo. A definição do tamanho da amostra baseou-se na tabela Morgan Krejcie, tabela esta, que faz uma correspondência do número populacional e o tamanho da amostra. Segundo INE ( Instituto Nacional de Estatística ) da cidade de Inhambane esta área de estudo tem como número populacional 3499 segundo dados de 2007, onde 1660 desta população são do sexo masculino e 1839 do sexo feminino.

### **1.5.6. Colecta de dados**

Esta fase objectivou a construção, pré-teste do questionário, aprovação do questionário, aplicação do questionário e a análise e interpretação de dado.

Entretanto para a colecta de dados do presente trabalho deslocou-se para o festival da Barra/ Tofo onde na base de um questionário foram colectados dados sobre o tema em estudo. Onde teve um contacto directo com a comunidade local e os participantes do festival da Barra/ Tofo, foi neste capítulo onde se aplicou as seguintes técnicas de colecta de dados:

- Observação não participativa

Nesta etapa entrou-se em contacto com o grupo pesquisado sem nenhuma intermediação com o intuito de observar e perceber os tipos de impactos provindos do festival da Barra/Tofo.

Segundo GIL (1999) a observação simples não participante permite que o pesquisador permaneça alheio à situação que pretende estudar observando de maneira sistemática os factos que ocorrem.

- Questionário

Foi aplicado à comunidade local da Praia da Barra, e a formulação das questões do mesmo, baseou-se no modelo Irridex do teórico Roy W. Doxey, que tem como objectivo explicar as actitudes dos residentes face ao desenvolvimento turístico, influenciadas pelos impactos provenientes da actividade turística e sentidos pelos residentes. De acordo com Scalabrini et al, (2014) este modelo toma em consideração quatro fases de desenvolvimento turístico: euforia, apatia, irritação e antagonismo, em cada uma das fases a conexão do residente com o visitante varia contrariamente ao desenvolvimento do turismo. Esta técnica permitiu colher informações conducentes à apreensão das percepções dos moradores relativamente aos impactos sócio-ambientais decorrentes da actividade turística, e qual é o seu posicionamento em relação ao desenvolvimento do turismo na Praia da Barra.

O Modelo de Doxey, apesar de ser considerado de grande valia para muitos aspectos do turismo, foi percebido na pesquisa como sendo de fato generalista e determinista, o que confirma a opinião de CARMICHAEL (2000), BRUNT E COURTNEY (1999) E MASSON ET AL.(2000).

### **1.5.7. Análise, interpretação de dados**

Após a colecta de dados será feito um processamento, análise, e interpretação de dados de acordo com as abordagens dos autores em relação a realidade constatada no trabalho de campo.

Para a análise dos dados obtidos no festival da Barra/ Tofo foram usados aplicativos informáticos tais como SPSS Estatistic version 20, Microsoft Word, Excel. E para a interpretação dos dados foi usado o método descritivo como forma de descrição dos dados colectados no campo. Este método é realizado tomando em conta os aspectos da formulação das perguntas que norteiam a pesquisa, além de estabelecer uma relação entre as variáveis propostas no objecto de estudo em análise.

Quanto ao tratamento de dados, a pesquisa combina dois métodos de tratamento de dados, o qualitativo onde foram levantados dados aos entrevistados que de maneira livre apontaram os seus pontos de vista sobre o tema em estudo, e o método quantitativo foi usado para quantificar as opiniões e informações obtidos no campo para a realização de estudo em causa.

## CAPITULO II: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

É nesta parte do estudo que são revelados explicitamente o universo de contribuições científicas de autores sobre o tema em desenvolvimento, foram apresentadas abordagens de diferentes autores relacionados ao turismo, evento e impactos.

### 2.1. Turismo de evento

Em 1942, HUNZKER E KRAPP, de acordo com a OMT (Organização Mundial de Turismo) (2001, p. 37), definiram o turismo como: “A soma de fenômenos e de relações que surgem das viagens e das estâncias dos não residentes, desde que não estejam ligados a uma residência permanente nem em uma actividade remunerada”.

Segundo ARTHUR BORMAN (s.d.), Citado por IGNARRA (2003, p. 12), 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.

A origem da palavra turismo vem do vocábulo *tour* que é de origem *francesa* e significa “volta”. (BARRETO, 1995). Outra afirmação diz que “a matriz do radical *tour* é do latim, através do seu substantivo *turnus*, do verbo *turnare*, cujo significado é “giro, volta, viagem ou movimento de sair e retornar ao local de partida” (ANDRADE, 1992).

Embora não haja uma definição única do que seja Turismo, a *Organização Mundial de Turismo/Nações Unidas* (<http://www.world-tourism.org>), definem como "as actividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros”.

Por sua vez, MATHIESON e WALL (1982), definem turismo como sendo o movimento temporário de indivíduos para destinos fora dos seus locais habituais de trabalho e residência, sendo que as actividades desenvolvidas durante a permanência nos destinos e as facilidades criadas são para satisfazer as suas necessidades.

O turismo de eventos, segundo Montaner (apud Funiber, 2002, p. 199), distingue-se por englobar actividades turísticas que consistem em congregar participantes de reuniões académicas, científicas, técnicas, culturais, profissionais, etc., em local que ofereça a infra-estrutura

necessária à realização desses eventos, englobando centros de convenções, hotéis, transportes, restaurantes, etc

## **2.2. Evento**

Para entrar no conceito do Turismo de Eventos, faz-se necessária a definição do termo “evento” A palavra “evento” dá espaço para diferentes definições, não conflitantes, a partir do ponto de vista daqueles que o organizam e dele participam (MARTIN, 2003). Exemplo disso, de acordo com MARTIN (2003, p. 35) é a possibilidade de destacar sua abrangência conceituando-o “[...] todo fato inusitado que envolve pessoas.” como também compreendê-lo pela óptica dos eventos de negócios:

A reunião ou agrupamento de duas ou mais pessoas, com interesses comuns, com objectivo específico de adquirir produtos ou serviços; actualizar ou divulgar informações; conseguir aperfeiçoamento, conagraçamento ou motivação para alcançar ou superar metas; a capacitação técnica do participante e/ou a compra de bens e equipamentos complementares ao desenvolvimento da sua actividade profissional (MARTIN, 2003, p.35).

Outros autores como BRITTO E FONTES (2002, p. 20) ressaltam, em um de seus conceitos, a importância de todo o processo necessário para a realização de um evento, afirmando que este se trata da “Acção profissional que envolve pesquisa, planeamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projecto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projectados.”.

Entretanto ZANELLA (2003) conceitua o evento como uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objectivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc. E GIACAGLIA (2006), propõe que os eventos podem ser uma ampliação da esfera de seus relacionamentos inerentes ao convívio em família, no trabalho, na escola ou no lazer, como um modo de quebrar a rotina.

## **2.3. TIPOS DE EVENTO**

De acordo com BRITTO E FONTES (2002, pp.57-61), quanto à categoria, os eventos classificam se em:

### Quadro 1: Categoria dos eventos

Institucional	Quando visa criar ou firmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa.
Promocional ou mercadológico	Quando objectiva a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade, pessoa ou local ( no caso do turismo), em apoio ao marketing, visando, portanto, fins mercadológicos.

Fonte: BRITTO E FONTES ( 2002)

O festival da Barra/Tofo quanto ao quadro 1 se enquadra na categoria promocional ou metodológico porque o mesmo faz uma promoção da cultura da cidade e Município da Cidade de Inhambane.

Essa classificação permite ao organizador de eventos definir e captar corretamente seu público-alvo, real e potencial.

Quanto à classificação por área de interesse, ainda segundo BRITTO E FONTES (2002, pp.58,59) temos as seguintes áreas.

### Quadro 2: Classificação dos eventos quanto a área de interesse.

Artística	Está relacionada a qualquer espécie de arte, como música, dança, pintura, poesia, literatura, teatro e outras
Científica	Trata de assuntos científicos nos campos da medicina, física, química, biologia, informática e outros em que a tônica é a pesquisa científica
Cultural	Ressalta os aspectos da cultura, objectivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, a exemplo das feiras de artesanatos, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música regional, entre outros.
Educativa	enfoca a divulgação de didáticas avançadas, cursos e novidades correlatas à educação;
Cívica	Trata de assuntos ligados à Pátria e à sua história
Política	São os eventos relacionados com assuntos das esferas políticas, sejam estes relacionados a partidos políticos, associações de classe, entidades sindicais e outros;
Governamental	Trata de realizações do governo, em qualquer esfera, nível e instância;

Empresarial	Enfocam as pesquisas, resultados e realizações das organizações e seus associados;
Lazer	Objectiva proporcionar entretenimento aos seus participantes;
Social	São os eventos de interesse comum da sociedade como um todo, realizações familiares ou de grupos de interesses entre amigos, visando à confraternização entre as pessoas ou comemorações específicas
Desportivo	Qualquer tipo de evento realizado dentro do universo esportivo, independente de sua modalidade;
Religioso	Tratam de interesses, assuntos e confraternizações religiosas, sejam quais forem às crenças abordadas
Turístico	Seu objectivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, Regional, Estadual e Nacional
Beneficente	Bastante comum nos dias de hoje, esses eventos reflectem programas e acções sociais que são divulgados e/ou auxiliados em acontecimentos públicos;

Fonte: BRITTO E FONTES (2002)

Quanto a área de interesse o festival do Barra/Tofo engloba varias áreas, tais como área artistica , cultural, Lazer, social, turistico e beneficente.

A classificação por características estruturais analisa algumas especificidades do evento, a seguir: Pelo porte do evento, este pode ser:

**Quadro 3: Classificação por característica estruturais do evento**

Pequeno	Evento com número de até 200 participantes;
Médio	Evento com número de participantes estimados entre 200 e 500;
Grande	Evento com mais de 500 participantes.

Fonte: BRITTO E FONTES (2002)

O festival da Barra/Tofo quanto a característica estrutural é um grande evento isto porque tem capacidade de atrair mais de 500 participantes .

Pela data de realização, o evento pode ser de carácter:

**Quadro 4: Classificação dos eventos quanto a data de realização**

Fixo	Evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se, anualmente, no mesmo dia, com periodicidade determinada;
Móvel	Evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora;
Esporádico	Evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados.

Fonte: BRITTO E FONTES (2002)

O festival da Barra/Tofo quando a data de realização é um evento móvel isto porque a data da sua realização não é sempre o mesmo. Data esta que varia devido a vários factores, factores este que podem ser climáticos.

Pelo perfil dos participantes, o evento pode ser de carácter:

#### **Quadro 5: Classificação dos eventos quanto ao perfil dos participantes**

Geral	Evento organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas a função da capacidade do local de realização.
Dirigido	Evento restrito a um público que possui afinidades com o tema.
Específico	Evento realizado para o público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto.

Fonte: BRITTO E FONTES (2002)

Quanto ao perfil dos participantes os do festival da Barra/Tofo este evento é de carácter geral uma vez que este evento não tem um público específico.

## **2.4. TIPOLOGIA DE EVENTO**

#### **Quadro 6: Quadro síntese de tipologias de eventos segundo vários autores Autor.**

<b>Autor</b>	<b>Tipologias</b>
Getz	Hallmark Events, Special Events e Mega-Events
Richards	Eventos Especiais e Mega Eventos
Raj, Walters e Rashid	Religiosos, culturais, musicais, comerciais/negócios, políticos ou governamentais, pessoais ou privados e os desportivos, os quais podem ter

	sub-categorias de diversas escalas
Pedro, Caetano, Christian e Rasquilha	Por finalidade: institucionais ou promocionais; Por periodicidade: esporádicos, periódicos ou de oportunidades; Por área de abrangência: locais, regionais, nacionais e internacionais; Por âmbito: internos e externos; Por público-alvo: corporativos e eventos para o consumidor; Por nível de participação: as empresas organizarem os seus próprios eventos, recorrer a outras empresas para realizar o evento ou patrocinar um evento
Plano Nacional Estratégico de Turismo de (PNET)	Mega Eventos, Grandes Eventos Promocionais, e Animação Local

**Autor: Simões, Maria (2012)**

O festival da Barra/Tofo quanto a tipologia segundo os autores do quadro 6, este festival é um m Hallmarks Events porque este evento possui significado tradicionais, atratividade, qualidade ou publicidade que o evento fornece ao local de realização do evento

GETZ (2009) desenvolveu três grandes tipologias – Hallmark Events, Eventos Especiais e Mega Eventos. Classifica a primeira tipologia, os Hallmark Events, como sendo aqueles que possuem tanto significado, quer em termos de tradição, atratividade, qualidade ou publicidade, que o evento fornece o local, a comunidade ou o destino anfitrião com uma vantagem competitiva (GETZ, 2009). GETZ (2009) inclui ainda, na sua definição, Over time, as imagens de evento e destinos tornam-se inextricavelmente vinculadas. Os Hallmark events, por definição, ‘instituições’ permanentes em suas comunidades ou sociedades. (p.24). Segundo SMITH (2012), Estes estão indelevelmente associados à sua comunidade anfitriã, apoiando, assim, a teoria de Getz, tal como os autores Bowdin, Allen, O’Toole, Harris e McDonnell - que indicam que o termo hallmark events se referem aos eventos que se tornam tão identificados com o espírito ou ethos de uma cidade, cidade ou região que se tornam sinônimos do nome do lugar e ganham amplo reconhecimento e conscientização (BOWDIN, ALLEN, O’TOOLE, HARRIS & MCDONNELL, 2006, P. 17), indicando o Carnaval do Rio de Janeiro, o Tour de França e o Oktoberfest de Munique como exemplos máximos desta tipologia.

A segunda tipologia, Eventos Especiais, caracteriza-se como eventos que acontecem apenas uma vez, ou eventos fora da programação normal de quem organiza/patrocina, ou então que são

especiais porque, para o participante, são uma oportunidade de uma experiência diferente das suas escolhas ou do seu dia-a-dia (GETZ, 2009). GETZ (2005) esclarece ainda que não é possível encontrar um conceito universal nem uma classificação de que tipo são estes eventos pois é uma questão de perspectiva e de preferência. Na opinião DE SMITH (2012), apenas três eventos merecem ser denominados de “mega” – os Jogos Olímpicos, o Campeonato Mundial de Futebol e as Expos Mundiais. Alguns autores defendem que para ser considerado mega evento este tem que exceder um milhão de visitantes, enquanto outros se enfocam na ideia de que devem ser capazes de atrair publicidade a um nível mundial, o que demonstra alguma dificuldade em chegar a um conceito único.

Para RICHARDS E PALMER (2010) existem apenas duas tipologias - Eventos especiais e Mega Eventos. O primeiro está de acordo com o conceito de Donald Getz, acrescentando que se pode utilizar este termo para categorias de eventos culturais, nomeadamente festivais de arte, competições desportivas ou celebrações tradicionais. No que respeita a mega eventos, dão relevância ao papel do Marketing na sua definição, dizendo que estes têm uma lógica de Marketing própria, dando conta que em muitos casos o evento torna-se num destino que se sobrepõe à cidade anfitriã (RICHARDS & PALMER, 2010).

No entender (DE RAJ, WALTERS E RASHID, 2009) as categorias de tipologia são os eventos religiosos, culturais, musicais, comerciais ou de negócios, políticos ou governamentais, pessoais ou privados e os desportivos, os quais podem ter sub-categorias de escalas, como é o caso dos Jogos Olímpicos serem um mega evento da categoria desportiva

O Plano Nacional Estratégico do Turismo (PNET) considera três grandes tipos de eventos: mega eventos, grandes eventos promocionais e animação local (Turismo de Portugal, 2007), não especificando as características de cada uma das tipologias apresentadas. Para o PNET, o importante é apostar na realização de um ou dois mega eventos por década, para contribuir para a melhoria da oferta e a projecção e notoriedade do destino, e ainda na organização e promoção de um calendário nacional de eventos (composto por 10-12 grandes eventos de projecção internacional que contribuam para o reforço da proposta de valor e a imagem de marca do destino).

## **2.5. CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS**

### **2.5.1. Micro evento**

O micro evento sustenta-se nesta classificação porque não exigindo nenhum recurso financeiro e logístico significativo (ou quadro o exige é pouco significativo), é orientado para um público muito específico e o seu número de participantes não ultrapassa em muito as cem (100) pessoas. Podemos apontar como exemplo de micro eventos: um jantar de curso, uma festa privada, um convívio de uma pequena associação etc. (MATIAS, 2001)

### **2.5.2. Médio evento**

Neste evento verifica-se um maior empenho na sua divulgação (principalmente a nível regional, uma vez que não faz sentido apostar a máxima divulgação em zonas distantes da área de realização do evento); há também um maior investimento a nível logístico, devido à envergadura a suportar que já se torna considerável; abrange uma maior diversificação de público (aqui perde-se o carácter específico do público-alvo); também o tema do evento suscita um interesse mais alargado; o número de participantes pode variar entre os 500 e os 3000. (MATIAS, 2001)

### **2.5.3. Grande evento**

O grande evento caracteriza-se pelo forte crescimento do investimento financeiro na sua organização; além de ser facilmente identificável pela sua dimensão, o grande evento possui uma máquina logística bastante pesada em termos operacionais, assim como a equipa de trabalho atinge as várias dezenas ou mesmo centenas de pessoas; neste evento, a divulgação ganha relevo a escala nacional e por vezes, pode atingir outros países. Neste tipo de festival, verifica-se um recurso quase permanente ao patrocínio e ao alto patrocínio como forma de sustentabilidade financeira da organização; não se pode também partir para um festival desta dimensão sem associação com a mídia como forma de criação e manutenção de imagem de marca; assim como também se verifica a total perda de definição do público-alvo a nível demográfico, geográfico e etário; podemos incorporar no grande evento a oscilação e participantes entre 3000 e os 80000. (MATIAS, 2001)

#### **2.5.4. Mega evento**

O mega evento acarreta, pela sua dimensão, uma operação de preparação que atinge os vários meses ou mesmo anos: envolve a prestação política e económica, assim como a mobilização social dos pais, em causa; apenas se pode falar em mega evento numa escala internacional e/ou mundial; é um evento que, para além de muitas vezes obrigar a criação de infra-estruturas próprias para o efeito, deixa conseqüentemente marcas profundas na comunidade, quer sejam sociais, económicos, ou mesmo culturais. O público torna-se totalmente abrangente em termos sociais e culturais; o motivo geográfico acaba por não ter expressão, o que nos permite falar num público global do ponto de vista mediático, uma vez que é impossível considerar um mega evento sem qualquer cobertura mediante generalizada. O número de participantes é quase incontável neste tipo de evento mas podemos situa-los entre 100.000 pessoas e os muitos milhões (MATIAS, 2001).

#### **2.6. IMPACTOS POSITIVO E NEGATIVO DOS EVENTOS**

O impacto ambiental é o género que comporta várias espécies, dentre as quais se encontram os impactos positivos que são aqueles que trazem melhorias ao meio ambiente, e os negativos os quais são nocivos e altamente poluidores. O sector turístico é um dos principais sectores afectados pelos eventos. Estes impactes são verificados essencialmente ao nível da hotelaria e restauração, comércio e transportes, mas não podemos descurar outros tantos que, em menor grau, influenciam também o desenvolvimento das cidades.

Apesar de efémeros, os eventos criam postos de trabalho durante um certo período de tempo. Esses postos existem antes, durante e, alguns, após a realização do evento. Por norma, são posições ocupadas por residentes no destino que acolhe. Pode ainda eventualmente dar-se um reforço do número de empregados na hotelaria e restauração local, como forma de resposta ao aumento do número de turistas presentes. É de extrema importância ter em consideração o sector turístico, já que é este que mais influencia a percepção do turista e as suas opiniões, Os eventos poderão ser esse impulsor necessário para catalisar o turismo, bem como o produto fulcral de um destino, já que, segundo (SILVA JAFARI E SCOTT,2010) Dentro deste nível destacam-se então três áreas, pois sendo elas a hotelaria e restauração, o comércio e os transportes.

### **2.6.1. Hotelaria e Restauração**

Os eventos são igualmente importantes no combate à sazonalidade. A hotelaria regista picos de taxas de ocupação durante as férias e a estação estival, mas a realização de eventos em época baixa permite alterar este panorama

A escolha do meio de alojamento envolve alguns factores, sendo o mais importante a centralidade/proximidade em relação ao Vénus do evento. Assim, na capital portuguesa o número de hotéis próximos aos principais venues e espaços outdoor para grandes eventos é um facto irrefutável.

Temos ainda a restauração, já que a alimentação é uma necessidade básica de todos e, ao viajar, esta tem que ser igualmente atendida. Assim, durante a realização de eventos a restauração local regista uma grande afluência. Os gastos são injectados na economia local e, com a expectativa de grandes afluências, os restaurantes têm de recorrer ao contrato de mais recursos humanos. Tal sucede em restaurantes típicos, em cadeias internacionais e até mesmo em restaurantes de fast-food. A realização de eventos é, ainda, uma oportunidade para promover a gastronomia do destino. Esta varia de país para país e existem igualmente diferenças de região para região, dentro do mesmo país. Desta forma, a gastronomia local é única e contribui para a experiência vivida, bem como para a imagem criada do lugar.

### **2.6.2. Comércio e Consumo**

O comércio é um sector que não está estritamente ligado à realização de eventos mas, quando destes, pode também beneficiar. A procura por produtos locais e tradicionais do destino/cidade anfitriã aumenta, já que os turistas pretendem levar um pouco do que vivenciaram no local. Os típicos souvenirs são bastante procurados e, por norma, são vendidos em casas de comércio local, sendo esta uma forma de prolongar no tempo a experiência vivida e até uma forma de promoção do destino. Atento a este facto, os produtores de eventos sentiram a necessidade de criar produtos relativos aos eventos e começou-se a desenvolver merchandising diverso. Actualmente, há negócio criado em volta da imagem do evento, desde t-shirts a ímanes, como peluches da mascote (os mega eventos costumam ter uma mascote que permite uma fácil identificação com o evento) entre outros mais criativos e alguns inclusivamente com uma vertente mais prática (como cadernos, canetas, etc.). É ainda frequente, quando se visita um

destino, incluir um passeio reservado somente para compras, quer em ruas típicas, quer em centros comerciais. Assim, não só se regista um maior número de vendas no comércio local como é de destacar o aumento das receitas para os vendedores, a promoção dos produtos característicos desse destino e de produtos nacionais e o publicitar do evento ao comprar merchandising do mesmo. Analisando as respostas obtidas ao inquérito realizado, denota-se um certo consenso em torno da ideia de que os gastos médios diários são influenciados pelos eventos que decorrem no destino, já que, por norma, estes turistas demonstram algum poder de compra.

### **2.6.3. Transportes**

Actualmente, existem diversas formas de deslocação, sendo que os países de origem dos participantes do evento influenciam os meios de transporte escolhidos. A viagem pode ser realizada por meio aéreo (avião), aquático (barco) e terrestre (comboio, autocarro, automóvel). Durante o período de realização de um grande e de um mega evento dá-se um aumento dos fluxos turísticos que acorrem ao destino anfitrião, principalmente ao nível aeroportuário. Os eventos permitem, ainda, o desenvolvimento de companhias aéreas low-cost, já que é uma forma barata de chegar ao destino e de criar novas ligações aéreas, tal como reforçar o número de voos já existentes. Há ainda uma melhoria da rede de transportes de forma a responder às necessidades criadas, o que, por vezes, significa um igual aperfeiçoamento da rede de estradas (o criar de novas ligações ou o realizar de obras nas existentes) e até mesmo de infra-estruturas de suporte (como é o caso dos portos náuticos, estações de serviço em auto-estradas, entre outros). MCINTOSH, GOELDNER E RITCHIE (1995) vão ainda mais além e apoiam, inclusive, um plano que tenha esta vertente do turismo em consideração. Estes movimentos de fluxos turísticos só têm sido possíveis com o “amenizar” das burocracias para passar fronteiras e também de vistos necessários. Com esta proximidade entre destinos, tornou-se o mundo mais acessível e é mais motivadora a deslocação para participar num evento.

### **2.6.4. Impactos no Desenvolvimento Urbanístico**

Os eventos podem influenciar o número de turistas presente no destino durante o seu período de realização, mas para tal há que adequar os seus espaços, de modo a poder responder às necessidades e causar a melhor impressão possível. Para RICHARDS E PALMER (2010) os

eventos emergiram como meio de melhorar a imagem das cidades, adicionando vida às ruas e dando aos cidadãos um orgulho renovado na sua cidade.

### **2.6.5. Regeneração Urbana**

A OMT encara os eventos como oportunidades para redefinir os destinos, Regeneração urbana é, então, o conjunto de transformações efectuadas a uma parte da cidade, que envolve alterações profundas à paisagem, aos edifícios e até mesmo ao uso/quotidiano do espaço.

### **2.6.7. Ordenamento do Território e Planeamento Turístico**

Anteriormente foi discutido o papel impulsionador da regeneração urbana que os eventos podem ter na reconfiguração do destino, mas não se pode pôr de parte o ordenamento do território e o planeamento turístico, estreitamente ligados aos projectos de regeneração. Para HENRIQUES (2003), “o planeamento turístico ocorre sob uma variedade de formas (desenvolvimento, infra-estruturas, uso do solo e dos recursos, organização, recursos humanos, promoção e marketing), estruturas (diferentes governos, organizações quase e não governamentais), escalas (internacional, transnacional, regional, local, de lugar) e em diferentes tempos (para desenvolvimento, implementação, avaliação e o atingir satisfatório dos objectivos de planeamento) ” (p. 9), mas este é essencialmente o delinear pensado e estruturado das 46 transformações a efectuar, tendo em conta o território em que se insere. Este planeamento permite o adaptar das necessidades à realidade e deve estar assente no desenvolvimento sustentável, na medida em que servirá a longo prazo. A sustentabilidade engloba três domínios (ambiental, económica e social,) e estes projectos de planeamento e ordenamento do território devem reflectir esses mesmos domínios, nomeadamente a protecção ambiental como a conservação da fauna e flora local, dos recursos naturais endógenos e o próprio ambiente, o desenvolvimento económico da região a ser reabilitada (com o mínimo de custos e desvios financeiros possíveis), e ainda ter em conta as alterações sociais que poderá implicar - evitando desigualdades e alteração do quotidiano, para pior, das pessoas afectadas. O planeamento do turismo sustentável deve estabelecer a cooperação e integração entre os diferentes agentes envolvidos no desenvolvimento, bem como respeitar as características do meio físico. Sustentabilidade significa, também, satisfação das necessidades do presente sem comprometer as das gerações futuras, daí estar intrinsecamente ligada ao planeamento e ordenamento do

território. O primeiro é referente a impactos e agentes, dizendo que o planeamento evita os impactos negativos e todos os agentes e actores associados com o turismo devem ser envolvidos para um melhor contributo; o turismo tem uma estreita ligação com a conservação e recreação, por isso o seu planeamento deve ser pluralista, incorporando os objectivos económicos, sociais e os físicos; o planeamento é um processo político e deve reconhecer os efeitos políticos do processo; um outro ponto apresentado é que este deve ser estratégico, o que significa que deve ser capaz de atingir os objectivos desejados através do processo de planeamento e gestão; por último, deve ser integrante e não se limitar só ao nível da cidade, mas tentar incorporar os objectivos dos planos regionais e nacionais. (HENRIQUES, 2003) corrobora alguma destas ideias, defendendo que “a intervenção no turismo urbano deverá então assentar não apenas no planeamento e gestão do turismo mas mais contextualizadamente no planeamento e gestão da cidade. Cabe, aliás, referir que o planeamento raramente está devotado exclusivamente ao turismo; em vez disso, o planeamento turístico tende a ser uma amálgama de considerações económicas, sociais e ambientais que reflectem a diversidade de factores que influenciam o desenvolvimento do sector” (HENRIQUES, 2003). PARA AGARWAL (como citado em VIEIRA, 2007), “o planeamento do desenvolvimento turístico tornou-se ainda mais abrangente englobando, para além do ordenamento do território, todos os restantes aspectos do fenómeno turístico e da sua envolvente contextual, isto é, os aspectos socioculturais, os económicos e os ambientais, sendo utilizado, não apenas em situações novas, mas também na recuperação de destinos decadentes”, continuando VIEIRA (2007), “Actualmente o planeamento passou a envolver os actores locais e a acumular a utilização das capacidades técnicas locais com as de especialistas de outras áreas do conhecimento.” (p.76), sendo que esta última premissa é partilhada por Henriques, somente aplicada a partir da década de 20 (“É após a década de 20 que o planeamento turístico começa a ganhar identidade própria, uma vez que o turismo passa a ser perspectivado através de um ponto de vista sistémico integrado nas políticas governamentais.” (HENRIQUES, 2003, P.9). Os planos podem ser a curto prazo, a médio prazo ou a longo prazo e, numa perspectiva geográfica, podem ser ao nível nacional, regional ou local, tal como indica VIEIRA (2007), o que requer uma coordenação entre o sector privado e o público para que se assegure um balanço entre os interesses de cada parte (Pag, 1995). Há também que destacar a importância do conceito de capacidade de carga, sendo esta o “número máximo de visitantes que uma região ou localidade pode suportar sem que haja uma alteração inaceitável no ambiente físico ou uma deterioração na

qualidade da experiência usufruída pelos ditos visitantes” (MATHIESON & WALL, como citados em HENRIQUES, 2003, p. 15), pois a pressão humana exercida num local pode ser em demasia e danificar o património aí existente, bem como comprometer a sua sustentabilidade. Assim, a capacidade de carga é uma outra componente do ordenamento e planeamento do território a ter em consideração.

#### **2.6.8. Limpeza da Cidade**

Os grandes e mega eventos impulsionam a limpeza das cidades em que se realizam. Eventos desta magnitude atraem elevados números de turistas e há uma grande consciência da necessidade de causar uma boa imagem, sendo que esta passa inevitavelmente por pormenores, tal como a limpeza. Não só a grande concentração promove lixo em quantidades massivas e tem que ser tratado por questões de saúde pública, como o amontoar de desperdícios não é uma paisagem atractiva. Uma cidade limpa é um excelente cartão de visita e, por isso, as câmaras municipais nas quais o evento se insere apostam na recolha e na limpeza de estradas e passeios, evitando, assim, que o lixo seja visível e perturbador, ou que prevaleçam cheiros desagradáveis. Este foi um dos aspectos mais destacados no inquérito aos especialistas, que indicam ser um dos pontos positivos da realização de eventos, promovendo este cuidado com a cidade/destino.

#### **2.6.9. Melhoria das Acessibilidades e Transportes**

A realização de eventos pode afectar igualmente as acessibilidades e os transportes. É fulcral criarem-se novas ligações, bem como efectuar melhorias às já existentes. Projectos de regeneração urbana impulsionada por grandes eventos contemplam estas alterações, pois um local facilmente acessível é um caminho para o sucesso. Encurtar distâncias e tempo é fundamental para a construção de uma boa imagem e para a satisfação do turista. Mas o sucesso não depende só das vias e estradas. Passa também pelos transportes de ligação. Estes devem ser o mais variado possível, e deve dotar-se o local onde o venue se insere de plataformas intermodais, de modo a dar oportunidade que os turistas venham de todas as origens, podendo recorrer aos mais diversos tipos de transporte. Aquando de um evento, os transportes devem ser reforçados em número e encurtado o tempo de espera, de modo a escoar o elevado número de pessoas assistentes. É ainda de se considerar a criação de novas carreiras ou até mesmo o alargamento de horários nesse período, podendo recorrer-se a comboios “especiais”, tal como sucede em eventos

de menor dimensão (caso de concertos de bandas de grande projecção internacional). Os eventos proporcionam também a venda de bilhetes especiais, com um preço mais acessível, havendo, por vezes, empresas de transporte que se associam aos eventos, sendo que na apresentação do bilhete do evento os 49 participantes podem viajar com desconto ou mesmo gratuitamente. São estes tipos de gestos que influenciam o sucesso do evento, mas também criam uma boa imagem na mente dos visitantes.

**Quadro 7 - Maiores impactos positivos dos grandes e mega eventos nos destinos turísticos**

Emprego	Aumento do trabalho temporário. Criação de emprego.
Marketing	Visibilidade Global. Place Marketing. Melhoria da imagem da cidade. Coloca a cidade no mapa internacional. Branding da cidade. Exposição nos médios.
Economia	Investimentos.
Competitividade / Atractividade Turística	Aumento da competitividade turística. Atração.
Reforço da Oferta	Impactos a longo prazo (equipamentos, infra-estruturas). Aproveitamento de infra-estruturas construídas para outro fim.
Qualificação e Desenvolvimento Urbanístico	Propulsor de crescimento urbano e, em alguns casos, de desenvolvimento residencial. Renovação ou melhoria da rede de transportes. Limpeza da cidade previamente ao evento. Regeneração urbana.
	Oportunidades sociais/ Potencial para a integração social.

Identidade / Mobilização Social	<p>Identidade cultural.</p> <p>Sentido comunitário de compromisso para com o destino/ orgulho/ sensação de pertença/ espírito de cooperação entre residentes.</p> <p>Interação entre populações locais e turistas.</p> <p>Consciência de destino.</p> <p>Aumento da capacidade para os serviços turísticos (hotéis, restauração, etc.)</p>
Diferenciação do Mercado Turístico	<p>Aumento da procura turística.</p> <p>Diferenciação do destino.</p> <p>Oportunidade de inovação turística.</p> <p>Expansão dos mercados turísticos.</p>

**Autor: Simões, Maria (2012).**

**Quadro 8 - Maiores impactos negativos dos grandes e mega eventos nos destinos turísticos**

Fragilização da Identidade	<p>Assuntos da autenticidade e degradação cultural.</p> <p>Impactos na cultura local.</p> <p>Homogeneidade cultural.</p> <p>Aculturação.</p>
Inflação de Preços	<p>Inflação dos preços (pode danificar a imagem do destino).</p> <p>Preços altos para as populações locais.</p>
Pressão Urbanística / Capacidade de Carga	<p>Grande pressão no destino/ desrespeito da capacidade de carga.</p> <p>Problemas de público e segurança durante o evento.</p>
Emprego	<p>Oportunidades de trabalho mal pagas e temporárias/sazonais.</p>

<p>Manutenção da Competitividade</p>	<p>Ter como garantido o uso e os impactos dos efeitos multiplicadores.</p> <p>Grande investimento para eventos de curta duração.</p> <p>Destruição, lixo e a limpeza/remedir que implica.</p> <p>Lealdade ao destino a prazo.</p> <p>O peso económico dos investimentos pós evento.</p> <p>Manutenção das infra-estruturas/ encontrar uso para as infra-estruturas.</p> <p>Custos a longo termo</p> <p>Elevado investimento público, sendo a curto prazo.</p> <p>Não há uma comparação real com os benefícios e o investimento feito.</p>
<p>Distribuição dos Benefícios</p>	<p>Distribuição desequilibrada dos benefícios.</p> <p>Políticas e processos de decisão que não incluem os residentes mas apenas interesses poderosos.</p> <p>Desigual distribuição dos custos e lucros.</p>

Autor; Simoes, Maria(2012)

### CAPITULO III: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

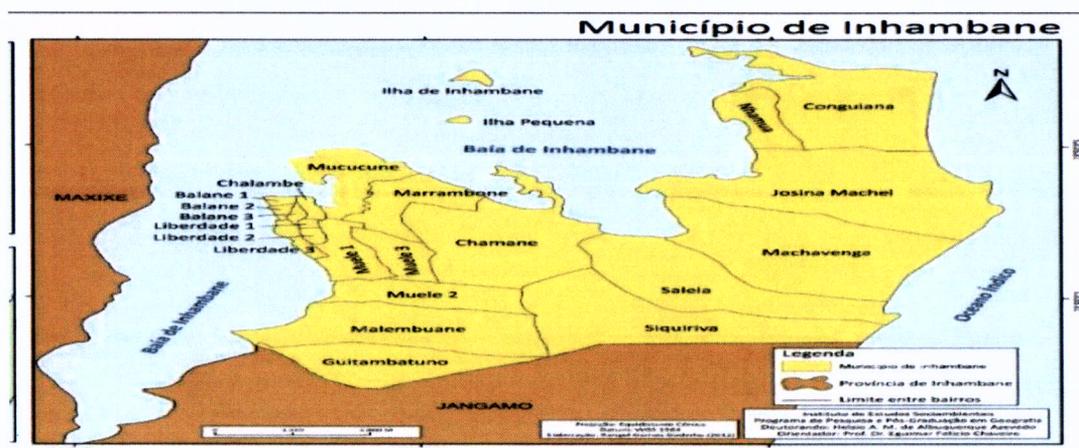
No presente capítulo, procede-se com as características gerais da área de estudo, a apresentação e discussão dos resultados de pesquisa de campo com base nos instrumentos de pesquisa, com intuito de verificar os impactos sócio ambientais do turismo de evento no festival da Barra/ Tofo.

#### 3.1. Apresentação de resultados

##### 3.1.1 Enquadramento Territorial do Município de Inhambane

Segundo Nhantumbo (2007) citado por Azevedo (2014), o Município de Inhambane situa-se entre as latitudes 23°45"50" (Península de Inhambane) e 23° 58"15" (Rio Guiúá) Sul, e as longitudes 35° 22"12" (Ponta Mondela) e 35° 33"20" (Cabo Inhambane). Ocupa uma superfície equivalente a 0.3% do território total da província e é limitado a Norte pela Baía de Inhambane (Oceano Índico), a Sul pelo Distrito de Jangamo, através do rio Guiúá, a Este pelo Oceano Índico e Oeste pela Baía de Inhambane/Cidade de Maxixe, abrindo uma parte continental e duas ilhas. A temperatura média mensal máxima do MI é de 26,97°C e a mínima é de 20,30C e, a precipitação média anual é de 926,8mm. No que refere à hidrologia há que destacar os rios Guiúá e Salela, para além de várias lagoas tais como: Chivanene, Cumbe e Pembane. A precipitação média anual é de 926,8mm oferecendo condições para a prática de diversas actividades turísticas associadas ao turismo de sol e praia em todas as estações do ano.

Figura 1 : Município de Inhambane



Fonte: Azevedo (2014)

### **3.2. Divisão Administrativa**

O Município de Inhambane é composto por áreas urbanas, semi-urbanas e rurais, distribuídas por 24 Bairros, dos quais: Balane I, Balane II, Balane III, Liberdade I, Liberdade II, Liberdade III, Chalambe I, Chalambe II, Muelé I, Muelé II, Muelé III, Marrambone, Mucucune, Chamane, Conguiana, Malembuane, Guitambatuno, Nhamua, Josina Machel, Machavenga, Salela, Nhampossa, Siquiriva e Ilha de Inhambane. O MI apresenta, dentro do seu território, as praias da Barra, Tofo, Tofinho e da Rocha, as quais não constituem unidades territoriais (NHANTUMBO, 2007).

### **3.3. Descrição de área de estudo**

A praia da Barra é um dos atractivos turísticos da cidade de Inhambane, que se localiza no Bairro Conguiana, na região nordeste do Município de Inhambane em Moçambique (idem). Suas características geográficas conferem atributos paisagísticos que motivam fluxos de visitação. População locais, turistas e excursionistas, atraídos, muitas vezes pela beleza paisagem ( mar, vegetação, entre outros aspectos cénicos e pela oferta turística ( mergulho, safaris oceânicos ), se deslocam a esta praia com as mais diversa motivações ( AZEVEDO E TAL, 2013). Segundo (JAIME JERMINO DAVE – Técnico da cultura) Este atractivo tem uma capacidade de carga de 80.000 pessoas na sua totalidade

O governo da província de Inhambane realiza anualmente no município de Inhambane na Praia da Barra, o Festival da Tofo, evento que constitui um marco importante na operacionalização do programa quinquenal do governo. O festival é organizado pelo sector público e privado e tem como objectivo promover Inhambane como destino turístico preferencial através da realização de actividades artísticas e culturais, aumentar o tempo de permanência e dos gastos de turistas, bem como a redução de sazonalidade.

Este mega evento foi dirigido pelo excelentíssimo Senhor Ricardo Nhacoongue, Secretario Permanente da província de Inhambane e contou com cerca de 83.000,00 espectadores entre eles nacionais e estrangeiros segundo DPTURI

### Dados referentes a capacidade de carga da praia Barra antes e durante o festival

**Quadro 9 : Dados semanais de aderência da praia da Barra antes do festival**

Horas	9H ate 10H	11H ate 12H	13 ate as 14	15H ate 16H	17H
Nr de Pessoas	45	45	36	43	38

**Quadro 10 : Dados de aderência da praia da barra nos dias de evento**

Horas	9H ate 10H	11H ate 12H	13 ate as 14	15H ate 16H	17H
Nr de Pessoas	66.500,00	55.000,00	50.000,00	65.000,00	83.000,00

**Quadro 11: Dados referentes ao Pós evento**

Horas	9H ate 10H	11H ate 12H	13 ate as 14	15H ate 16H	17H
Nr de Pessoas	51	38	33	35	32

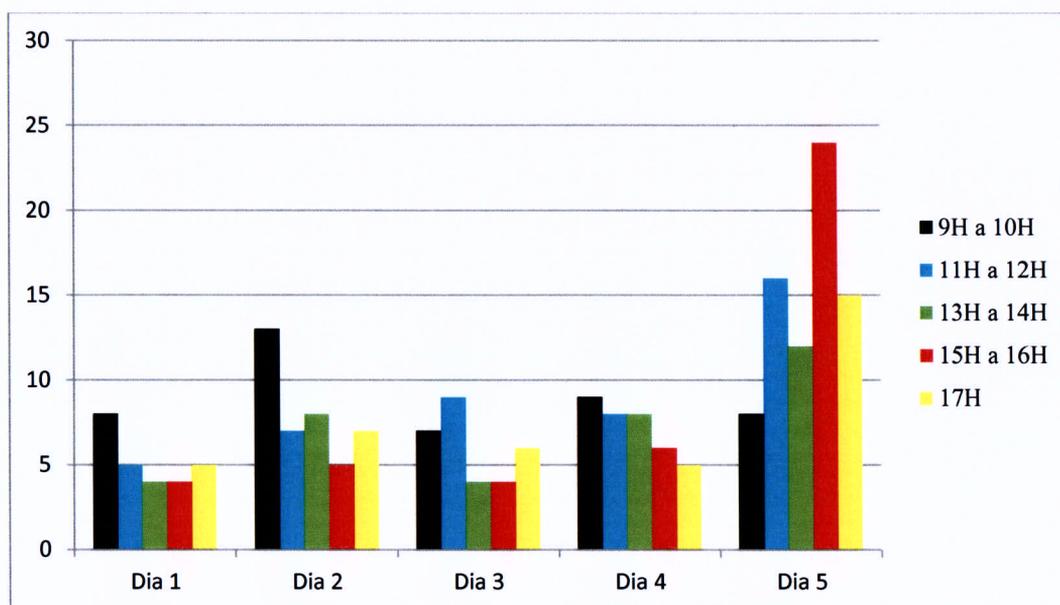
A capacidade de carga é definida como o número máximo de pessoas que podem visitar em simultâneo, determinada região sem destruir as condições físicas, ecológicas, económicas e socioculturais e sem causar redução inaceitável da satisfação dos visitantes (ZACARIAS, 2013). Os gráficos 1,2 e 3 vinde em anexos ilustram o número de pessoas que aderem a praia da barra em diferentes dias e horários, podendo se verificar em épocas não festivas uma fraca aderência a praia da barra e exactamente ao local de realização do festival da Barra/Tofo. Fenómeno que se diverge totalmente nas épocas próximas e durante o festival. Onde podemos observar uma aglomeração de pessoas muito acima do esperado e recomendado na praia da Barra, pessoas essas de diferentes idades e sexo provenientes de diferentes pontos da província de Inhambane e fora da província.

Figura 2: Numero de pessoas que se fazem a praia da Barra antes e depois do evento



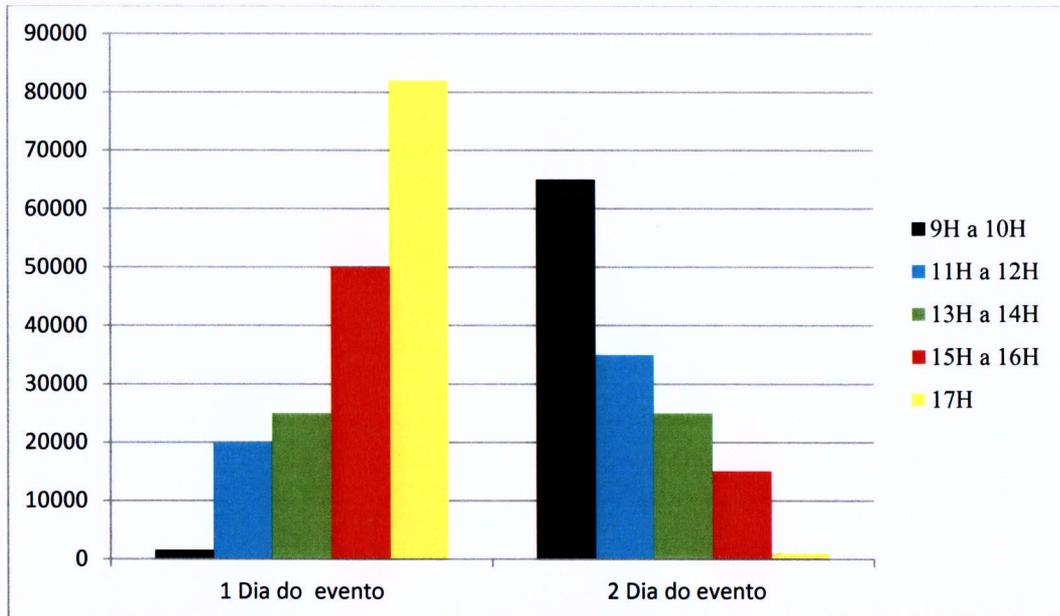
Fonte: O autor

Gráfico 1: Representação gráfica de número de pessoas que aderem a praia da Barra antes do evento



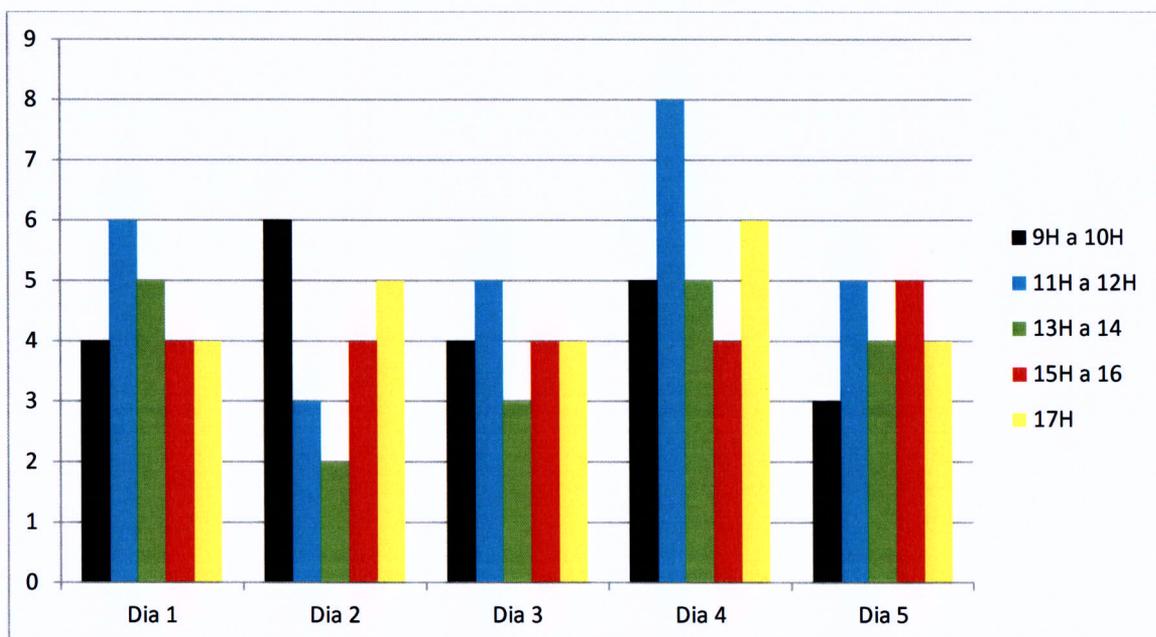
Fonte: O autor (2020)

**Gráfico 2: Representação gráfica do número de pessoas que aderem a praia da Barra nos dias do evento.**



Fonte: O autor (2020)

**Gráfico 3: Representação gráfica do número de pessoas que aderem a praia da Barra pós evento.**



Fonte: O autor (2020)

Resíduo compreende tudo aquilo que sobra de uma actividade qualquer. Ou seja, aquilo que popularmente é chamado de “lixo”. No entanto, há que se compreender que nas actividades humanas são gerados resíduos e não lixo. Como resíduos tais materiais possuem valores sociais, económicos e ambientais que podem ser preservados, a partir do descarte e colecta selectivos e consequente envio para reciclagem, ou até mesmo para a geração de energia. Mas, se descartado de forma comum os resíduos podem virar lixo. (LOGAREZZI, 2006).

Figura 3: Resíduos sólidos gerados antes do evento.



Fonte: O autor

A gestão dos resíduos sólidos na praia da Barra é feita pela equipe do CMCI mensalmente de modo a manter a praia constantemente limpa e saudável para os usuários daquela que é um dos maiores atractivos da cidade de Inhambane e durante o evento a recolha dos mesmos é feita através de tambores que são colados em pontos estratégicos para a recolha dos mesmos.

A praia é visivelmente limpa em quase todos períodos do ano facto que torna esta praia uma das mais limpas da cidade de Inhambane, mas este cenário não prevalece nas épocas do festival da barra onde podemos ver uma quantidade de resíduos sólidos no local do evento tais como (latas de refrigerantes, copos plásticos, caixotes, garrafas, plásticos). Alguns destes eram visíveis dentro da água da praia podendo poluir o oceano e colocando em risco a vida dos banhistas da praia e das espécies marinhas e também tornando a água imprópria para o banho. Neste evento é possível também ver aparelhagem de grande porte que são causadores de população sonora durante a realização do evento, e devido a existência de poucos sanitários públicos no evento alguns dos participantes de do evento realizavam as suas necessidades biológicas (Necessidades Maiores e menores) em lugares impróprios.

O conselho municipal da cidade de Inhambane junto com a empresa do sector privado Pro service foram os responsáveis pela retirada do lixo gerado durante o decorrer do evento, estas actividades começam a ser exercida no fim do evento onde são usados para a remoção do lixo tractores e tambores fixos de lixo.

Figura 4: Resíduos sólidos gerados durante o evento



Fonte: O autor

#### **CAPITULO IV: CONCLUSÃO**

O presente trabalho buscou estudar os impactos sócio-ambientais do turismo de evento nas zonas costeiras no município de Inhambane caso festival da Barra/ Tofo, sendo o festival da Barra/Tofo atractivo turístico de grande potencialidade turística na cidade de Inhambane verificou-se a necessidade de se estudar os impactos sócio-ambientais que advêm desde evento.

No que tange ao festival da barra a constatou-se que este evento é mais aderido por jovens dos 18 aos 25 anos de idade do sexo feminino provenientes de Inhambane e população local assim como os participantes fazem uma avaliação positiva pois a maior parte da comunidade local aproveita do mesmo para a venda de produtos artesanais e locais, os estabelecimentos hoteleiros próximos ao local da realização do festival ficam totalmente lotados podendo-se arrecadar maior renda aos estabelecimentos. O festival também é aproveitado para ser um meio de divulgação da cultura da cidade de Inhambane (musica, moda, artesanato e dança) também a realização de actividades desportivas (futebol de praia, vôlei de praia,) masculino e feminino, é notável a presença de vários artistas locais, não locais assim como internacionais tais como ( Valter Artístico , Os do Momentos, General Musica, Preto Show).

Entretanto pode-se se notar alguns aspectos negativos durante e pois o evento que caracterizaram o evento tais como a pouca presença de unidade de protecção e segurança pois notou-se a existência de indivíduos embriagados que se fizeram ao mar durante a realização do evento, a falta de sanitários públicos suficientes para fazer par ao publico que se fizeram presente no evento, a venda de bebidas a garrafa de vidro, garrafas estas que por vezes são jogadas no mar e por descuido dos consumidores são jogadas e partidas originando um grande perigo para os participantes do evento, consumo de excessivo de drogas, roubos, a falta de recipientes suficientes para melhor gestão dos resíduos sólidos gerados durante o evento (garrafas plásticas, plásticos, caixotes de cervejas, latas de refrescos e cervejas.), e em menor escala pode se notar defecação ao ar livre por parte dos participantes do evento. Foi notável a falta de um parque de estacionamento de viaturas, situação esta, que originou uma grande dificuldade para os condutores que estiveram presente no evento na hora da retirada dos seus veículos.

Este festival é a razão de deslocamento de várias pessoas de vários pontos do país ate fora do pais, facto este, que resulta da enchente no festival podendo ate atingir o limite de aderência recomendado.

## **CAPITULO V: RECOMENDAÇÕES**

- Aumento de sanitários públicos.
- Aumento de recipientes para melhor gestão de resíduos sólidos.
- Aumento de agentes de protecção e segurança.
- Aumento de agentes da saúde.
- Maior controlo nos produtos vendidos durante o evento.
- Aumento de transportes públicos para o evento.
- Criação de um parque de estacionamento.
- Aumento dos agentes de trânsito

## CAPITULO VI: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALLEN, Johnny , Organização e gestão de eventos. 2003 Editora: Campus.
2. ANDRADE, J. V. de. Turismo: Fundamentos e Dimensões. São Paulo: Editora Ática, 1992.
3. AZEVEDO, Helsio A. M. A. A segurança em territórios turísticos: o caso do município de Inhambane em Moçambique. 2014. 267 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Sócio ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014.
4. BARRETO, Margarita. Manual de Iniciação ao estudo do turismo. Campinas, SP. Papyrus, 1995.
5. BECKER, Howard S. Métodos de pesquisas em ciências sociais. 4 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
6. BRITO, S. P. (2002). Turismo: Os Últimos 90 Anos dos Primeiros Milénios. In Lopes, F. & Gamboa, T. (coord.), Com os Olhos no Futuro: Reflexões sobre o Turismo em Portugal (pp. 121-130). Lisboa: Conselho Sectorial do Turismo e União Europeia.
7. BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleh, 2002.
8. COLEMAN, J.S. Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling. Human Organization. V.17,1958p.28-36.
9. DENCKER, Adade Freitas Maneti. 1998. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo..
10. FUNIBER. Curso de Capacitação Técnica em Consultoria Turística. Florianópolis: Funiber, 2002.
11. GETZ, D. (2005). Event Management & Event Tourism (2ª edição). Nova Iorque: Cognizant Communication Corporation.
12. GETZ, D. (2009). Event Studies: Theory, research and policy for planned events (2ª edição). Oxford: Butterworth-Heinemann.
13. GIACAGLIA, M. C. Organização de eventos: teoria e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
14. GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

15. GOODE, W.J & HATT, P.K. Métodos em pesquisa social. São Paulo, Nacional, 1969.
16. GUNN, C., Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. (4ª ed.). Nova Iorque: Taylor & Francis Books
17. HENRIQUES, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
18. IGNARRA, Luiz Renato (2003) *Fundamentos do Turismo*. 2ª Edição. Thomson.
19. KREJCIE R. V. MORGAN, determining sample size for research activities 1997.
20. LOGAREZZI, A. Educação Ambiental em resíduo: uma proposta de terminologia. In: CINQUETTI, H., C., S. LOGAREZZI, A. (Org.). *Consumo e Resíduo -Fundamentos para o trabalho educativo*. São Carlos: EDUFSCAR, 2006.p. 85-117.
21. MARUJO, N. (2014): “Turismo e eventos especiais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira”
22. MARCONI, M. de A. LAKATOS. (1999) E. M. *Técnicas de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
23. MANN, Peter H. *Métodos de Investigação Sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.
24. MARCONI, M e LAKATOS, E. (2002). *Fundamentos de metodologia científica*, 5 ed. São Paulo: Atlas. 310 p.
25. MATIAS, Marlene. *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas*. Barueri: Manole, 2001.
26. MARTIN, Vanessa. *Manual prático de eventos*. São Paulo: Atlas, 2003.
27. MATHIESON, A. & Wall, G., 1982. *Tourism: economic, physical, and social impacts*. London: Longman.
28. MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
29. MAGRO, T. C. *Impacto do uso público de uma trilha no planalto do Parque Macional do Atiaia*. Tese de doutoramento. São Paulo: USP, 1999.
30. MCINTOSH, R. W., Goeldner, c. R. & Richie, J. R. B. (1995). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (7ª edição). Nova Iorque: John Willey and Sons.
31. MELO NETO, Francisco Paulo de. *Criatividade em eventos*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

32. MOTA, Keila Cristina Nicolau. Marketing Turístico: promovendo uma actividade Sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.
33. NHANTUMBO, Emídio S. Tendências de desenvolvimento do turismo e alterações na ocupação e utilização do espaço no MI. Inhambane: UEM, 2007.
34. OMT organização mundial de turismo, 2001.
35. PINHEIRO, José Maurício dos Santos. (2010) *Da iniciação científica ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia*. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda, 161.
36. RAJ, R., Walters, P., & Rashid, T. (2009). Events management: an integrated and practical approach. London: Sage publications.
37. RICHARDS, G. & Palmer, R. (2010). Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization. Oxford: Butterworth-Heinemann.
38. SCHLUTER, R. G. (2003). Metodologia da Pesquisa em Turismo e Hotelaria. São Paulo: Aleph.
39. SIMÕES, M.L.F. Os Eventos e a Atractividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa. 2012. 128 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Especialização em Gestão Estratégica de Eventos), Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal.
40. SILVA, J. A., Jafari, J. & Scott, N. (Eds.). (2010). Tourism Development and Management: Challenges and Opportunities for Algarve, Portugal. Faro: Universidade do Algarve. 124
41. SILVA, P. S.; ALMEIDA, M. V. Módulo Didático: Lixo, saúde e ambiente. Educação Ambiental Centro de Referência Virtual do Professor - SEE-MG / agosto 2010.
42. SMITH, A. (2012). Events and Urban Regeneration: The Strategic Use of Events to Revitalise Cities. Londres: Routledge
43. SORAYA, Sousa de Albuquerque, A importância dos Eventos para o desenvolvimento do turismo, 2004
44. VIEIRA J. M. (2007). Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo: Uma Perspectiva Estratégica. Lisboa: Verbo
45. ZACARIAS D.A. (2013) - Avaliação da capacidade de carga turística para gestão de praias em Moçambique: o caso da Praia do Tofo. *Revista da Gestão Costeira Integrada*.

46. ZANELLA, Luís Carlos. *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. São Paulo: Atlas, 2003
47. ZANELLA, L. (2004). *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização* (2. ed.). São Paulo: Atlas.
48. <http://www.world-tourism.org>
49. <http://www.aslaa.com.br/legislacoes/NBR%20n%2010004-2004.pdf>>

## APÊNDICES



Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

### Guião de entrevista para o festival da Barra/Tofo

O presente guião de entrevista visa colher a opinião da comunidade local sobre os impactos impactos sócio ambientais do turismo de evento nas zonas costeiras na Praia da Barra no âmbito da elaboração de uma monografia científica em cumprimento dos requisitos exigidos para a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane – ESHTI. O questionário é absolutamente confidencial e os dados serão usados, unicamente, para fins acima mencionados. A sua participação é muito importante, pelo que desde já, agradeço .

1. Sexo:  
Masculino ( )                      Feminino ( )
2. Local de origem  
Cidade de .....
- Província de .....
3. Idade  
18 a 25 Anos ( )      26 a 34 Anos ( )      35 a 42 Anos ( )      43 a 50 anos ( )
4. Como avalia o festival da Barra/Tofo?  
Bom ( )                      Razoável ( )                      Mau ( )
5. Como avalia o local do evento?  
Bom ( )                      Razoável ( )                      Mau ( )
6. O evento superou as suas expectativas?  
Sim ( )                      Não ( )
7. Existem trabalhadores que são da comunidade local que estão envolvidos na organização do festival?  
Sim ( )                      Não ( )
8. Quais são os benefícios do festival da Barra/Tofo traz para comunidade local

.....  
.....  
.....

9. Quais são prejuízos que o festival da Barra/Tofo traz para a comunidade local.

.....  
.....  
.....

10. Que sugestão daria para o próximo evento?

.....  
.....  
.....

11. Qual é base económica da população local?

.....  
.....  
.....

12. Quais as dificuldades enfrentadas pela comunidade durante a realização do festival Barra/Tofo?

.....  
.....  
.....

13. Qual é a relação existente entre os turista e comunidade local?

.....  
.....  
.....