



**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS**

**LICENCIATURA EM  
GESTÃO HOTELEIRA E TURISMO**

**TURISMO CULTURAL: O CARNAVAL COMO DIFERENCIAL  
COMPETITIVO DA OFERTA TURÍSTICA DE SÃO VICENTE**

**Autora:** Ana Paula Delgado Dias

**Orientador:** Mestre João Henrique Rêgo

**Mindelo, Julho de 2018**



**Universidade do Mindelo**

**Departamento de Ciências Económicas e Empresariais**

**TCC: TURISMO CULTURAL: O CARNAVAL COMO  
DIFERENCIAL COMPETITIVO DA OFERTA TURÍSTICA  
DE SÃO VICENTE**

**ANO LECTIVO 2017/2018 - 4ºANO**

**Autora:** Ana Paula Delgado Dias Nº 3215

**Orientador:** Mestre João Henrique Rêgo

**Mindelo, Julho de 2018**

**Autora:** Ana Paula Delgado Dias

**TURISMO CULTURAL: O CARNAVAL COMO DIFERENCIAL  
COMPETITIVO DA OFERTA TURÍSTICA DE SÃO VICENTE**

Declaro que esta Dissertação de Licenciatura é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas, nos anexos e na bibliografia.

A Candidata,

-----  
Ana Paula Delgado Dias

"Trabalho apresentado à Universidade do Mindelo como parte dos requisitos para obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo."

## Resumo

O Turismo é uma actividade que possibilita a deslocação de pessoas para um determinado destino permitindo a movimentação da economia e tal como se conhece actualmente é o vector de desenvolvimento da economia mundial principalmente para países que não possuem recursos naturais apostando cada vez mais na diversificação dos seus produtos, consistindo numa actividade económica geradora de empregos, com forte crescimento nos sectores de serviços principalmente nos que estão directamente ligados a indústria hoteleira e restauração, possibilitando que os destinos turísticos cresçam e se deixem desenvolver.

O turismo cultural pode ser considerado como turismo de experiência dada a sua complexidade que abrange, pois o turista cultural é aquele que tem por objectivo interagir com a comunidade receptora na participação dos eventos bem como as experiências vividas com o ambiente e a sociedade.

Para tal, o trabalho desenvolvido, tem por base analisar o carnaval como elemento da oferta turística de São Vicente com o objectivo de aumentar o fluxo de turismo cultural em São Vicente.

Existem determinadas regiões europeias que tem as políticas de repartição de férias por regiões e logo deve-se aproveitar isto para captar turistas para a ilha com objectivo de diminuir a sazonalidade turística em São Vicente vendo o carnaval como elemento da oferta turística nesse período.

A competitividade do carnaval envolve critérios onde aborda-se o ambiente, as infra-estruturas, a hospitalidade e o mais importante dentro desses elementos será o preço, pois ele é o determinante chave na tomada da decisão sobre as capacidades de viajarem.

O turismo em Cabo Verde ocupa um lugar de destaque, reflectindo com uma grande participação do crescimento do PIB cabo-verdiano.

**Palavras-chaves:** Turismo Cultural, Carnaval, Competitividade

## **Abstract**

Tourism is an activity that enables the movement of people to a specific destination, allowing the movement of the economy and, as it is known today, it's the vector of development of the world economy, mainly those in lack of natural resources, that invest in different products, creating an economic activity that can generate employment, with a strong growth on the service sectors, mainly those directly connected to the hotel and food industry, allowing the tourism destinations to grow and develop.

Cultural tourism can be seen as experience tourism given its complexity, since the cultural tourist goal is to interact with the host community participating in the events as well as experience with the surroundings and the society.

Therefore, the developed work is entitled Cultural Tourism: The Carnaval as a differentiating factor of the tourism offer on São Vicente, and aims to analyse the Carnaval as a tourism element with the goal of increase the flow of cultural tourism in São Vicente.

There are certain European regions that have the policies of distribution of vacations by regions and should therefore take advantage of this to attract tourists to the island in order to reduce the tourist seasonality in São Vicente, seeing carnival as an element of the tourist offer in that period.

The competitiveness of carnival involves criteria where the environment, super and infrastructure, hospitality and the most important within these elements will be the price, since it is the determinant on the decision-making for people to travel.

Tourism in Cape Verde occupies a prominent place, reflected greatly on the growth of the Cape Verdean GDP.

**Keywords:** Cultural Tourism, Carnival, Competitiveness

## Dedicatória

Á minha mãe, **Gertrudes Inocência da Luz Delgado,**

## **Agradecimentos**

Para a concretização deste trabalho foram muitas pessoas que estiveram ao meu lado, vossos contributos foram muito essenciais para que eu chegasse onde estou, assim agradeço:

Em primeiro lugar tenho uma ousadia em grande para agradecer a Deus pelo dom da vida, pela fortaleza, ciência e sabedoria por concretizar este trabalho tão importante no fim de mais uma etapa na minha vida.

A minha mãe Gertrudes Inocência da Luz Delgado e os meus irmãos.

Ao meu orientador, Mestre João Henrique Rêgo, pela dedicação, pelo profissionalismo e pelos conhecimentos que me transmitiu, pelas várias revisões do texto (organização, escrita e conteúdo) e por tudo no qual me ajudou durante à realização deste trabalho.

A todos os meus colegas da Universidade do Mindelo, durante os quatros anos de estudos, sobretudo pela amizade que criamos.

Um especial agradecimento ao meu amigo Aritson Brito.

A todos os docentes da Universidade do Mindelo, em especial aos do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo que foram tão importantes na minha vida académica e toda a comunidade educativa.

Ao meu namorado Noel Almeida Lopes.

Aos meus animais de estimação, pela companhia incondicional que sempre me fizeram durante todas as horas de estudo.

A Universidade do Mindelo.

As entidades acolhedoras que permitiram a realização dos estágios curriculares nomeadamente o Hotel Foya Branca Resort, Universidade do Mindelo, No Bai e Electra Norte, S.A.R.L.

Um bem-haja à todos que de uma forma directa e indirecta contribuíram para que a minha licenciatura chegasse ao fim.

## Epígrafe

*Jam conchia São Vicente*

*Na se ligria ne se sabura*

*Ma'm ce pud faze ideia*

*S'ma carnaval era mas sab*

*São Vicente e um brasilin*

*Chei di ligria chei di cor*

*Nes tres dia di loucura*

*Ca tem guerra e carnaval*

*Ness morabeza sen igual*

.....

*(Pedro Rodrigues)*

## Glossário de termos e abreviaturas

<b>AVT</b>	-	Agências de Viagens e Turismo
<b>AISET</b>	-	Association International d'Esperts Scientifiques du Tourism
<b>CMSV</b>	-	Câmara Municipal de São Vicente
<b>CST</b>	-	Contas Satélites do Turismo
<b>INE</b>	-	Instituto Nacional de Estatísticas
<b>IRTMSV</b>	-	Inventários dos Recursos Turísticos do Município de São Vicente
<b>OMT</b>	-	Organização Mundial do Turismo
<b>ONU</b>	-	Organização das Nações Unidas
<b>SPSS</b>	-	<i>Statistical Package for Social Science</i>
<b>TC</b>		Turismo Cultural
<b>WTO</b>	-	World Tourism Organization
<b>%</b>	-	Porcentagem

## Índice

<b>CAPÍTULO I</b> .....	15
Introdução.....	15
1.1 Justificativa da escolha do tema.....	15
1.2 Objectivos .....	17
1.2.1 Objectivo Geral.....	17
1.2.2 Objectivos Específicos .....	17
1.3 Hipóteses.....	18
1.4 Metodologia utilizada .....	18
1.5 Estrutura do trabalho.....	19
<b>CAPÍTULO II</b> .....	20
2 Metodologia .....	20
2.1 Métodos de Investigação .....	20
2.2 Recolha de dados .....	22
2.2.1 Inquérito por questionário .....	22
2.2.2 Entrevistas .....	23
2.2.3 Amostra .....	23
2.3 Área de estudo .....	24
2.4 Análise de dados .....	25
<b>CAPÍTULO III – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	26
3 Turismo – Conceitos .....	26
3.1 Conceito de turismo .....	27
3.2 Conceito de Turistas .....	31
3.2.1 Turista.....	31
3.3 Classificação do turismo .....	33
3.4 Modalidades do turismo.....	35
3.5 Impactos económicos do turismo .....	40
3.5.1 Impacto do Turismo Cultural .....	41
3.6 Produto Turístico Cultural .....	42
3.7 Oferta Turística Cultural .....	43
3.8 Competitividade.....	43
3.9 Procura Turística.....	45
3.9.1 Características Fundamentais da Procura Turísticas .....	46

---

3.10	Oferta Turística .....	46
3.10.1	Características da Oferta turística.....	48
3.10.2	Componentes da oferta turística .....	48
3.11	Produto Turístico .....	49
3.11.1	Características dos produtos turísticos .....	49
3.11.2	Ciclo de vida de um produto turístico .....	49
3.12	Sistema Turístico .....	50
<b>CAPÍTULO IV</b>	.....	<b>54</b>
4	Destinos Turísticos.....	54
4.1.1	Factores gerais de destinos turísticos .....	55
4.1.2	Marketing para o posicionamento de um destino turístico.....	55
<b>CAPÍTULO V</b>	.....	<b>57</b>
5	O turismo em São Vicente .....	57
5.1	Contextualização Histórica da Ilha de São Vicente.....	57
5.2	Evolução dos meios de hospedagens ou alojamentos existentes em São Vicente	58
5.2.1	Classificação dos Estabelecimentos Hoteleiros.....	58
5.2.2	Evolução dos estabelecimentos de alojamentos em São Vicente.....	59
5.3	A diversificação da oferta turística de São Vicente .....	60
5.3.1	Diversidades de Ofertas Turísticas em São Vicente.....	61
<b>CAPÍTULO VI</b>	.....	<b>62</b>
6	Contextualização histórica e evolução do carnaval.....	62
6.1	O Carnaval no Mindelo.....	64
<b>CAPÍTULO VII</b>	.....	<b>68</b>
7	Apresentação e análise dos resultados .....	68
7.1	Avaliação dos critérios relacionados com o Carnaval .....	75
7.2	Avaliação dos parâmetros direcionados aos serviços oferecidos durante a estada dos turistas. ....	79
7.3	Análise das entrevistas.....	80
<b>CAPÍTULO VIII</b>	.....	<b>86</b>
8	Conclusão da análise dos resultados .....	86
8.1	Considerações Finais .....	87
8.2	Propostas.....	87
9	<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	89

10	Anexos .....	95
10.1	Anexos .....	95

## Índice de Figuras

<b>Figura 3.1</b> - Relação entre Tempo Livre, Recreio e Turismo.....	27
<b>Figura 3.2</b> - Classificação dos viajantes .....	33
<b>Figura 3.3</b> - Tipos básicos de turismo .....	34
<b>Figura 3.4</b> - Formas de Turismo em relação a um dado país .....	35
<b>Figura 3.5</b> - Sistema Funcional do turismo .....	53

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 5.1</b> - Ofertas turística de São Vicente .....	61
<b>Tabela 7.1</b> - Avaliação dos critérios relacionados com o Carnaval.....	76
<b>Tabela 7.2</b> - Avaliação dos parâmetros direcionados aos serviços oferecidos durante a estadia dos turistas.....	79

## Índice Gráficos

<b>Gráfico 5.1</b> - Evolução dos estabelecimentos hoteleiros em São Vicente.....	59
<b>Gráfico 5.2</b> - Evolução da oferta de alojamento em São Vicente.....	60
<b>Gráfico 5.3</b> - Tipologia dos alojamentos turísticos em São Vicente no ano de 2016....	60
<b>Gráfico 7.1</b> - Género .....	68
<b>Gráfico 7.2</b> - Idade .....	69
<b>Gráfico 7.3</b> - Estado Civil.....	69
<b>Gráfico 7.4</b> - Nacionalidade.....	70
<b>Gráfico 7.5</b> - Frequência que passa o Carnaval em São Vicente.....	70
<b>Gráfico 7.6</b> - Canal de Produção.....	71
<b>Gráfico 7.7</b> - Motivo de passar o Carnaval em São Vicente .....	72
<b>Gráfico 7.8</b> - Duração da Estadia.....	72
<b>Gráfico 7.9</b> - Disponibilidade de alojamento.....	73
<b>Gráfico 7.10</b> - Tipo de Experiência .....	73
<b>Gráfico 7.11</b> - Avaliação da Oferta Turística em São Vicente .....	74
<b>Gráfico 7.12</b> - Avaliação dos Serviços Turísticos .....	75
<b>Gráfico 7.13</b> - Sugestões ou propostas de melhorias .....	76
<b>Gráfico 7.14</b> - Impressões finais do Carnaval .....	77
<b>Gráfico 7.15</b> - Análise Crítica 1.....	78
<b>Gráfico 7.16</b> - Análise Crítica 2.....	78

## **CAPÍTULO I**

### **Introdução**

Os benefícios económicos do turismo têm efeitos positivos na economia cabo-verdiana gerando rendimentos, reflectindo na maior parte na criação de empregos directos e indirectos, sendo o sector que domina a economia mundial e com uma contribuição de 21% do PIB cabo-verdiano. Estes efeitos podem ser vistos não só na criação de estabelecimentos hoteleiros e similares bem como na expansão ou criação de aeroportos internacionais e melhorias nas condições de acesso a Cabo Verde, sendo que neste país, o sector de serviço englobando o turismo, ocupa um lugar de destaque.

O turismo é a actividade que mais cresce nos últimos anos devido as suas peculiaridades do ponto de vista económico e hoje, apresenta-se como o motor do desenvolvimento económico de Cabo Verde, por isso é cada vez urgente e comum que exista uma visão partilhada e alargada sobre o seu crescimento de forma a conceber uma estrutura de planeamento.

Por outro lado, a crescente procura por destinos cada vez mais competitivos e com uma variedade de oferta turística, torna indispensável o estudo das condições de turismo de que dispõe.

Este trabalho tem como pressuposto o estudo do T.C, uma das modalidades mais praticadas a nível mundial, pois a estas viagens que tem por objectivos conhecer novas culturas, tradições e interagir com os outros com uma viagem ao passado e muito destas deslocações são provocadas pela necessidade de conhecer algo novo, ou seja, as manifestações culturais, os patrimónios materiais e imateriais de cada destino.

#### **1.1 Justificativa da escolha do tema**

Prodanov e Freitas (2013) enfatizam que a escolha do tema é a primeira etapa de um trabalho monográfico. Essa escolha deve levar em consideração alguns pré-requisitos, como a capacidade e a formação do pesquisador, as experiências e vivências profissionais, os conhecimentos anteriores, a relevância da pesquisa, ou seja, se o trabalho merece ser investigado cientificamente.

O aumento do tempo de lazer proporcionou o desenvolvimento do turismo, existindo diversas formas de turismo que nada têm a ver com o lazer exemplificando como o turismo de negócio, turismo de congresso (médicos) e desporto.

O desenvolvimento do turismo em Cabo Verde deu-se primeiramente na ilha do Sal com a abertura do aeroporto internacional Amílcar Cabral é só depois nas outras ilhas mais a leste como a Boavista e o Maio. O turismo de sol e mar foi o primeiro a ser desenvolvido e concentrou-se nas ilhas do Sal, Boa Vista e Maio, devido ao relevo pouco acidentado com extensas praias de areia branca ou dourada, águas cristalinas e temperadas, ideais para a prática de desportos náuticos como a natação e o mergulho, existindo também praias ventosas para a prática de desporto aquáticos como o windsurf, kitesurf e surf.

Este projecto tem como justificativa a confirmação do T.C, enquanto alternativa para o desenvolvimento de São Vicente tendo por base o carnaval muito celebrado pelos foliões nacionais, emigrantes e estrangeiros, uma vez que é uma das festas com muita adesão face as outras (como o a festa da passagem de ano, festas de romarias e o festival internacional de música que acontece na praia da Baía das Gatas), sendo possível alargar os horizontes de conhecimento servindo-se de ideias do passado para perspectivar o futuro.

A cidade do Mindelo foi escolhida em 2006 para capital lusófona da cultura, ou seja, no seio das Comunidades dos Países de Língua Portuguesa, o que por si só deixa a ideia que a cultura mindelense é reconhecida como tendo relevância e identidade própria no conjunto dos países integrantes da comunidade lusófona.

A ideia de trabalhar o T.C tem como objectivo propor um turismo diferente para a ilha de São Vicente cuja finalidade é de minimizar os impactos ambientais provenientes das pressões da orla costeiras advindas do turismo balnear, contribuindo para a sustentabilidade do desenvolvimento

O turismo pode provocar o fenómeno de aculturação em regiões onde a pressão é excessiva e a cultura local débil. Tal pode ocorrer em São Vicente. A ilha tem estado aberta a influências culturais muito variadas desde tempos imemoriais e no entanto nunca perdeu a sua identidade tendo conseguido desenvolver até os dias de hoje as suas manifestações culturais que mantiveram através dos tempos a traço inicial.

## 1.2 Objectivos

A definição do objecto de estudo pode ser caracterizada como um desdobramento da pergunta básica do estudo, ou seja, os itens que serão pesquisados para solucionar o problema de pesquisa. Prodanov e Freitas (2013)

Perante este trabalho pretendo debruçar sobre o turismo cultural, como veículo para o desenvolvimento da ilha nas suas diferentes vertentes, entre as quais o económico e o sustentável, mostrando o favorecimento da população local no envolvimento directo nas actividades geradores de economia bem como a sua percepção em relação ao ambiente.

### 1.2.1 Objectivo Geral

Está ligado a uma visão global e abrangente do tema Marconi e Lakatos (2003). Relaciona-se com o conteúdo intrínseco, quer dos fenómenos e eventos, quer das ideias estudadas.

- Analisar o Carnaval como um diferencial competitivo na oferta turística

### 1.2.2 Objectivos Específicos

Apresentam carácter mais concreto Marconi e Lakatos (2003). Têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objectivo geral e, de outro, aplicá-lo a situações particulares.

Com isto devo desenvolver os seguintes objectivos específicos:

- Caracterizar o carnaval como elemento da oferta turística bem como a ilustração dos principais componentes da oferta turística do carnaval.
- Demonstrar como o carnaval contribui para a redução de desemprego.
- Identificar as razões pelas quais, o carnaval mindelense é considerado um carnaval de referência a nível internacional
- Inventariar os grupos carnavalescos desde os remotos aos recentes para perceber a sua evolução ao longo dos anos.

### 1.3 Hipóteses

Prodanov e Freitas (2013), A hipótese de um trabalho científico é a suposição que fazemos, na tentativa de explicar o que desconhecemos e o que pretendemos demonstrar, testando variáveis que poderão legitimar ou não o que queremos explicar ou descobrir

Para Quivy & Campenhout (1998), a organização de uma investigação em torno de hipótese de trabalho constitui a melhor forma de a conduzir com ordem e rigor, sem por isso sacrificar o espírito de descoberta e de curiosidade que caracteriza qualquer esforço intelectual e de curiosidade. Além disso, um trabalho não pode ser considerado uma verdadeira investigação se não estiver estruturado em torno de uma ou várias hipóteses.

Do mesmo modo que (Fortin, 1996) realça que a hipótese combina o problema e o objectivo numa explicação ou predição clara e dos resultados esperados de um estudo. A formulação de uma implica a verificação de uma teoria ou, mais precisamente, das suas proporções.

Para isto a formulação da hipótese no que refere ao estudo de campo é:

**Hipótese:** A forma como está estruturado o carnaval, traduz-se num aumento da procura turística.

**Contra Hipótese:** A forma como está estruturado o carnaval não se traduz num aumento da procura turística.

### 1.4 Metodologia utilizada

De acordo com Marconi e Lakatos (2003), a especificação da metodologia da pesquisa é a que abrange maior número de itens, pois responde, a um só tempo, às questões como? Com o quê? Onde? Quanto?

Na elaboração do trabalho do trabalho recorreu a observação directa e indirecta, pretende-se fazer levantamento bibliográfico, questionários e entrevistas com o propósito de obtenção das principais informações na elaboração do trabalho científico.

## **1.5 Estrutura do trabalho**

O trabalho encontra-se dividido em oito capítulos. É feita a introdução no primeiro capítulo abordando a problemática em estudo, a justificativa da escolha do tema, o objecto de estudo, o geral e os específicos e as hipóteses. O segundo capítulo aborda toda a metodologia aplicada na sua elaboração. No terceiro capítulo faz-se a revisão dos conceitos chaves do Turismo. No capítulo quarto e quinto caracteriza-se a área de estudo. No sexto capítulo faz-se a contextualização histórica do Carnaval, no sétimo capítulo é feita a análise e apresentação dos resultados e no último capítulo apresenta-se as devidas considerações finais. Por fim apresenta-se a bibliografia consultada, anexos e apêndices.

## CAPÍTULO II

### 2 Metodologia

A metodologia (Canastra et al 2015) é determinada pela problemática e pela pesquisa de estudos já feitos, e é partir desta que poderemos ajustar a nossa opção metodológica. Por isso, o que determina esta fase é a problemática em estudo em articulação com a revisão de literatura.

Segundo Prodanov e Freitas (2013) a metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade.

Moreira (1994), defende que a metodologia deve ser definida como uma preocupação instrumental que cuida dos procedimentos, ferramentas e caminhos, isto é, as formas de fazer ciência.

#### 2.1 Métodos de Investigação

Este trabalho revela-se como sendo exploratório e descritiva, tendo em conta que serão feitas o levantamento bibliográfico, aplicação de questionários e a realização de entrevistas.

Dencker (2007), salienta que a pesquisa exploratória procura aprimorar ideias ou descobrir intuições (...) caracteriza-se também por possuir planeamento flexível envolvendo o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes.

Tem como pressuposto fazer levantamentos de possíveis autores que tem dado o seu contributo para melhor explicar o turismo cultural bem como os artigos científicos, fruto de trabalhos de investigação em livros e revistas científicas. Inclui também para o aumento do enriquecimento do trabalho pesquisas em sites credenciados como a Organização Mundial do Turismo (OMT), Instituto Nacional de Estatísticas (INE) e também em Contas Satélites do Turismo (CST).

Após as recolhas das informações segue-se o processo de tratamento das entrevistas e questionários para demonstrar todas as informações adquiridas.

Há que reconhecer no entanto no entanto que, a investigação científica poderá apresentar dificuldades face a carência de fontes bibliográficas disponíveis.

Com base nisto pretendo alcançar conhecimentos que me permitam o desenvolvimento dos objectivos, chegando a conclusões, que serão certamente uma mais-valia para o trabalho final.

Após a definição do tema segue-se a selecção dos métodos de investigação para dar continuidade ao processo de investigação, onde pode ser encontrada algumas limitações no que diz respeito a ausência de livros;

Os métodos utilizados na recolha de informações serão o método qualitativo e quantitativo, ou seja, baseada em entrevistas recaindo sobre historiadores, presidentes dos grupos de Carnaval e vereador do turismo e os questionários recaem sobre os turistas que vierem passar o Carnaval em São Vicente.

Em seguida com as informações recolhidas nas entrevistas e questionários feitas, segue-se o tratamento de dados demonstrando os resultados finais. Posteriormente com a recolha das informações para elaborar o projecto, o primeiro passo a dar será a revisão da literatura, mostrando a ligação entre o turismo cultural com o crescimento da oferta turística, porém deve ser analisada os principais contributos de diversos autores no que diz respeito a sua perspectiva das suas definições do turismo. Feita a revisão da literatura será enriquecida igualmente com a análise de revistas científicas disponíveis tanto em formato digital como em formato impresso prosseguindo assim os estudos no método empírico realçando o carnaval como um diferencial competitivo na oferta turística. Outro aspecto importante assenta na identificação dos principais equipamentos da oferta turística de São Vicente existentes.

A análise e a discussão dos resultados serão apresentadas na última etapa do trabalho, para que no fim possam ser apresentadas as principais conclusões.

Os procedimentos metodológicos utilizados para a recolha e interpretação dos resultados, irão permitir confirmar ou não a (s) hipótese (s) e os objectivos da investigação. Para uma melhor compreensão deste capítulo, segue-se mais detalhadamente a apresentação de

cada ferramenta utilizada, bem como das etapas que foram empreendidas em todos os processos.

## **2.2 Recolha de dados**

Os dados são resultados obtidos juntos dos inquiridos durante os dias do Carnaval com a aplicação de questionários na recolha de informações e através das entrevistas feitas aos presidentes ou fundadores dos grupos carnavalescos do Mindelo, historiadores e aos vereadores do turismo e cultura da ilha.

O processo de preenchimento dos questionários decorreu entre os dias 13 á 16 de Fevereiro do corrente ano, enquanto que as entrevistas decorreram de acordo com a disponibilidade de cada um.

No que se refere a entrevista, este teve como foco saber a opinião de cada elemento, para perceber a sua visão que tem sobre o carnaval.

### **2.2.1 Inquérito por questionário**

Existe diferentes meios que permitem chegar á informações pretendidas e isso depende do grau de importância do estudo e com a quantidade de informações que se pretende recolher, para isto o questionário será um dos instrumentos mais adequado.

Através dos questionários é possível estar em contacto directo com os turistas, interagindo com eles fazendo com que eles expressam as suas próprias opiniões através das perguntas abertas existentes no questionário.

Devido ao tempo limitado, é possível recolher através dos questionários muitas informações com um número considerável de turistas num curto espaço de tempo que só através da aplicação de questionário será possível obter.

Sousa e Baptista (cit.in. Vilelas 2009, p.287) o questionário constitui um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando-se, geralmente na inquirição de um grupo representado da população em estudo.

Para isto, Quivy e Campenhoudt, (2005), salientam que os inquéritos por questionários, consistem em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma

população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, ou familiar, as suas opiniões, as suas atitudes em relação às opções, ou questões humanas, sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimento ou de consciência de um acontecimento, ou ainda, sobre qualquer ponto de interesse do investigador.

Segundo Vicente et al (1996), o questionário constitui o instrumento por excelência de recolha de informação numa sondagem (...) a sua concepção merece atenção, nomeadamente, definição do conteúdo e da forma do questionário, que é assegurado através de perguntas que nele constam a fim de obter informações necessárias para dar resposta aos objectivos do estudo.

### **2.2.2 Entrevistas**

Vilelas (2009), a entrevista é uma forma específica de interação social que tem como objectivo, recolher dados para uma investigação. O investigador faz perguntas as pessoas capazes de fornecer dados de interesse, estabelecendo um diálogo peculiar, assimétrico, onde uma das partes procura recolher informações, sendo a outra fonte dessas informações.

Quivy (2008) sublinha que as entrevistas nas suas diferentes formas, os métodos de entrevistas distingam-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interação humana. Corretamente valorizados, estes processos permitem ao investigador retirar das entrevistas informações e elementos de reflexão muito ricos e matizados.

Ketele (2006) referencia a entrevista como um método de recolha de informações que consiste em conversas orais, individuais, ou de grupos, com várias pessoas selecionadas cuidadosamente, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspectiva dos objectivos da recolha de informações.

A entrevista na perspectiva de Andrade (2006) é entendida como um instrumento eficaz na recolha de dados fidedignos para a elaboração de uma pesquisa.

### **2.2.3 Amostra**

Para Barañano (2004) a amostra corresponde á uma fracção da população total em estudo, tendo por base a obtenção de informação necessária sobre essa população no momento certo e ao menor custo possível.

A amostra pode ser definida segundo Vicente et all (1996) como um subconjunto de elementos pertencentes a uma população.

A amostra foi elaborada de acordo com o universo, onde de acordo com Baptista (2012) pode ser infinita quando é maior que 100.000 unidades ou caso seja finita é menor que 100.000.

Para saber qual seria a dimensão da amostra foi feita uma análise em todos os hotéis e similares na cidade do Mindelo e nas periferias para saber qual é capacidade de alojamento e quantos turistas estavam previstos a esperar durante os dias de carnaval. Junto dos responsáveis dos hotéis que autorizaram a aplicação dos questionários foi possível construir a amostra. Somando as respostas de cada estabelecimento sobre o número de turistas que estavam a esperar, foi possível ter uma população de 1200 turistas, N=1200 turistas.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Z^2 \cdot p \cdot q + E^2 (N - 1)}$$

Denker (2007), Onde, N=1200, assumindo assim o tamanho da população em estudo, o nível de confiança foi de 95 % e para tal  $Z^2=1,96$  é o valor crítico associado ao nível de confiança estabelecido p e q são probabilidades associadas à característica em estudo: Turismo Cultural como um diferencial competitivo da Oferta Turística de São Vicente.  $E^2$  está de acordo com 5% da margem do erro pré estabelecido.

Através do cálculo, chegou a conclusão que era possível aplicar cerca de 191, mas em contrapartida apliquei quatro a mais excedendo a regra chegando a um total de 195 questionários aos turistas que passaram o carnaval em São Vicente.

O preenchimento dos questionários foram com sucesso, embora certos constrangimentos não poderia faltar.

### 2.3 Área de estudo

As pesquisas de campo foram realizadas na ilha de São Vicente, porque nesta ilha realiza-se o melhor carnaval de Cabo Verde que é só comparável ao de São Nicolau e por não ser somente o local de residência académica mas também por ser a ilha onde eu moro.

## 2.4 Análise de dados

Após a recolha de dados quantitativos, isto é, os questionários seguiu-se o tratamento com base no programa SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), na versão 20.0 e com o tratamento dos dados é possível extrair informações importantes com uma melhor interpretação.

## CAPÍTULO III – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 3 Turismo – Conceitos

Com o intuito de definir o turismo, torna-se necessário fazer um levantamento dos diferentes conceitos, abordando o ponto de vista de cada autor, que no entanto chegam a conceitos semelhantes. O turismo desde sempre esteve relacionado com o lazer. O aumento do tempo disponível, associado a melhores condições salariais e a entrada da mulher no mercado de trabalho, permitiu que as famílias da classe média, pela primeira vez tivessem o acesso as férias.

A Revolução Industrial ocorrida no século XVIII, permitiu o aumento da produção e a redução dos horários de trabalho, bem como a introdução do direito de férias, contudo as revoluções vieram trazer respostas a muitos problemas, como o surgimento da mecanização e a diminuição do tempo de trabalho passando para oito horas por dias, exigências de férias pagas e também com o direito ao descanso semanal. Isto foi um dos grandes passos para o turismo na medida em, que os trabalhadores passaram a ter mais horas de descanso, o tempo de lazer aumentou e com as férias pagas permitiu assim que não só as classes médias viajassem mas também as classes mais baixas.

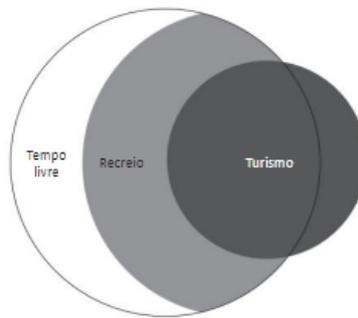
Para Larizzati (2005), na Grécia Antiga, o lazer era visto não como um mero “tempo livre” mas sim, actividades que estivessem essencialmente ligadas à aprendizagem ou cultivo do “eu”, isto é, corpo e espírito (chamavam de *scholé*, que deu origem as palavras *escola e ócio*). Platão e Aristóteles afirmavam que o contraste do lazer não se fazia apenas ao trabalho, pois deveria haver um contraste à “acção”. O lazer não poderia ser ou estar ligado a uma ocupação, pois daí não seria lazer. O divertimento e a recreação tinham uma importância para melhorar o estado espírito para o trabalho, e assim não eram considerados lazer.

Para Castro (2005) “ Lazer, portanto é entendido como o que é permitido ou como a faculdade de usar o tempo livre de acordo com o alvitre de cada um.”.

ONU (1988) cit, in Cunha (2013) O tempo de lazer não significa inação e, em regra, é um tempo de ocupação com actividades de livre escolha dos indivíduos «tendo por objectivo restaurar o bem-estar físico e psicológico, favorecer o desenvolvimento pessoal e enriquecer o potencial intelectual.

Dumazedier (1997) cit. in Rejowski e Costa (2003 p. 207) “ Conjunto de ocupações as quais os indivíduos podem entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se ou recrear-se e entreter-se ou, ainda, para desenvolver sua informação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.”

Parker (1978) cit, in Almeida e Araújo (2012 p.6), Lazer é o tempo de que um indivíduo dispõe, livre de trabalho e de outros deveres, e que pode ser utilizado para fins de repouso, divertimento, actividades sociais ou aprimoramento pessoal”



**Figura 3.1** - Relação entre Tempo Livre, Recreio e Turismo.

**Fonte:** Cunha (2013)

Conceituar o turismo constitui uma tarefa nada fácil, na medida em que cada autor elabora uma definição na sua visão técnica, económica e holística, daí que estão a falar de uma actividade multifacetada em que, qualquer conceito ainda que poderá conter todos os componentes evidenciados apareça sempre incompleto.

### 3.1 Conceito de turismo

A palavra *tour* (Theobald, 2001:31) cit. in Abranja et all (2012, p.5) deriva, etimologicamente, do latim *tornare* e do grego *torno*, que significam “uma volta em círculo”, o movimento ao redor de um ponto central”.

Para Marques (2005) a palavra «turismo» nasceu do vocábulo inglês *tour*, que significa «excursão» ou «viagem», com vista a um certo número de locais. Refere-se a uma deslocação em lazer ou em negócios. O termo *touring* aplica-se às viagens por prazer e as que apresentam características culturais ou desportivas.

No primeiro momento podemos identificar a relação que se estabelece entre o homem e o turismo, dada a sua natureza o homem sempre teve a necessidade de viajar e conhecer novos lugares, daí que nem sempre as actividades por ele desenvolvidas podiam ser vistas como turismo, e é nesta linha que Cunha (2013) nos diz que o turismo é:

“Um conjunto de actividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, atracções e os meios de que originam as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de uma e de outra”.

No turismo nem todas as actividades desenvolvidas no local receptor são directamente para os turistas, uma vez que, determinados bens e serviços que são criados para os residentes mas que podem ser utilizados por turistas, daí que muitas empresas fornecem serviços e produtos tanto aos residentes como turistas podendo ser consumidos em simultâneo, isto veio a ser demonstrado por Silva (2013) enfatizando que:

“O turismo não se circunscreve a uma determinada lista de actividades ou produtos que se podem considerar tipicamente como turísticos (por exemplo, hotéis e agências de viagens), compreendendo qualquer actividade realizada ou produto consumido por uma pessoa, desde que para fora do seu ambiente habitual e sem comprometer os demais dois pressupostos (duração da deslocação inferior a 1 ano e não exercício de uma actividade remunerada no destino).”

Abranja et all (2012)

“ Toda a viagem realizada para fora do domicílio habitual por um período superior a 24 horas e inferior a 1 ano, por motivos de lazer.

Por sua vez os autores Goldner e Ritchie (2012) conceituaram o turismo do modo seguinte:

“O turismo pode ser definido como o processo, actividades e os resultados decorrentes das relações e das interacções entre turistas, fornecedores de turismo, governos anfitriões, comunidades de acolhimento e ambientes circundantes envolvidos na actuação e hospedagem de visitantes. Turismo é um conjunto composto de actividades, serviços e indústrias que oferecem uma experiência de viagem: transporte, alojamento, estabelecimentos de comidas e bebidas, lojas, actividades, instalações e outros serviços de hospitalidade disponíveis para indivíduos ou grupos que estão viajando longe de casa.

Wall e Mathieson (2006) acrescentam que:

“O turismo compreende as actividades de pessoas que viajam e se mantêm em locais fora do seu ambiente habitual por menos de um ano consecutivo para fins de lazer, negócios e outros fins não relacionados ao exercício de qualquer actividade remunerada no local visitado.”

Para Rejowsky e Costa (2003)

“o turismo é, antes de mais nada, uma prática social, convertida em actividade económica, que vem mudando de sentido ao longo da historia.(...)”

De acordo com estes autores o foco é que, o turismo é um fenómeno social, sendo assim é uma tendência que marca as actuais sociedades e que cresce a cada ano e ao longo dos tempos vê-se que surge ainda novas modalidades de turismo.

De acordo com Lew et all (2004)

“ O turismo constitui apenas uma forma de mobilidade temporária orientada para o lazer e que ao fazer parte dessa mobilidade, está simultaneamente a ser modelado por ela e a molda-la.”

Já Andrade (2002) defende que:

“O turismo como um complexo de actividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, actividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.”

Para Sharpley e Telfer (2002) explicam que:

“O turismo é uma actividade que engloba indivíduos que viajam em seus próprios países ou internacionalmente, e que interagem com outras pessoas e lugares. Envolve pessoas que são influenciadas e motivadas pelas normas e transformações em sua própria sociedade e que carregam consigo sua própria "bagagem cultural" de experiência, percepções e padrões. É, em suma, um fenómeno social que invoca o movimento das pessoas para diversos destinos e (temporários) permanecem lá.

Com o intuito de obter uma definição mais concreta e credível, a OMT (1997) definia o turismo como:

“As actividades das pessoas viajando para e permanecendo em lugares fora do seu ambiente usual por não mais que um ano consecutivo, por lazer, negócio ou outra razão. Cit.inVieira (2007)”

The Tourism Society, (1979)

Turismo é qualquer actividade relacionada ao movimento temporário e de curto prazo de pessoas a destinos fora dos locais em que normalmente moram ou trabalham, e suas actividades durante uma estada nesses destinos. Cit.in Middleton e Clarke (2002)

Ainda que o turismo é vista como uma actividade económica, o principal objectivo é fazer com que no local de recepção as suas necessidades sejam satisfeitas, devendo ser acompanhado pelos serviços de transporte e alojamento.

AIEST (1954) definiu o turismo como:

“Um conjunto de relações e manifestações que se originam com uma viagem e com uma estadia temporal do visitante, sempre que desta estadia não resulte uma actividade lucrativa.”Cit.in Marques (2005p.29)

Um dos conceitos mais antigos que podemos encontrar é dado aos professores suíços que deu a importância de realçar o ambiente habitual, mas ainda a questão do limite de permanência não era estudada, em que segundo eles, Hunziker e Krapf (1942) citada por Henriques (2003, p. 21)

“O turismo é uma deslocação e permanência pouco prolongada de indivíduos fora da respectiva área de residência habitual (...) não motivada por nenhuma actividade directamente lucrativa.”

A primeira definição que é designada como a mais antiga, que ainda se pode verificar refere-se ao autor Schattenhofen (1910) cit. in Dias (2003, p.28) afirmando que:

“A soma das operações, principalmente de natureza económica, que estão directamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.”

Ainda que, este seja o primeiro conceito que apareceu e muitos autores tem como referência contudo esta definição apesar de ser o primeiro do ponto de vista de (Cunha 2013), (Dias 2006),e (Henriques 2003) revela-se insuficiente, na medida em que a determinação do limite de permanência não é revelado e não apresenta quais são os motivos da viagem no turismo.

O Turismo pode ser visto e definido também segundo duas perspectivas, e de acordo com Cunha (2006) de um lado refere o ponto de vista da procura e do outro refere o lado da oferta, e aborda os seguintes conceitos:

Do **ponto de vista da procura** o turismo resulta da deslocação temporária de pessoas para lugares situados fora do seu ambiente habitual, com objectivos diferentes de obter uma remuneração, de todas as actividades que aí desenvolvem e experiências que obtêm.

Do **ponto de vista da oferta** o turismo pode ser encarado como como todo o vasto conjunto de lugares, organizações, empresas, profissões e relações que se combinam para satisfazer as necessidades decorrentes das viagens temporárias.

### 3.2 Conceito de Turistas

Não se conhece o momento exacto do aparecimento da palavra, mas é geralmente aceite que tem origem nas viagens que os ingleses se habituaram a realizar no continente europeu, para complemento da sua educação, sobretudo a partir dos finais do século XVII, durante as quais se realizavam o *Grand Tour* (Boyer, 2000 cit. in Cunha 2013). Aqueles que participavam nestas viagens, passaram a ser conhecidos por «turistas» (*touriste*) e a actividade que deram origem passou a designar-se por turismo. Alguns autores identificam o ano de 1760 (Fuster,1967, cit.in Cunha 2013) como aquele que a palavra *tour* aparece documentalmente mas é a partir da publicação em 1838, das *Mémoires d'unTouriste* de Stendhal que se generaliza a expressão turistas (*touriste*).

#### 3.2.1 Turista

Abranja et all (2012) definiu turista como:

“Toda a pessoa que se desloca fora do seu lugar habitual de residência, com um objectivo que não seja o de cumprir uma actividade remunerada com a

duração de permanência mínima de uma noite. Esta deslocação pode ser nacional ou internacional.”

Cunha (2006)

“Turista é todo o visitante que passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento colectivo ou num alojamento privado no local visitado.”

Marques (2005) classifica como:

“Turista estrangeiro” o indivíduo que se desloca para um país distinto daquele onde tem o seu domicílio habitual, por tempo não inferior a 24 horas. Os que fazem dentro do seu país de origem praticam o chamado “turismo interno”

WTO (1994)

“Considera-se turista qualquer pessoa que passe, pelo menos, 24 horas fora da sua residência habitual ou pernoite noutra local, no próprio país ou no estrangeiro, por motivos de não exercício de uma actividade remunerada permanente no destino visitado.” Cit.in Costa et all (2004 p. 3)

A fim de estabelecer uma relação entre turistas, viajante e visitante do dia, a ONU (1993) estabeleceu o conceito dos seguintes termos:

- Turista é todo o visitante que passa pelo menos uma noite num alojamento colectivo ou num alojamento privado no local visitado.
- Viajante é toda a pessoa que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual durante um período inferior a 12 meses consecutivos e cujo motivo principal da visita é outro que não seja o de exercer uma actividade remunerada no local visitado.
- Visitante do dia (*same-day-visitor*), em substituição do termo «excursionista», é todo o visitante que não passa a noite no local visitado, incluindo os passageiros de cruzeiros e as tripulações de meios de transporte desembarcadas. Cit.in Cunha (2013, p. 7)

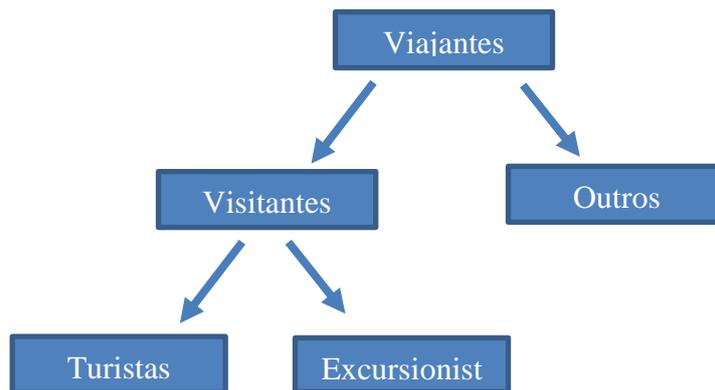
Para Lickorish e Jenkins (2000)

“O termo visitante tem com finalidade estatística descrever-se como qualquer pessoa que viaje para um lugar que não seja o de sua residência, por menos de

12 meses, e cujo objectivo principal da viagem seja de outro que não o exercício de uma actividade remunerada no país visitado.”

Holloway, (1989) (cit, in Marques 2005 p. 27) diz que:

“Turista como sendo aquele que (...) viaja por período de 24 horas ou mais, de um país para outro (...) Excluíam-se as viagens no país de residência habitual.”



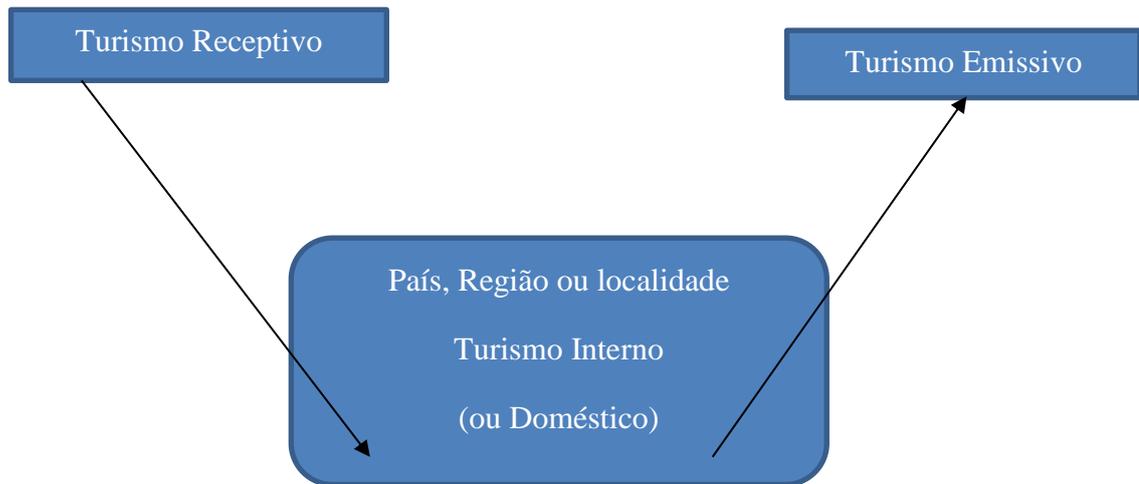
**Figura 3.2** - Classificação dos viajantes  
**Fonte:** Cunha (2013)

### 3.3 Classificação do turismo

Cunha (2013) identifica diversos tipos de turismo a partir de várias formas, entre as quais:

#### Segundo a ordem dos visitantes

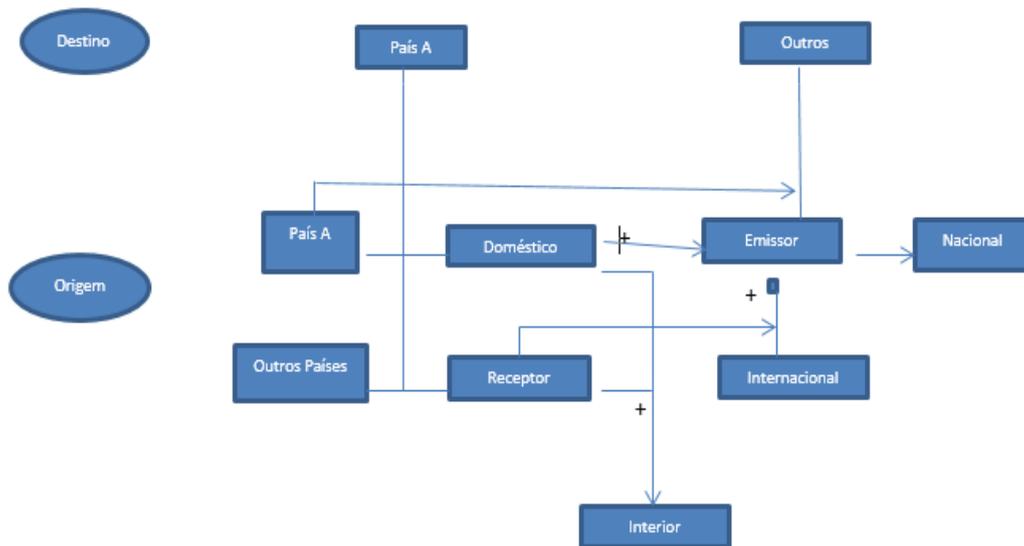
- **Turismo doméstico**
- **Turismo receptor** (*inbound Tourism*)
- **Turismo Emissor** (*outbound tourism*).



**Figura 3.3** - Tipos básicos de turismo  
**Fonte:** Dias (2006)

No caso de haver travessia fronteiriça, os três tipos de turismo mencionados anteriormente podem combinar-se entre si, dando origem a três formas de turismo:

- **Turismo interior** agrupa o turismo interno ou doméstico e o receptor.
- **Turismo nacional** agrupa o turismo interno e o turismo emissor
- **Turismo Internacional** abrange todas as deslocações que obrigam a atravessar uma fronteira.



**Figura 3.4 - Formas de Turismo em relação a um dado país**  
**Fonte: Cunha (2013)**

### Segundo a repercussão na balança de pagamento

- **Turismo Externo passivo.** (*outgoing*)
- **Turismo externo activo** (*incomimg*)

### Segundo a duração e permanência

- **Turismo de passagem.**
- **Turismo de permanência**

### 3.4 Modalidades do turismo

As crescentes necessidades das pessoas a viajarem levam-nos a identificar uma grande variedade de motivos que os obriguem a sair da sua residência habitual a procura de novas experiências que são oferecidas no local de destino.

“As modalidades turísticas existem porque há valores inerentes as formas convencionais e as realidades intrínsecas da própria maneira de ser do turismo. No entanto, as diversas motivações de viagens e, conseqüentemente, os diversos tipos de turismo existem por causa da diversidade de modos de educação, da desigualdade de níveis pessoais, grupais e do poder aquisitivo, além da diversificação etária, das oportunidades e das necessidades atendíveis. Andrade (2002)

Agrupando, pelos motivos que levam as pessoas a viajar é possível identificar uma grande variedade de tipos de turismo.

### **Turismo de Recreio**

Cunha (2013), as deslocações incluídas neste tipo são aquelas que têm na sua origem motivos de relaxamento físico e mental, na obtenção de um benefício da saúde, de recuperação dos desgastes provocados pelo *estresse*, ou pelos desequilíbrios psicológicos provocados pela agitação da vida moderna ou pela intensidade do trabalho.

### **Turismo Étnico**

Cunha (2013), refere-se a deslocações de pessoas para estabelecerem contacto com grupos de pessoas ou comunidades que se caracterizam por modos de vida e de culturas exóticas ou de muitos distintos daqueles que se verificam nas civilizações de tipo urbano.

### **Turismo de Natureza**

O turismo de natureza manifesta-se de duas maneiras diferentes: o turismo ambiental e o turismo ecológico (Graburn, 1989) cit.in Cunha (2013, p.35). O ambiental relaciona-se com vários aspectos da terra, do mar e do céu e com o seu estado de pureza; por sua vez, o turismo ecológico ou ecoturismo inclui viagens para áreas naturais com o fim de observar e compreender a natureza e a história natural do ambiente tendo cuidado de manter inalterável a integridade do ecossistema.

### **Turismo de Negócio**

Incluem-se neste grupo Cunha (2013) as deslocações organizadas pelas empresas para os seus colaboradores, quer como prémios quer para participarem em reuniões de contacto com outros que trabalham em locais ou países diferentes, bem como as viagens para efectuar relações públicas e que, no conjunto se designam por «viagens de incentivos».

### **Turismo Sol e Mar**

É o produto que melhor responde à parcela mais significativa das correntes turísticas oriundas dos países tradicionalmente emissores da Europa e o que origina as maiores correntes turísticas a nível mundial.

A exploração deste tipo de turismo limita-se, porém às zonas litorais levando à concentração turística e a um elevado grau de sazonalidade. Adaptado Cunha (2013)

### **Turismo de Saúde**

Cunha (2013) conjunto de produtos que tendo a saúde como motivo principal, têm por fim proporcionar aos turistas o bem-estar físico ou mental.

### **Turismo Desportivo**

Cunha (2013) “ No âmbito desta rúbrica há que distinguir no turismo desportivo aquele que é praticado pelos próprios turistas e o desporto com incidência turística, isto é, a actividade de espectáculo público em que os turistas participam em espectáculos.

### **Turismo Religioso**

Marques (2004), é o tipo de turismo que movimenta indivíduos em cumprimento devoto feitos ou por imposição da religião professada, o que leva o devoto a visitar os lugares considerados santos.

### **Turismo cultural**

O T.C contribui em grande parte para o desenvolvimento de local de um determinado país, com isto é possível que as comunidades receptoras podem interagir com os turistas demonstrando os seus modos de vida, usos e costumes, e o mais importante envolvendo-os nas suas manifestações culturais.

Cunha (2013), dada a impossibilidade de separar a cultura da história, incluímos no turismo cultural as viagens provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os conhecimentos, de conhecer as particularidades e os hábitos de outros povos, de conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado, do presente, ou ainda satisfação de necessidades espirituais.

Julião (2012) enfatiza que o T.C é definido como visitas de pessoas fora da comunidade de acolhimento motivadas totalmente ou em parte pelo interesse histórico e cultural, científico, pelo “lifestyle” ou pelo património oferecido por uma comunidade, região, grupo ou instituição.

Para o Ministério do Turismo do Brasil (2010), o T.C compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do património histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Barreto (2007), para entender o conceito de T.C é preciso primeiramente entender as tipologias turísticas tanto as que definem os tipos de turistas quanto as que definem os tipos de turismo.

Fuster (1967, cit. in Cunha 2013,) realça que uma das mais importantes motivações do T.C é o desejo de conhecer outros povos e o seu modo de vida bem como conhecer as civilizações do passado. Como o modo de vida de cada povo é influenciado pelas suas tradições, pela cultura e pela história, os valores artísticos e monumentais fazem parte do turismo como “factor de primeira grandeza”.

Barreto (2007), T.C é todo o tipo de turismo no qual o principal atractivo não é a natureza, mas um aspecto da cultura humana, que pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer dos aspectos abrangidos pelo conceito da cultura.

Mac Cannel (2003) (cit, in Cunha 2013) define o T.C como um conjunto de meios que permite aos visitantes conviverem com os modos de vida autênticos de outras comunidades e de poderem desfrutar de todas as suas heranças e dos seus conhecimentos seja qual for pelo qual os expressam.

Andrade (2002) o T.C abrange as viagens exclusivamente das actividades que se efectuam através de deslocamentos para satisfação de objectivos de encontro com emoções artísticas científicas, de formação e informação nos diversos ramos existentes, em decorrência das próprias riquezas da inteligência e da criatividade humana.

(Blackwell 1997) e (Boniface 1998), (cit, in Mahieson e Wall (2006) para eles o T.C envolve turistas que expiram e têm contato com uma população hospedeira e suas expressões culturais, experimentando a singularidade de sua cultura, património e pessoas do seu lugar. Os turistas estão motivados por tais experiências e, a partir delas, aspiram a ser entretidos e educados.

Deste modo, o nascimento do turismo moderno assenta numa base cultural e educativa foi o desejo de aumentar os conhecimentos, de complementar a educação e de visitar os testemunhos do passado que deu origem as viagens que hoje enquadrámos na designação genérica de turísticas. O destino começou por ser um acto de eminentemente cultural para, depois passar a ser também outras coisas: repouso, evasão, reencontro, aventura, diversão, desporto, saúde entre outras.

Entendido na acepção de produto comercializável o turismo cultural é um dos produtos turísticos com maior expansão a nível mundial, com um crescimento médio anual de 15%, ou seja, quatro a cinco vezes superior ao crescimento estimado do conjunto das viagens turística, assumindo assim, uma importância cada vez maior no turismo actual.

Com efeito a OMT estimam que 37%, de todas as viagens envolvem um elemento cultural e, em muitos países, o turismo de base cultural predomina já sobre os outros tipos de turismo. (Cunha 2003)

De acordo com a Carta do Turismo Cultural de 1979, o T.C é aquele que tem por objectivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios históricos-artísticos. Exerce um efeito realmente positivo sobre este tanto quanto contribui para satisfazer os seus próprios fins a sua manutenção e protecção. Esta forma de turismo justifica, de facto, os esforços que tal manutenção e protecção exigem da comunidade humana, devido aos benefícios socioeconómicos que comporta para toda a população.

OMT (1985) propõe uma definição mais ampla e outra mais restrita do T.C. A mais ampla define o turismo cultural como toda a viagem que pela sua natureza satisfaz a necessidade de diversidade, de ampliação de conhecimento, que todo o ser humano traz em si. A mais restrita compreende a viagem por motivos unicamente culturais ou educativos. Cit.in Henriques (2003, p.49)

A Carta Internacional do Turismo Cultural de 1979 tem por objectivo

- Facilitar e encorajar as pessoas envolvidas na conservação e na gestão do património a tornarem o significado desse património acessível à comunidade residente e aos visitantes.

- Facilitar e encorajar a indústria do turismo a promover e a gerir o turismo sob formas que respeitem e que valorizem o património e as culturas vivas das comunidades residentes.
- Encorajar a formulação de planos e de políticas para o desenvolvimento de objectivos pormenorizados e mensuráveis, e de estratégias relacionadas com a apresentação e a interpretação dos sítios património e das actividades culturais, no contexto da sua preservação e conservação.

No T.C podem ocorrer diversas mudanças, normalmente devido à factores que são introduzidas com a passagem do tempo ou com o fenómeno de aculturação, mudanças essas que podem ser provocadas tanto por factores externos como internos. Com isto para provar a veracidade Mathieson e Wall (2006) afirmam que a mudança cultural pode acontecer como resultado de:

- A modificação do nicho ocupado por uma sociedade.
- Mudanças no habitat de uma sociedade induzindo á mudanças que podem envolver adaptação e mudança cultural.
- O contacto entre duas sociedades com diferentes culturas pode levar a mudanças em ambos os grupos.
- As mudanças evolutivas que ocorrem dentro de uma sociedade.

### 3.5 Impactos económicos do turismo

O turismo é um sector de serviço que na sua vertente económica gera muito rendimento, se bem que, se for aproveitada da melhor forma contribui para o desenvolvimento da economia local, uma vez que, através dos investimentos gerados pela actividade, é que se pode notar os impactos advindos do turismo, contribuindo para a melhoria das condições de vida, criação de postos de trabalhos directos e indirectos, contudo arrasta uma série de impactos económicos que são tantos positivos como negativos.

Na vertente económica, de acordo com Lage e Milone (2001) podemos classificar em:

- **Impactos directos;**
- **Impactos indirectos;**
- **Impacto induzidos;**

Dos impactos positivos segundo Lage e Milone (2001) que podemos extrair da actividade turística são:

- O turismo aumenta a renda do lugar visitado via entrada de divisas, no local de destino os gastos que os turistas provenientes de outras regiões efectuam nessas zonas representam entradas de recursos na economia dessas áreas.
- O turismo estimula rendimentos e gera empregos. A indústria turística necessita de grandes investimentos em super e infraestrutura, uma vez que está em constante evolução, também proporciona emprego para o número elevado de trabalhadores.
- O turismo como meio de redistribuição de riquezas, quando um turista obtém renda num lugar e gasta em outro, com o propósito de viagem, ocorre uma distribuição de riquezas.
- Os efeitos multiplicadores do turismo. O turismo promove renda para os empregos de hotéis, restaurantes, transportes, áreas de lazer e entretenimento e em menor grau, para muitos negócios comerciais vizinhos.

Do lado negativo, Lage e Milone (2001) dos impactos económicos podemos destacar os seguintes:

- **A pressão inflacionária**
- **A grande dependência com relação ao turismo**
- **Custos sociais e ambientais,**
- **Prioridades de investimento**

### **3.5.1 Impacto do Turismo Cultural**

O desenvolvimento de uma sociedade ao longo dos tempos tem um passado histórico e cultural que se manifesta ou é celebrado a cada ano, porém tais manifestações como o religioso, festas populares e culturais vão perdendo traços culturais, a medida que as sociedades crescem e as pessoas mudam, e estão sujeitas a sofrer o fenómeno de aculturação, isto é, as sociedades recebem influências de outras culturas, importando culturas e os traços culturais que os caracterizam vão se perdendo. Para isso deve-se trabalhar as culturas locais de modo que as tradições não se perdem tentando fazer o resgate as tradições já perdidas.

Ainda que os impactos advindos do turismo cultural estão directamente relacionados com a maneira com que ocorre as viagens e o turismo afectando as pessoas e as suas comunidades, esses impactos são menos tangíveis que os impactos económicos, contudo são mais difíceis de quantificar.

Por isso os autores Lickorish e Jenkins (2000) defendem que:

O turismo cultural pode gerar custos sociais em geral difíceis de estimar, mas que nem por isso são menos importante. Um exemplo é a ameaça aos hábitos tradicionais de cada país e, muitas vezes, de regiões específicas. Entretanto, o turismo pode se tornar o elemento que irá garantir a manutenção de certas tradições originais que atraem os turistas. É importante proteger e manter a herança cultural (...)

O turismo no local de destino provoca uma diversidade de impactos culturais e gerando consequências tanto positivas como negativas para o local de recepção, contudo será de mais valia identificar os aspectos positivos do turismo cultural a serem considerados na perspectiva de Dias (2006) são:

- **Conservação da herança cultural,**
- **Fortalecimento da identidade cultural,**
- **Intercâmbio cultural**

Além dos impactos positivos do turismo cultural, Dias (2006) pode-se também mencionar que os impactos negativos do turismo cultural, há sempre o risco de que um excesso de comercialização provoque uma perda de autenticidade nos produtos culturais oferecidos aos turistas, que podem ser modificados para atender à demanda turística, por exemplo, localidades podem recorrer a uma produção industrializadas ou semi- industrializadas dos seus produtos culturais mais expressivos, caso os artesãos locais não atendem a demanda dos visitantes, neste caso, ocorrerá maior padronização e uma evidente perda de autenticidade.

### **3.6 Produto Turístico Cultural**

São considerados produtos do T.C aqueles que têm a capacidade de atrair o visitante, que lhes possibilitam formas de interação para vivenciar seus significados, garantem as condições adequadas para a visita, disponibilizam os serviços necessários para sua permanência e definem as circunstâncias para que a visita aconteça. (Ministério do Turismo do Brasil, 2010)

### 3.7 Oferta Turística Cultural

No ponto de vista da oferta segundo Rowe (2001), (cit. in Ferreira 2012) podemos entender como:

Compreende os recursos turísticos culturais e todo o local histórico e religioso, artes e práticas tradicionais, festas, feiras, museus de todo o tipo, artes performativas, artes visuais, músicas, desportos, aspetos gerais do estilo de vida das comunidades, bem como outros tipos de recursos patrimoniais que os turistas visitam na busca de experiências culturais.

### 3.8 Competitividade.

Quando se fala em competitividade, a imagem que vem em primeiro lugar é o conflito entre duas coisas, constituindo uma dificuldade na sua interpretação, por isso, de acordo com o Ministério do Turismo do Brasil (2010), o desenvolvimento do setor turístico é uma estratégia utilizada por diversos países para competir no mercado globalizado na atualidade. Isso deve-se ao fato de que, dentre os setores económicos inseridos nos cenários de constantes inovações e procura por produtos e serviços diferenciados, o turismo apresenta-se como um dos principais setores capazes de promover a aceleração económica e, ao mesmo tempo, incremento nas áreas social, cultural e ambiental.

Uma empresa é competitiva quando consegue diferenciar-se num determinado mercado, obtendo retornos acima da média do capital investido, ou seja, face às regras estabelecidas pela indústria, consegue colocar-se numa situação de vantagem diante dos seus concorrentes.

Batista (2013) realça que a competitividade faz-se presente no mundo contemporâneo (sociedade, estado e iniciativa privada), e com o surgimento de entidades que zelam para o desenvolvimento do Turismo, competir de maneira participativa e interativa entre estados, municípios e regiões torna-se algo necessário para o desenvolvimento da atividade turística e da sociedade em geral. Cabe ressaltar que o turismo vive uma outra era, na qual, proporcionalmente as vantagens comparativas aumenta a competitividade entre os destinos e organizações, por tudo isso, se faz necessário a existência de novos fatores determinantes que proporcionem a competitividade ao destino.

De acordo com Coral et al (2004) não basta conseguir uma posição de vantagem, é preciso mantê-la ao longo do tempo. Assim, para que uma posição de vantagem possa ser sustentada no longo prazo, a empresa necessitará de monitorar constantemente as variáveis que afectam a sua competitividade e se posicionar de uma forma sempre diferenciada dos seus concorrentes, implementando estratégias que não possam ser facilmente imitadas pelos mesmos.<sup>1</sup>

Crouch e Ritchie, (1999) (cit.in Gândara et al 2014), a competitividade de destinos turísticos pode ser definida, como um conceito multidimensional, que requer a superioridade em diversos aspectos para ser obtida. É um conceito dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado. Embora o conceito de competitividade seja mais simples de se compreender, quando se tenta estudar e medir a competitividade entre os destinos turísticos, fica claro o quão difícil é de defini-la.

Ritchie e Crouch, (2003) (cit. in Sette et al 2004) acrescentam ainda que a competitividade é capacidade de aumentar os gastos dos turistas no local e atrair cada vez mais visitantes enquanto proporciona satisfação e experiências memoráveis, fazendo-o de forma rentável e proporcionando melhoria do bem-estar dos residentes e preservação do capital natural do destino para as futuras gerações

Segundo a Conta Satélite do Turismo de Cabo Verde, os destinos mais procurados, á nível nacional adoptando a divisão que já é feita com as ilhas, no se refere ao turismo, pode-se notar que competitividade é sentida no seio de todo o arquipélago, pois nas ilhas mais á norte como, Sal, Boa Vista e Maio, podemos encontrar grandes cadeias hoteleiras de renome a nível mundial, pois é nelas que se pode ver o maior número de turistas e a procura é direccionada ao sol e mar e desportos náuticos e aquáticos, as ilhas montanhosas com capacidade para a prática do turismo de montanha, e de natureza, como caminhadas, observação da flora e da fauna, ou ainda, por motivos científicos, as áreas protegidas dos parques naturais existentes nas restantes ilhas de Cabo Verde.

---

<sup>1</sup> [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2004\\_enegep1002\\_0574.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2004_enegep1002_0574.pdf) XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004

A ilha de São Vicente apresenta alguns traços que podem ser considerados competitivos em relação às outras ilhas, isto porque é uma ilha cosmopolita caracterizada pela existência de uma atmosfera calma e das suas noites quentes com uma diversidade de espaços nocturnos de diversão durante os fins-de-semana.

Factores como a existência de um bom porto com capacidade para atracar cruzeiros de grande porte e dum aeroporto internacional contribuem para que o número de turistas em São Vicente aumente.

### **3.9 Procura Turística**

A procura turística tem por base a aquisição de diversos tipos de serviços e produtos que os turistas adquirem num dado lugar, isto porque, tem por base a satisfação das necessidades de quem os procura.

Cunha (2013), a expressão procura turística traduz as diversas quantidades de bens e serviços que os visitantes, residentes e não residentes, adquirem num dado momento. Deste modo, a procura turística é o conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam na qualidade de visitantes adquirem para realizar as suas viagens, expressos em termos de quantidade.

Henriques (2003)

“ A procura turística relaciona-se com as diferentes quantidades de bens e serviços turísticos que os consumidores querem e podem comprar num determinado momento.

Mathieson e Wall (2006)

“ A procura turística é o número total de pessoas que viajam ou desejam viajar, usam as instalações e serviços em locais afastados dos locais de trabalho e de residência.

Neste sentido na visão dos autores, se a procura exceder a fronteira do país implica também o consumo de alojamento.

Dias (2003)

“A demanda turística pode ser definida como a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a dado preço, em determinado período de tempo.

Para isso a procura turística assume quatro dimensões: Cunha (2013)

- **Procura Física.**
- **Procura Monetária**
- **Procura Geográfica**
- **Procura Global**

Como já vimos a nível da procura há diversos modos de quantificá-la, pois é através das diferentes modalidades que podemos identificar diversos fenómenos como a quantidade de pessoas que se deslocaram a um determinado lugar, bem como o gasto realizado no destino, qual foi a origem do visitante e o seu destino e também a quantidade de turistas que saíram do seu local de residência.

### **3.9.1 Características Fundamentais da Procura Turísticas**

- Crescimento constante
- Heterogeneidade
- Concentração, que pode ser no tempo, no espaço ou em atractivos.

Para que a procura turística cresça é necessário criar meios e diversificar os equipamentos de atracção e de oferta dando respostas as novas tendências no turismo.

### **3.10 Oferta Turística**

A oferta turística veio como resposta para a procura turística, uma vez que no turismo a procura e a oferta andam de mãos dadas, pois a medida que a procura aumenta, a oferta tem que responder as necessidades dos turistas.

Cunha (2013) define a oferta turística como conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram

criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação.

Dias (2006), define a oferta turística como tudo aquilo que faz parte do consumo turístico, incluindo bens e serviços públicos e privados prestados ao turista, recursos naturais e culturais, eventos, actividades recreativas etc.

A oferta turística Henriques (2003) é constituída por todos os elementos que contribuem para a satisfação das necessidades de ordem psicológicas, física e cultural que estão na origem das motivações dos turistas.

Lage e Milone (2001) “ A oferta turística, pode ser definida, como o conjunto de atracções naturais e artificiais de uma região, assim como de todos os produtos turísticos a disposição dos consumidores para a satisfação de suas necessidades.”

A oferta turística engloba todos os aspectos que podem satisfazer as necessidades dos turistas existindo numa dada localidade.

A oferta turística é composta por todos os elementos que contribuem para a satisfação dos desejos dos visitantes, assim como das suas necessidades de ordem física e psicológica, que estão na origem das suas motivações. A oferta turística engloba todos os bens e serviços que na região-destino tem para oferecer aos efectivos e potenciais turistas e excursionistas e que influenciam a escolha e a preferência dos mesmos. O potencial de uma área de recepção turística só pode ser desenvolvido, avaliado e apreciado mediante a qualidade de infra-estruturas e superestruturas e serviços que disponibilizam. Abranja et al (2012)

Para isso Lickorish e Jenkins (2000), defendem que, embora os níveis da renda real arbitrária sejam os principais determinantes da demanda do turismo, também existem factores de oferta que levam os turistas a determinados destinos. Alguns desses factores incluem a oferta de acomodação e de comodidades e o fácil acesso ao destino. Esses factores combinados podem ser considerados como uma medida da atractividade do destino.

### 3.10.1 Características da Oferta turística

#### Cunha (2013)

- Os bens produzidos não podem ser armazenados
- O consumo turístico é condicionado pela presença do cliente
- Simultaneidade da produção com o consumo
- A oferta turística é imóvel
- O produto turístico é um compósito
- Intangibilidade

### 3.10.2 Componentes da oferta turística

A oferta turística de um destino Cunha (2013), seja de um país, uma região ou uma localidade, é sempre constituída por um vasto conjunto de elementos, mais ou menos diversificados.

São as seguintes principais:

- **Recursos turísticos**
- **Infra-estruturas**
- **Equipamentos.**
- **Acessibilidade e transporte.**
- **Hospitalidade e acolhimento.**

Tendo em conta o objectivo da oferta este pode ser ainda classificado de acordo com Cunha (2006):

- **Oferta turística de atracção.**
- **Oferta turística de recepção.**
- **Oferta turística de fixação ou retenção.**
- **Oferta turística de deslocação.**

### **3.11 Produto Turístico**

Kotler (1997), (cit.in Cunha 2006), o produto poderá ser qualquer coisa com a capacidade de satisfazer as necessidades humanas e passível ser trocada por outra mercadoria, a um determinado preço.

Cooper et all (1998:390) (cit.in Abranja et all 2012), o produto turístico é um conjunto de elementos que podem ser comercializados directa ou indirectamente, motiva as deslocações gerando uma procura. Este é um compósito de tudo o que pode experimentar, consumir, observar e apreciar durante uma deslocação.

Segundo a OMT (1999:38), a elaboração de um produto turístico implica a definição correcta de bens e serviços que se consideram como específicos no turismo, que irão resultar em produtos específicos. Abranja et all (2012, p.21)

#### **3.11.1 Características dos produtos turísticos**

- **Intangibilidade;**
- **Perecibilidade;**
- **Inseparabilidade;**
- **Heterogeneidade;**

Martins (2004) (cit. in Abranja et all 2012) o produto turístico apresenta ainda outras características especiais, que implica uma gestão especializada.

- **Compósito;**
- **Variabilidade;**
- **Partilhado com os residentes;**
- **Sazonalidade.**

#### **3.11.2 Ciclo de vida de um produto turístico**

De acordo com Costa et all (2004) o produto turístico engloba as seguintes fases:

##### **1º Fase – Exploração**

A fase de exploração ocorre em torno de mudanças ambientais, sejam elas económicas, sociais, político-legais ou tecnológicas, que proporcionam o surgimento de um novo produto.

### **2º Fase Envolvimento**

A designação desta fase decorre do envolvimento dos agentes locais na prestação de serviços aos turistas. Esta fase constitui a charneira entre a exploração e o crescimento.

### **3º Fase – Desenvolvimento**

É o período que se regista o maior crescimento, quer da procura, quer da oferta.

### **4º Fase Consolidação**

A transição para esta fase ocorre após o final de um período de elevado crescimento.

### **5º Fase Estagnação**

Constitui a fase mais crítica, pela incerteza que encerra em termos de futuro.

### **6º fase- Pós estagnação**

Atingida a estagnação, colocam-se três cenários genéricos:

- **Estabilização;**
- **Rejuvenescimento;**
- **Declínio,**

## **3.12 Sistema Turístico**

O turismo no ponto de vista económico estabelece a relação entre uma grande variedade de unidades. Neste sentido, o turismo relaciona-se com diversas entidades, empresa públicas e privadas, no contexto sociocultural, o político-económico e também o ambiental. Para isso há que captar uma relação entre as diversas interdependências entre os diversos componentes de um sistema turístico bem como o relacionamento.

De um modo genérico podemos definir sistema no ponto de vista de Beni (2007) como um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo

com um plano ou princípio, ou conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios, logicamente coordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo.

Na perspectiva de Cunha (2013) define sistema como um conjunto de elementos inter-relacionados, coordenados de forma unificada e organizada, para alcançar determinados objectivos.

Do ponto de vista turístico podemos definir o sistema turístico, Cunha (2013) como sendo um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de carácter funcional e espacial, como sejam as zonas de proveniência dos visitantes (emissoras), as zonas de destino, as rotas de trânsito e todas as actividades que produzem os bens e serviços turísticos (actividade turística).

Como podemos ver no turismo, o sistema é constituído por vários subsistemas onde decompõem e são interligados entre si formando as estruturas interna entre si, de tal modo que a mudança de um implica uma mudança de outro ou outros, o que provoca o mau funcionamento de todo o sistema, e se as partes que constituem o sistema trabalharem de forma organizada e unificada o sistema funciona de forma eficaz e a a importância de cada elemento é vital.

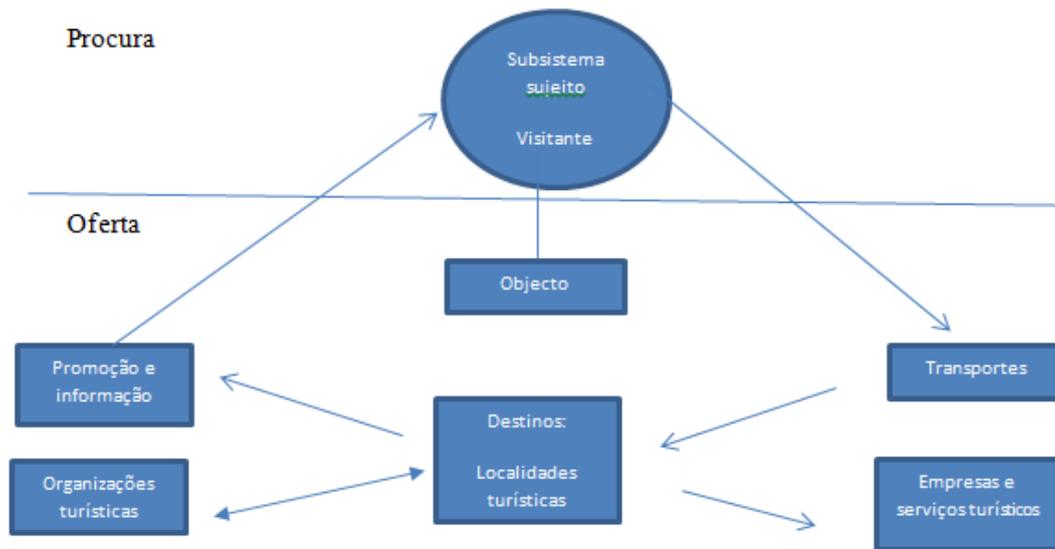
Do lado da oferta, podemos verificar que os organismos responsáveis devem trabalhar de modo que os equipamentos de oferta respondem as necessidades dos turistas, onde Lainé (1980) (cit. in Cunha 2013) diz que as zonas emissoras e as regiões que visitam (receptoras) se estabelecem conexões e relações profundas, pela utilização, por parte dos turistas, de transportes, estabelecimentos hoteleiros ou restaurantes. Estabelecem também relações com as populações da região que os recebem provocando impactos de natureza sociocultural e económica.

Henriques (2003) defende que, uma vez que o destino possui uma combinação única de características determinadas pela sua localização, cultura e história, será de se esperar que se desenvolvam modelos sistemáticos específicos para cada um desses destinos.

Na decomposição do sistema do lado da procura se não houver condições nas zonas emissoras que facilitem a procura de uma determinada região como sejam os motivos

personais e organizações internas do país isto pode levar que as potenciais zonas receptoras não tenham a possibilidade de receber turistas e de não se desenvolverem, o que acontece do mesmo modo que nas zonas receptoras pode haver muita oferta, mas devido a factores internos como conflitos, instabilidade política e económica e insegurança leva que a procura diminui ou que o potencial desenvolvimento do turismo pode não crescer ou mesmo desaparecimento de mercados do turismo.

Na figura abaixo pode-se observar que, para que o sistema turístico funcione há que haver um conjunto de factores e organizações locais, pois no que diz respeito aos transportes segundo (Cunha, 2013) são os componentes do sistema que garante a ligação entre a residência e o local de destino, constituindo um subsistema complexo que integra as vias e os meios de transporte, as instalações e os equipamentos nos locais de partida e de chegada, bem como as estruturas organizativas. A promoção e a informação são formadas pelo conjunto de actividades, iniciativas e acções que, por um lado, influenciam as pessoas a tomar decisões sobre as viagens e, por outro lhes proporcionarem os conhecimentos para obter a máxima satisfação das suas viagens. As empresas e serviços turísticos constituem, sob o ponto de vista económico, a mais importante componente funcional do sistema e inclui a parte fundamental da produção turística: prestação de serviço de alojamento, alimentação, distribuição, diversão, ocupação de tempos livres e de outros serviços. As organizações, entendidas como o conjunto de áreas de responsabilidade que visam garantir o funcionamento do sistema, são formados pelos serviços do estado, autarquias, organismos públicos locais e associações profissionais.



**Figura 3.5** - Sistema Funcional do turismo  
Fonte: Cunha, 2013

## CAPÍTULO IV

### 4 Destinos Turísticos

O desenvolvimento dum destino turístico está inteiramente ligado ao produto oferecido, devendo estar de acordo com as respostas do cliente. Tal desenvolvimento acontece por intervenção de diferentes meios entre os quais temos as infraestruturas de apoio, os meios de transporte responsáveis pelas ligações terrestres, marítimos e aéreas, os meios de alojamento, restauração equipamentos de animação e retenção, são de extrema necessidade para permitir a presença do turista num determinado destino, pois a medida que aumenta a permanência do turista no destino, aumenta as receitas geradas pelo mesmo.

O estudo dos destinos turísticos torna-se cada vez mais importante para o interesse de diversos pesquisadores, principalmente com a pertinência dos fenómenos de deslocamento de grande número de pessoas sobretudo a nível internacional.

Os destinos são delimitados por uma área geográfica, podendo ser uma cidade, um país ou uma ilha, tornando-se relevante para o indivíduo que o escolhe, que no ponto de vista seja diferente, porque cada destino possui as suas peculiaridades como os motivos que levaram a chegar até ao destino, a cultura, a hospitalidade as facilidades de acesso entre outros factores.

Há que ter em conta que os destinos turísticos devem-se ser analisados para saber o nível de ponderação do destino, uma vez que, a imagem de qualquer destino pode influenciar na sua escolha.

Madeiras (2010), diz que o destino turístico contempla todo o conjunto de elementos e organizações que desenvolvem a actividade turística e contribuem para o produto turístico.

Para Dias (2006), uma destinação turística pode ser considerada uma localidade, região ou um país que recebe visitantes que para lá se dirigem para passar um período relativamente curto.

Cunha (2006) afirma que, para o turismo, a noção de destino é mais relevante pelas suas implicações económicas, sociais, políticas, geográficas e ambientais, é aquela que permite

identificar os espaços nos quais se operam processos de transformação que podemos designar por turistificação, que origina uma nova realidade novas relações com vista á satisfação de necessidades turísticas.

É de notar, no entanto que, Barros (2002) diz que a procura de destinos turísticos implica uma separação da vida quotidiana resultante de motivações e necessidades a satisfazer, assim como escolhas e preferências.

Beni (2007) sublinha que não existem países turísticos competitivos, mas sim países com determinados produtos turísticos competitivos. Um mesmo produto turístico pode ser competitivo em uma outra parte do país e não ser no restante.

#### **4.1.1 Factores gerais de destinos turísticos**

Piñole (2006) defende que para materializar os produtos ou viagens os agentes valoram que os destinos ou regiões do mundo contam com os seguintes factores:

- Recursos Turísticos que satisfazem as principais necessidades e expectativas dos viajantes.
- Situação próxima a mercados emissores, para que os possíveis clientes tenham um acesso mais rápido e a um custo menor.
- Cómodos acessos, desde o exterior (avião, rodovias,...) como requisito imprescindível para uma chegada.
- Investimentos de Operadores Turísticos e grupos turísticos nos diversos serviços turísticos que se necessitam, estruturados em diferentes categorias e com uma adequada relação qualidade/preço.
- Protecção do meio ambiente natural e cultural, como exigência do mercado actual e do futuro.
- Política turística de promoção que ajude o agente na comercialização.

#### **4.1.2 Marketing para o posicionamento de um destino turístico.**

A abordagem do marketing ao turismo (Costa et all 2004) é vista fundamentalmente, de acordo com duas perspectivas, que se encontram inter-relacionadas. Por um lado, a abordagem do marketing para promover e revitalizar os destinos turísticos, e, por outro,

a abordagem do marketing mais orientado para as organizações. É de facto a sua conjugação que permitirá obter vantagens competitivas sobre os demais concorrentes.

Todavia (Costa et al 2004) defendem que, os objectivos de atração de cada localidade determinam as estratégias a definir, os recursos a utilizar, os produtos a valorizar e os planos a aplicar que sendo reprodutíveis de uma localidade para outra, obrigam a um estudo estratégico cuidado. As especificidades de cada local são influenciadas, entre outros por um vasto número de factores, onde se incluem a localização, o clima e os recursos naturais, os valores sociais e histórico-culturais, são fundamentalmente das relações entre os autores intervenientes, nomeadamente no que respeita a sua capacidade de liderança, de participação na vida política, de criatividade e de criação de projectos.

Os destinos turísticos devem apontar minuciosamente o meio envolvente para identificar as suas estratégias de marketing, portanto, reconhecer os desafios dos novos meios de comunicação, que se vêm afirmados cada vez mais numa sociedade marcada pelo desenvolvimento tecnológico, com a rápida circulação de informação entre os turistas que estão cada vez mais bem informados sobre os destinos, pode tornar-se crucial para os destinos turísticos.

Qualquer que seja a estratégia para posicionar um destino, o objectivo principal é a criação de uma imagem ou um *slogan* que fica retida pelos consumidores ou os potenciais consumidores, daí que, o objectivo principal da estratégia, promoção ou facilitação tem sempre uma importância vital a desempenhar ao escolher as preposições de comunicação específicas que servem para identificar, posicionar e diferencia-los dos outros destinos.

Para isto será de extrema importância analisar quais são os principais recursos turísticos de cada destino, para ter conhecimento sobre os meios que se devem adoptar para o desenvolvimento dos mesmos, analisando o seu potencial e associando com o desenvolvimento dos produtos turísticos adaptando a oferta turística local de forma a ser viável seleccionar as opções para o desenvolvimento do turismo local.

Por sua vez, (Costa et al 2014) consideram que o marketing de destinos turísticos é bem-sucedido quando os contribuintes, como cidadãos, trabalhadores e empresas obtêm satisfação na comunidade e quando os seus visitantes e investidores atingem as suas expectativas.

## CAPÍTULO V

### 5 O turismo em São Vicente

#### 5.1 Contextualização Histórica da Ilha de São Vicente

O descobrimento da Ilha de São Vicente (Ramos 2003), parece ter sido em 22 de Janeiro de 1462, por um Escudeiro do Infante D. Fernando, de nome Diogo Afonso. Contudo, continuou olvidado de todos, e no século XVI, o Conde de Portalegre, a quem foi doada a ilha, houve uma tentativa de povoamento, mas os resultados foram negativos.

De acordo com o inventário dos Recursos Turístico do Município de São Vicente (IRTMSV 2015), feita no ano de 2015, em 1812, houve uma nova tentativa de povoamento e paulatinamente, a população foi aumentando. Em 1819, a população da ilha rondava os 115 habitantes. Um ano depois, já contava com 295 almas. O povoado inicial, que recebera o nome de Dom Rodrigo, progride. Já em 1820, passa a ter o nome de Vila Leopoldina.

Com aparecimento do primeiro depósito de carvão, a povoação do Mindelo entra na senda do progresso e da fortuna, para se impor, de direito, como o aglomerado mais importante do arquipélago. A partir daí, surgem as companhias inglesas que fornecem carvão às centenas de barcos que frequentam o Porto Grande, e fazem dele, um dos portos mais movimentados do mundo nessa altura. (IRTMSV 2015).

Graças à sua privilegiada posição estratégica, São Vicente conhece uma hegemonia que contrasta com as outras ilhas do arquipélago. A sua economia depende, quase na sua totalidade, das atividades relacionadas com o Porto Grande, principal fomentador do comércio e atividade da região. São Vicente enche-se de oficinas de toda a espécie. A vida fervia por toda a ilha. Por essa altura, o Mindelo tornou-se num importante centro cultural agregador de culturas dos mais diversos pontos da Europa, com especial relevo para a música, a literatura e o desporto.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> [http://www.governo.cv/documents/plano\\_estrategico\\_do\\_turismo.pdf](http://www.governo.cv/documents/plano_estrategico_do_turismo.pdf)

Falar no desenvolvimento da cidade do Mindelo é falar no desenvolvimento da atividade comercial inglesa, pois ambos estão intrinsecamente unidos.<sup>3</sup>

## **5.2 Evolução dos meios de hospedagens ou alojamentos existentes em São Vicente**

A importância do alojamento turístico (Cunha 2013), em todas as suas modalidades, deriva da própria definição de turistas (...) que é o visitante que passa pelo menos uma noite no local visitado. Sendo assim, é fácil concluir que, embora possam existir fluxos turísticos sem alojamentos (caso das localidades visitadas apenas por excursionistas), não é possível estruturar destinos sem alojamento e que todo o meio de alojamento destinado a proporcionar dormidas a turistas é considerado como turístico, com fim lucrativo ou não, pago ou gratuito.

(Cunha 2013) define que o alojamento é então, a base essencial dos destinos turísticos e sem o qual estes não existem como tais. No entanto, o alojamento turístico, em geral, apenas representa para o turista um meio para desfrutar das atrações dos destinos no qual se situa, não constituindo, em regra, uma atração.

Por uma definição jurídica, de acordo com a lei série I — nº 43 do Boletim Oficial da República de Cabo Verde — 17 de Julho de 2014, consideram-se empreendimentos turísticos, os estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, dispondo, para o seu funcionamento, dum adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares.

### **5.2.1 Classificação dos Estabelecimentos Hoteleiros**

Cunha (2013) diz que as formas e os meios de alojamentos turísticos são muito diversificados e variam de país para país e de época para época não sendo nada fácil encontrar um conceito único e válido universalmente (...). A diversidade de meios de alojamentos e a inexistência de sistemas de classificação comuns a todos os países do mundo cria dificuldades de várias ordens: não só impossível de estabelecer comparações estatísticas aumentando as dificuldades de avaliação de tipo económico como também não garante a transparência dos mercados em particular para os consumidores.

---

<sup>3</sup> [http://www.governo.cv/documents/plano\\_estrategico\\_do\\_turismo.pdf](http://www.governo.cv/documents/plano_estrategico_do_turismo.pdf)

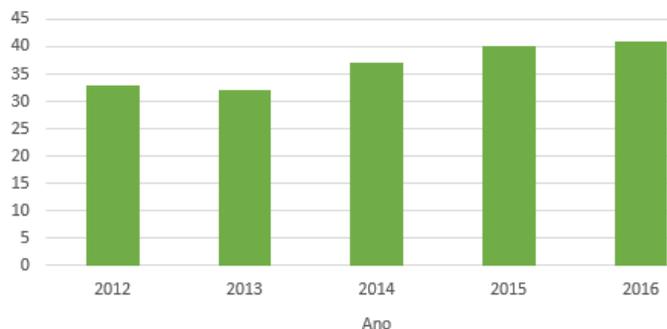
Todavia Cunha (2013) refere que existe um grande número de categorias de alojamento turístico, mas não existe nenhum sistema de classificação reconhecido internacionalmente. Estes estabelecimentos diferem uns dos outros pela dimensão, pelo grau de conforto que oferecem, pelo tamanho das suas unidades de alojamento, pelos espaços disponíveis para os clientes, pelo nível da sua decoração e qualidade de mobiliário, pela variedade de serviços que oferecem, pela sua localização e arquitectura.

Cunha (2013) afirma que a simbologia utilizada também não é uniforme e varia de país para país. Em alguns casos a identificação da categoria é feita por estrelas e outras vezes é feita por letras ou por outros símbolos. Podem, porém, identificar-se os seguintes tipos de categorias.

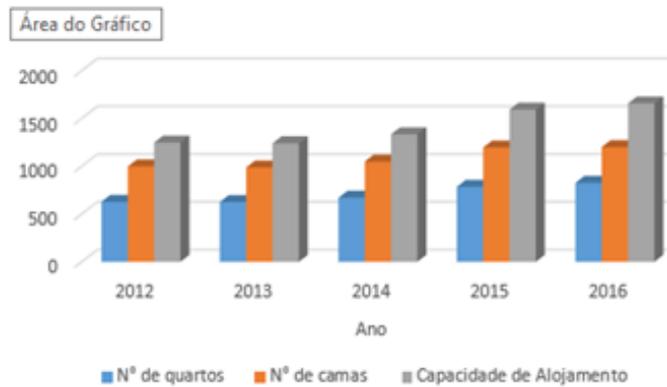
- Por estrelas;
- Por designação;
- Por ordem;
- Por letras: A\*, A, B\*, B, C,D e E.

Dada a potencialidade turística existente em São Vicente, com uma procura crescente, é de grande relevo fazer a articulação entre a procura e a oferta, pois em determinadas épocas do ano que são consideradas estações de alta procura ou quando se faz eventos cuja procura é elevada, a tendência dos estabelecimentos de alojamentos é sempre com uma ocupação total.

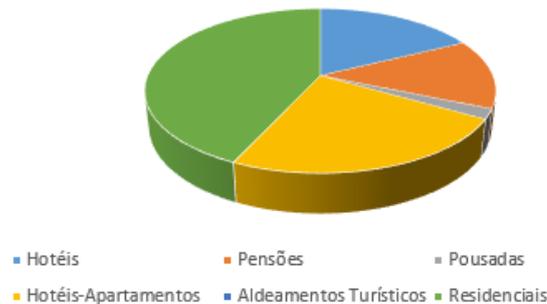
### 5.2.2 Evolução dos estabelecimentos de alojamentos em São Vicente.



**Gráfico 5.1** - Evolução dos estabelecimentos hoteleiros em São Vicente  
**Fonte:** INE 2016



**Gráfico 5.2** - Evolução da oferta de alojamento em São Vicente  
**Fonte:** INE 2016



**Gráfico 5.3** - Tipologia dos alojamentos turísticos em São Vicente no ano de 2016  
**Fonte:** Fonte: Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro 2015 (INE)

### 5.3 A diversificação da oferta turística de São Vicente

São Vicente é uma ilha que possui uma variedade de ofertas turísticas, por isso a sua aposta é vital para o desenvolvimento local como destino turístico que deve ser trabalhado, sendo que até ainda os principais produtos turísticos estão concentrados no turismo de sol e mar, turismo de negócios (feiras realizadas na FIC) e o turismo cultural. Diversificar a oferta turística de São Vicente é um meio para combater a sazonalidade turística, constituindo uma prioridade para o desenvolvimento sustentado, uma vez que não permite a concentração somente num atractivo.

De acordo com Barros (2002), existe uma tendência á padronização da oferta e da procura turística, sobretudo tratando-se do turismo interno. No entanto, tal não obsta a que se venha registando mudanças tanto do lado da oferta como procura. As mudanças observadas na oferta vão afectar o comportamento das clientelas turísticas.

### 5.3.1 Diversidades de Ofertas Turísticas em São Vicente

Mercado de Peixe	Mercado Municipal	Réplica da Torre de Belém	Estátua de Diogo Afonso	Alfândega Velha do Mindelo
Fortim d'El Rei	Baía das Gatas	Praia de São Pedro	Praia de Calhau	Vida Nocturna
Festival de Cavala	Festival da Baía das Gatas	Festas de Romaria	Mindelact	Parque Natural de Monte Verde
Festas de Passagem do ano	Clima	Núcleo museológico Cesária Évora	<i>Posse</i>	Monumento de Gago Coutinho e Sacadura Cabral
Palácio do povo	Igreja Matriz Nossa Senhora da Luz	Clima	Baía de Salamansa	Praia da Laginha

**Tabela 5.1** - Ofertas turística de São Vicente

**Fonte:** Elaboração Própria

## CAPÍTULO VI

### 6 Contextualização histórica e evolução do carnaval

Muitos são as histórias que perfazem a volta do aparecimento do carnaval, segue-se algumas explicações que nos pode levar a perceber melhor como é que o carnaval apareceu e desenvolveu.

Pinto (sd), uma das primeiras versões para explicar a história do Carnaval remonta à antiguidade, tanto na Mesopotâmia quanto na Grécia e na Roma. Havia ainda em Roma as Saturnálias e as Lupercálias. As primeiras ocorriam no solstício de inverno, em Dezembro, e as segundas, em Fevereiro, que seria o mês das divindades infernais, mas também das purificações. Tais festas duravam dias com comidas, bebidas e danças. Os papéis sociais também eram invertidos temporariamente, com os escravos colocando-se nos lugares de seus senhores e estes colocando-se no papel de escravos. Outro facto é que o carnaval era o carácter de subversão de papéis sociais: a transformação temporária como os homens vestirem-se de mulheres e vice-versa, pode encontrar suas origens nessa tradição mesopotâmica <sup>4</sup>

De acordo com Rodrigues (1998), a história do carnaval remota a tempos imemoriais. O seu cortejo das festas religiosas, as vezes devido aos seus excessos degenerava no grotesco ou lúbrico, não tinha nada a ver com os costumes ou com a moral ou religião. Na igreja medieval essas extravagâncias de mau gosto também tinham lugar. São reminiscências de cerimónias burlescas de paganismo, segundo alguns, das saturnais romanas, que tiveram a sua continuidade no mundo cristão.

Ainda na mesma linha do autor a introdução dos primeiros carros alegóricos foi na época medieval pela igreja, onde se refere que, com a introdução destes carros (corsos) durante o carnaval pelos Papas da família Medicis na Itália é acompanhado ao lado da França, neste período, possivelmente o país do carnaval, na Europa.

Por isso, investigar também a origem da palavra “Carnaval” constitui certas inquietações ou controvérsias, na medida que, ao longo das investigações, depara-se com uma

---

<sup>4</sup> <http://linguagem.com.br/downloads/portugues/historia-carnaval.pdf>

divergência sobre a epistemologia da palavra, bem como o seu aparecimento na história tanto espacial como temporal.

Pinto (sd), a palavra carnaval é originária do latim, *carnis levale*, cujo significado é “retirar a carne”. O significado está relacionado ao jejum que deveria ser realizado durante a quaresma e também com o controle dos prazeres mundanos. Isso demonstra uma tentativa da Igreja Católica de enquadrar numa festa pagã.<sup>5</sup>

De acordo com o livro *Holidays, Festivals and Celebrations of the World Dictionary* 1997, p.134, cit. in Silva 2017), a palavra carnaval prove das palavras latinas carne levare que significa adeus a carne. Esta celebração começa na epifania e atinge o seu auge 3 dias depois, antes da quarta-feira de cinza, sendo caracterizada pelos festejos, regozijo e alegria que antecipam as proibições da Quaresma.

Por outro lado, (*Festivals and Holidays* 1999, p.49) (cit.in Silva 2017), alguns etimologistas acreditam que a palavra também poderá estar ligada a carne levamen que significa o prazer da carne antes das proibições da quaresma. Uma outra possibilidade que liga etimologicamente o carnaval as palavras *carrus navalis* que significava os barcos em forma de carruagens, que carregavam pessoas com roupas sofisticadas, mascaras e que cantavam canções de carácter obsceno em honra ao Deus Saturno.

O carnaval para ser celebrado exige condições físicas e ambientais, isto porque, DaMatta (1997) salienta que o carnaval quer seja na rua, na viela na praça ou na avenida quer seja no clube na escola ou em casa exige um espaço próprio.

DaMatta (1997) sublinha que o centro (...) fica fechado ao trânsito de modo que as pessoas ligadas ou não as cooperações típicas carnavalescas como blocos e escola de samba possam ocupa-los sem problema. O centro da cidade adquire então um movimento próprio.

Hoje em dia, o Carnaval é uma festa que é celebrada em diversos cantos do mundo, mas nem sempre nestes locais o carnaval tem a mesma data com que os restantes países o

---

<sup>5</sup> <http://linguagem.com.br/downloads/portugues/historia-carnaval.pdf>

celebram, sendo assim a data não é uniforme, o que implica que diversos países têm datas diferentes para o carnaval.

O carnaval acontece noutras paragens do mundo, nomeadamente Portugal, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos da América, Brasil, os países da América Latina e também na China.

### **6.1 O Carnaval no Mindelo**

Rodrigues (1998), enfatiza que o Carnaval do Mindelo tem a sua origem remota no Entrudo português, caracterizada por uma festa violenta que nada tinha de erótica do sec. XVII e XVIII, das chalaças, dos cabeçudos, das bisnagas de urina ou de água-de-cheiro, de farinha, de serpentinas, confêteis até dos bombardeamentos de cal e fuligem.

Por isso, Rodrigues (1998), é desse entrudo<sup>6</sup> que é feito o carnaval de São Vicente, com o tempo adaptações e colagem foram feitas pelos foliões (...)

Segundo Coelho (2013), apesar de ser uma herança portuguesa, a festa do Carnaval em Cabo Verde foi ganhando, ao longo da sua história, uma identidade própria, mas sem negar as influências da alegria e sensualidade do Carnaval brasileiro, com um toque de samba crioulo nos pés. Hoje, a festa do rei momo tem vindo a assumir-se como um produto turístico com potencialidades para vender Cabo Verde no mundo.

Deste modo Rodrigues (2011) reforça a ideia de que a tradição carnavalesca cabo-verdiana não é recente, mas um pouco antiga. A festa, como as suas raízes nos subúrbios do Mindelo, tem a sua origem remota no Entrudo português, não faz parte das festas tradicionalmente africanas e persiste apenas nos pontos de colonização lusa. Foi evoluindo ao longo dos anos sofrendo modificações, graças as influências do Porto Grande.

Rodrigues (2011), a iniciação do Carnaval em São Vicente começa cedo, nas escolas ou bairros onde as crianças aprendem a reciclar desperdícios. O Carnaval realiza-se durante três dias, mas pode dizer-se que, ele realiza durante vários dias, concentrando-se o

---

<sup>6</sup> Entrudo vem de introito, entrada, começo, que corresponde aos três dias anteriores à Quaresma, período em que o Cristão devia praticar abstinência e entrar-se no mundo da calma e do silêncio (contrário aos ruídos e barulhos dos dias anteriores), para celebrar a Páscoa.

momento mais festivo a partir do Sábado até a Terça-Feira da Quaresma, para tudo acabar com na quarta-feira de cinza, dia do enterro do carnaval.

Ramos (2003) realça que nos anos 30 havia grande animação, muito, entusiasmo e vontade de fazer mais e melhor mas as condições financeiras não os ajudava, sendo assim o carnaval não evoluía, e também para Rodrigues (2011), a emigração contribui para o empobrecimento do Carnaval, principalmente aquando do contracto para os trabalhadores nas roças de São Tomé, nos anos 50, que provocou uma sangria em São Vicente.

O primeiro carro alegórico Ramos (2003) aparece no ano de 1935, apresentado pelo grupo Nacional um avião perfeito e bem confeccionado, com rodas de pneu, puxado por uns rapazes e mais tarde por volta de 1940 o grupo New Island Star apresentou um vaporinho bem confeccionado com luzes no seu interior.

As máscaras, não se deve esquecer de falar dos mandingas, figura com presença pontual nos carnavais do Mindelo pelo que a sua presença faz-se sentir logo depois do primeiro domingo seguido do ano novo, em que começam a anunciar a festa do carnaval percorrendo as principais artérias do Mindelo.

Para Rodrigues (2011) a origem desta personagem revela estar relacionada com a outra etnia guineense, a dos Bijagós, onde há uma deturpação histórico-geográfica, porque os mandingas usam túnicas, enquanto os Bijagós, que moram nas florestas, usam outro tipo de vestimenta, referindo que esta figura passou a ser imitada nos anos 40 do século passado quando um grupo de guineense passou por cá e fez uma dança.

Rodrigues (2011) realça que a figura em si sofreu adaptações e recriações tornando-se próprio do sanvicentino e caracterizam a essência do Carnaval mindelense.

Neves (2013), esta figura negra, guerreira, de saio de sisal desde o primeiro domingo de Janeiro agita as artérias da cidade do Mindelo. Num desfile onde a diversão é a palavra de ordem.

Hoje em dia os mandingas saem todos os domingos após o início do ano civil, trazendo consigo muitas pessoas com batucadas e cantigas próprias ou inventadas no momento, constituindo assim, uma pontualidade nos domingos que antecedem o carnaval, momentos de animação a partir das 15 horas até a noite. Hoje em dia a sua presença vai

até o domingo depois do carnaval realizando assim o enterro do carnaval. Existe em São Vicente neste momento quatro grupos de mandingas, nomeadamente os de Ribeira Bote, Espia, Fonte Felipe e os mandingas de areia branca.

A organização do desfile é da responsabilidade do pelouro da cultura da Câmara Municipal de São Vicente, a qual, além de garantir os aspetos logísticos para a materialização da festa, é igualmente responsável pela escolha do júri, pela decisão do trajeto do desfile, das regras que têm que ser cumpridas e muito importante para todos os grupos pelo sorteio que ditará a ordem de saída dos blocos.<sup>7</sup>

A música dos carnaval, nos anos 30, veio do Brasil, Rodrigues (1998) as coreografias eram uma espécie de marchas e sambas ao sabor brasileiro mas com motivos cabo-verdianos. Com isto Rodrigues (2011) realça que prefiguram figuras fantasias e alegorias e trazem mensagens actuais sobre histórias, problemas sociais e com o tempo começa-se a sair do local, para se referir aos problemas globais.

De acordo com a inventariação dos grupos carnavalescos existentes em São Vicente podemos fazer uma retrospectiva histórica para o século passado onde vamos encontrar diversos grupos.

Faz-se lembrar que os primeiros grupos carnavalescos aparecidos no Mindelo, Rodrigues (1998) têm nomes de barcos de passageiros ou de couraçados. Assim nos anos 16 e 19, daquele século, está quase a sair grupos com nomes de barcos apareceram como “Lamport Hall” e “Couraçado de Minas Gerais”. Nos anos 20 e 30 aparecem nomes tipicamente cabo-verdianos, como Floriano e Belo Horizonte. Entre 1934, 39 e 40 saem grupos das periferias tais como Monte dos “Amores” (de Monte Sossego), o “Sousa Cruz” (de Ribeira Bote), Grupos dos “Atlânticos” (da Rua da Boa Vista) na cidade saem grupos como Club Sportivo Derby, Grémio Desportivo Castilho, Grupo Nacional., New Island/Zeland Star e por volta dos anos 40 e 50, São Vicente tem muitos grupos surgindo assim o Monte “Lorde” “Júnior”, “Juvenil”, “Pérola”, “Unidos”.

Rodrigues (1998), mais tarde, já nos anos 50 a 60 serão os “Trovadores do Ar”, “Oriundo”, “Estrela da Marinha”, “Vindos do Oriente”, “ Antes e Depois”, “Unidos”,

---

<sup>7</sup> Revista Nos Guenti Julho de 2012

“Lombianos, Broadway, Maravilhas do Espaço, Vindos do Espaço e Vindos do Brasil. Naquele tempo o que havia de comum naquele grupos, desde o princípio do século passado até aos anos 60, é que eram organizados, com um corpo directivo que regularmente se reunia para fazer pontos de situação.

Podemos ver que o desaparecimento de alguns grupos deva-se ao facto de que o carnaval sofreu alguns constrangimentos entre as quais a emigração para as roças de São Tomé Rodrigues (1998) bem como para a Europa em que no século passado houve um aumento da emigração devido as secas prolongadas.

Hoje em dia podemos encontrar a presença de grupos como, Monte Sossego, Flores do Mindelo, Cruzeiros do Norte, Escola de Samba Tropical e Vindos do Oriente que durante alguns anos tem marcado a sua presença constante nos carnavais.

De acordo com Rodrigues (1998) a primeira associação dos grupos do carnaval apareceu em 1997 em São Vicente cujos objetivos gerais eram defender e apoiar os grupos sem perder de vista a evolução natural do próprio carnaval mindelense.

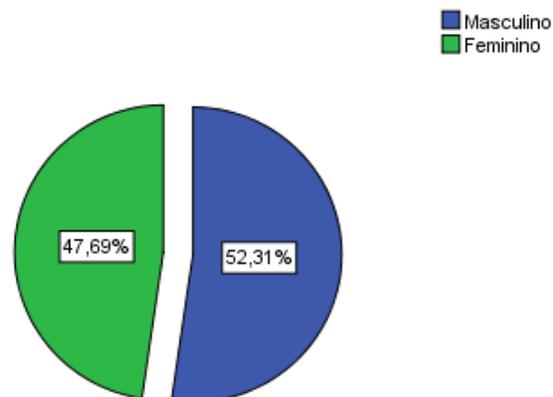
## CAPÍTULO VII

### 7 Apresentação e análise dos resultados

Neste capítulo o enfoque é dirigido a análise e discussão dos resultados obtidos nos questionários e nas entrevistas, para saber se as hipóteses apresentadas no início da pesquisa, possibilita confirmar ou não. Por outro lado saber se o Carnaval já é considerado um diferencial competitivo da oferta turística de São Vicente.

Através dos questionários foi possível saber a opinião de cada turista em estudo e demonstrou-se pertinente para a construção da amostra.

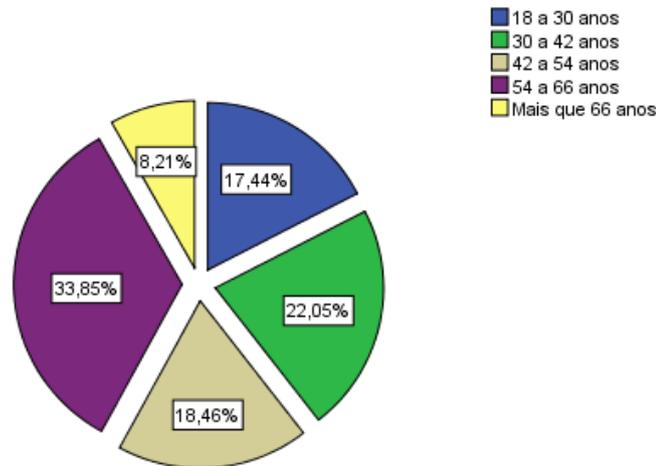
Este questionário foi aplicado aos turistas de diferentes nacionalidades incluindo a nacionalidade cabo-verdiana, visto que os nacionais procuram São Vicente para passar o Carnaval. Foi aplicado cerca cento e noventa e seis questionários e todos foram preenchidos com sucesso.



Fonte: Elaboração Própria

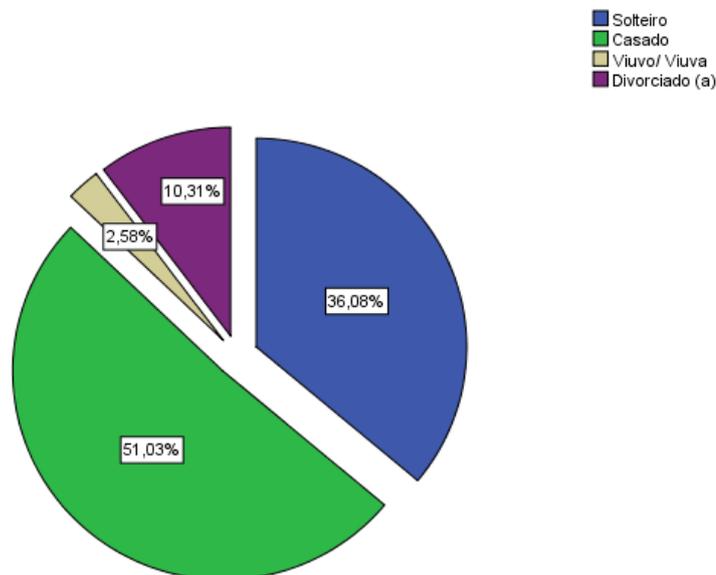
Gráfico 7.1 - Género

Seguindo a ordem do questionário o primeiro gráfico trata-se de saber o género do inquirido, e a maioria dos inquiridos são do sexo masculino, constituído por cerca de 52,31% e do lado oposto representa cerca de 47,69%. Há uma ligeiro desequilíbrio ente os sexos, prevalecendo uma diferença mínima de 5% sobre o sexo feminino.



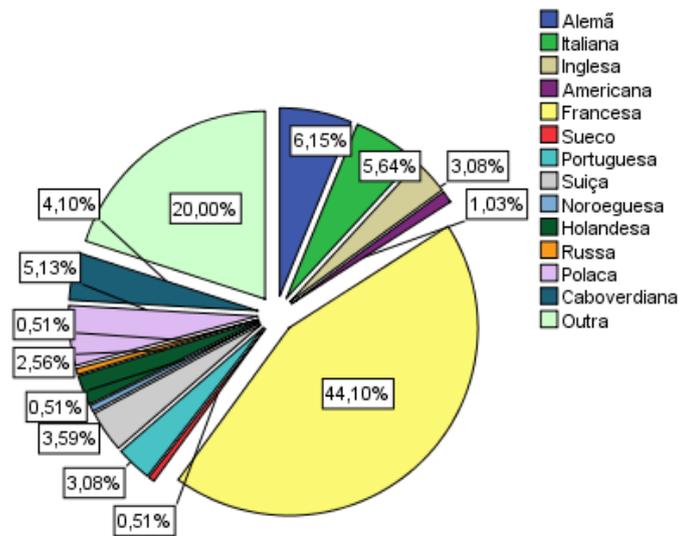
Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.2 - Idade

O gráfico aborda a idade dos inquiridos à partir dos 18 anos e que os intervalos de idade foi de 12 anos para obter respostas mais eficazes e com um número de pessoas referentes a cada intervalo. Deste gráfico podemos constatar que 17,44%, corresponde a faixa entre os 18 aos 30 anos seguida de 22,05% correspondendo a faixa dos 30 aos 42 anos, 18,46% corresponde as idades compreendidas entre 42 aos 54 anos, 33,85% corresponde as idades entre os 54 a 66 anos e por último temos 8,1% das idades correspondendo as pessoas que tem mais de 66 anos e cuja percentagem foi a mais baixa.



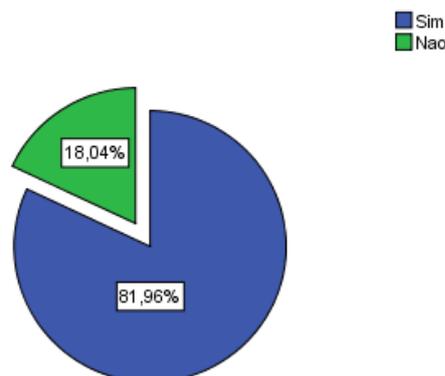
Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.3 - Estado Civil

Dos inquiridos, conta-se que 36,08% são solteiros, 51,03% são casados, 2,58% são divorciados e os restantes 10,31% são viúvos.



Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.4 - Nacionalidade

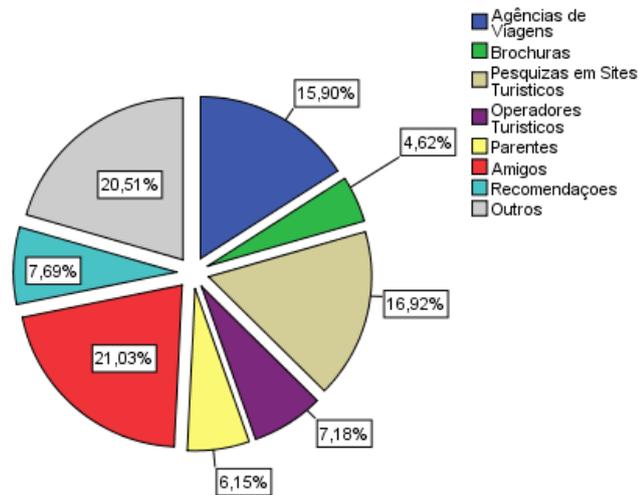
Dada a proximidade de Cabo Verde com a Europa, a amostra representa na sua maioria pessoas da nacionalidade europeia. No que tange as nacionalidades a maioria pertence a nacionalidade francesa com 44,1%, depois segue-se a alemã com 6,15%; italiana com 5,64%, a polaca com 5,13% e os outros restantes estão distribuídos para as outras nacionalidades. Ainda sobre os 20% dos turistas pertencente a outras nacionalidades estão distribuídas para luxemburguesa, lituana, espanhola, belga, senegalesa, angolana, húngaro, irlandesa, escocesa, canadiano, e neozelandesa e os outros que mesmo assim não quiseram pronunciar sobre a nacionalidade.



Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.5 - Frequência que passa o Carnaval em São Vicente

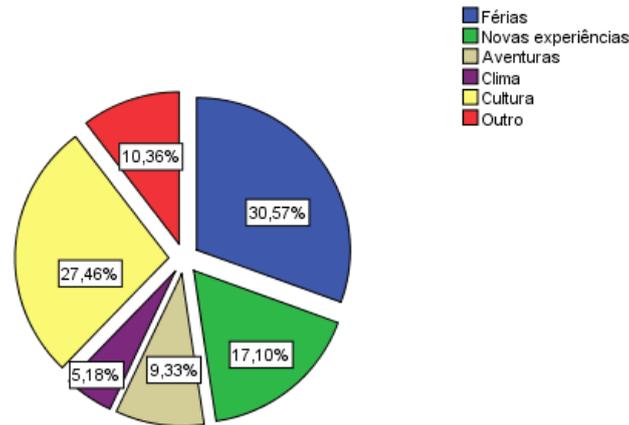
Dos inquiridos, apenas 81,96% dos inquiridos responderam que é a primeira vez que passam o Carnaval em São Vicente e os restantes 18,04% disseram que não. Dos que

pronunciaram sim sobre a resposta, a maioria indicou com frequência de duas até quatro vezes.



Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.6 - Canal de Produção

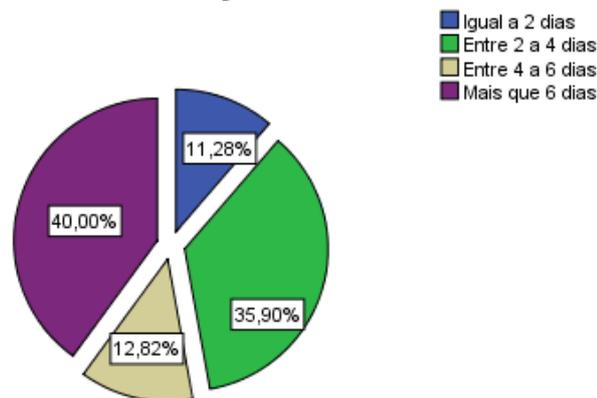
Para saber como eles ficaram a saber do Carnaval, 15,9% responderam que foi através das Agências de Viagens, 4,62% através de Brochuras, 16,62% através de Pesquisas em sites turísticos, 7,18% através de Operadores Turísticos, 6,15% através dos Parentes, 21,03% através dos Amigos, 7,69% pelas Recomendações e os restantes 20,51% não pronunciaram sobre o assunto. Na análise dos 20,51% destes inquiridos podem estar englobados na nacionalidade cabo-verdiana e desde há muito tempo souberam do Carnaval de São Vicente. Por outro lado temos também dos que responderam “Outros”, ficaram a saber através de documentários e de pesquisas.



Fonte: Elaboração Própria

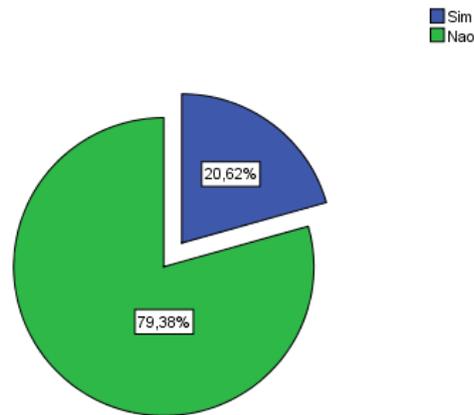
**Gráfico 7.7** - Motivo de passar o Carnaval em São Vicente

Dos inquiridos, 30,57% disseram que o motivo de passar o carnaval em São Vicente foi Férias, 17,1% correspondem a Novas experiências, 9,33% foi Aventuras, 5,18% pelo clima, 27,46% pela cultura e 10,36% por outros motivos. Pode-se constatar que há uma ligeira diferença entre os turistas que vieram a São Vicente por motivos de férias e os por motivos culturais, o que torna essencial demonstrar que o Carnaval tem um peso na decisão dos turistas na organização das suas viagens e que estamos a receber turistas que estão ligadas á cultura.



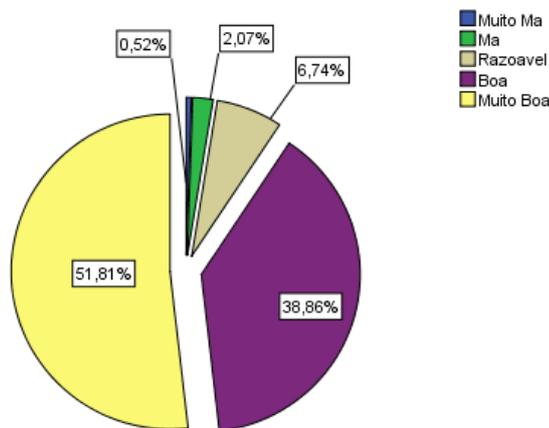
Fonte: Elaboração Própria  
**Gráfico 7.8** - Duração da Estadia

Dos inquiridos, 11,28% passaram um período igual a dois dias, 35,90% corresponde ao período de 2 á 4 dias, 12,82% corresponde ao período de entre 4 á 6 dias e 40% ao período superior a seis dias.



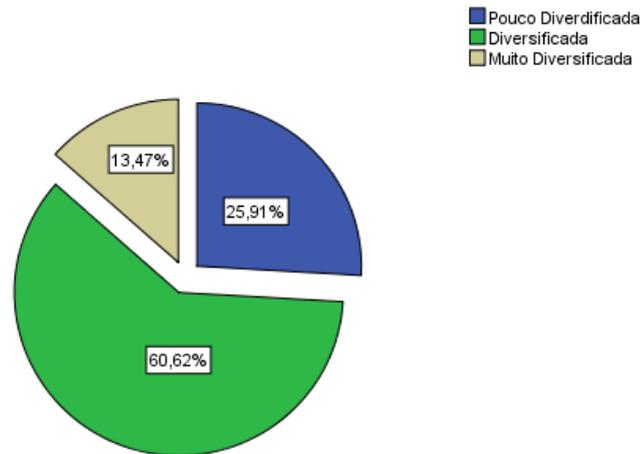
Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.9 - Disponibilidade de alojamento

Em relação a dificuldade de encontrar alojamento, 20,62% dos inquiridos disseram que tiveram dificuldade em encontrar alojamento contra 70,38% responderam que não tendo pela justificativa a compra da viagem através dos operadores turísticos e organizada com muita antecedência.



Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.10 - Tipo de Experiência

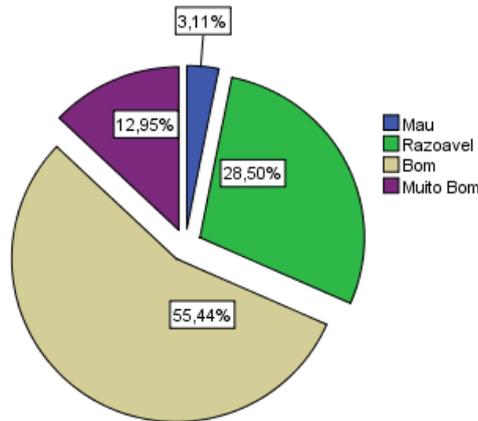
Pode-se constatar da amostra que somente uma pessoa disse que a sua experiência foi Muito Má representado somente por 0,52%, 2,07% disseram que foi Má, enquanto que os outros alinhados estão distribuídos de forma crescente situando-se entre Razoável com 6,74%, Boa com 38,86% e para Muito Boa com 51,81%. Ainda sobre este gráfico pode-se verificar que a maioria absoluta disse que a sua experiência foi Muito Boa, demonstrando, que as actividades de animação carnavalesca constitui uma importante meio para a permanência de turistas na ilha.



**Fonte:** Elaboração Própria

**Gráfico 7.11** - Avaliação da Oferta Turística em São Vicente

Relativamente ao que São Vicente tem para oferecer aos turistas, 25,91% dos turistas responderam que a ilha possui uma oferta pouco diversificada, contudo a maioria avaliaram como Diversificada por 60,62% e por último cerca de 13,47% avaliaram como Muito Diversificada. Em análise pode-se demonstrar que dos que responderam como pouco diversificadas são os que disseram que a estadia foi igual a dois dias, e consta-se que normalmente são os que ficaram na cidade e o foco principal foi as actividades desenvolvidas durante aqueles dias. Dos restantes que justificaram como “Boa” a existência de edifícios históricos, uma cidade viva e colorida com pessoas simpáticas, existência de praias ideais para a prática de desportos náuticos e aquáticos, diversidade da fauna marinha, historia e cultura.



**Fonte:** Elaboração Própria  
**Gráfico 7.12** - Avaliação dos Serviços Turísticos

No gráfico é de observar que apenas 3,11% avaliaram de forma negativa, 28,5% disseram que foi Razoável, 55,44% apontaram que foi Boa enquanto que 12,95% responderam que foi Muito Boa. Dos que responderam de forma negativa enunciaram que ainda as pessoas não estão muito bem preparadas para os serviços relacionados com o turismo e que é preciso investir nas línguas estrangeiras como inglês e francês. Pode-se chegar a conclusão que ainda existe falhas na prestação destes serviços, pois carece na formação do pessoal, contudo dos que situaram entre Boa e Muito Boa justificaram-se que, apesar de existir pequenas falhas, estes são colmatas pela disponibilidade das pessoas em atender e de serem pessoas simpáticas.

### 7.1 Avaliação dos critérios relacionados com o Carnaval

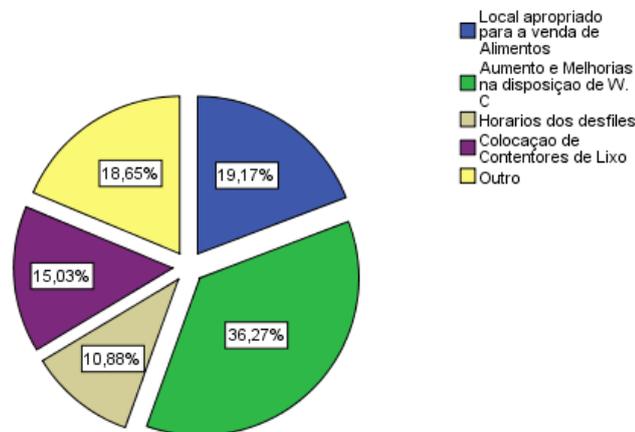
De acordo com a tabela seguinte, pode-se constatar que os critérios foram avaliados na sua maioria pela força positiva, situando entre Bom e Muito Bom pesa embora dizer que houve uma minoria considerável de avaliações negativas.

Critérios	N	1 Muito Mau	2 Mau	3 Razoável	4 Bom	5 Muito Bom
Acessibilidade	195	3,13%	5,73%	19,79%	38,32%	32,81%
Oportunidade de praticar nos desfiles	195	8,15%	11,41%	27,17%	32,07%	21,20%
Duração dos desfiles	195	2,09%	4,19%	18,32%	46,60%	28,80%
Horário dos desfiles	195	2,12%	3,17%	20,11%	48,15%	26,46%
Pontualidade dos grupos	195	4,23%	8,47%	32,80%	39,96%	14,80%
Segurança nos desfiles	195	0,52%	4,69%	13,54%	40,63%	40,63%
Animação	195	2,09%	0,52%	13,09%	34,03%	50,26%
Diversificação dos eventos carnavalescos	195	2,70%	5,40%	21,62%	38,38%	31,89%
Oportunidade de participar nos eventos do carnaval (festas particulares)	195	6,59%	13,74%	26,37%	32,97%	20,33%
Policimento durante os desfiles	195	1,04%	4,15%	15,03%	39,38%	40,09%

**Tabela 7.1** - Avaliação dos critérios relacionados com o Carnaval  
**Fonte:** Elaboração Própria

### Quadro resumo

Convém dizer que o policiamento durante os desfiles, a Animação, Segurança durante os desfiles, Horário dos desfiles e a Duração dos desfiles são os que na sua maioria tiveram avaliações positivas.

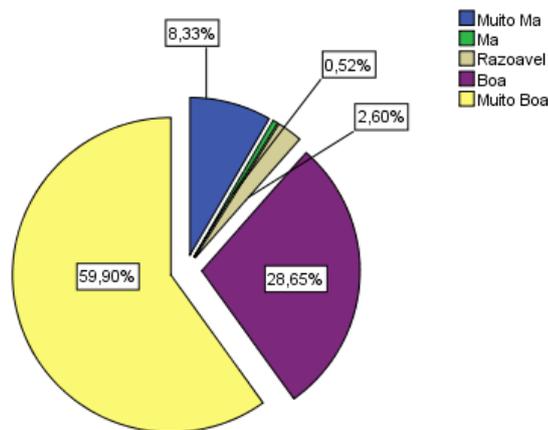


**Fonte:** Elaboração Própria  
**Gráfico 7.13** - Sugestões de melhorias

Relativamente aos elementos que poderiam ser melhorados no Carnaval, 19,17% disseram que deveria ter um local apropriado para a venda de alimentos, 36,27% mencionaram para o Aumento e Melhorias na disposição de wc, 10,88% responderam que os Horários dos desfiles deveria ser mudado, 15,03% mencionou que a Colocação de Contentores de lixo seja um facto muito importante devido a abundancia de lixos que se

pode encontrar e por último 18,65% acham, que deveria ser Outros elementos que não seja isto.

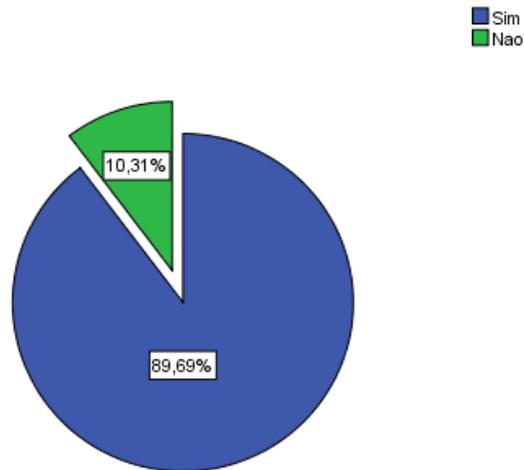
Em relação aos aspectos englobados na categoria Outros estão incluídos itens como a divulgação de programas dos desfiles do carnaval bem como o circuito, a qualidade acústica e a oportunidade de visualização mais organizada. Quanto a isto pode-se concluir que quase metade da população da amostra apontou como o aumento e melhoria na disposição de w.c, visto que, a sua disposição ainda é fraca e com o tempo que as pessoas permanecem no centro da cidade a qualquer hora precisam de ir ao w.c e são poucos para tanta população naqueles dias.



Fonte: Elaboração Própria

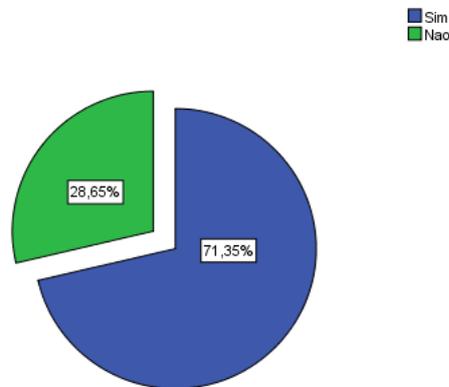
Gráfico 7.14 - Impressões finais do Carnaval

Questionados qual é a percepção da imagem que eles levam do Carnaval de Cabo Verde, 8,33% responderam Muito Má, 0,52% disse que a imagem é Má, 2,6% disseram Razoável, 28,65% disseram Boa e a maioria absoluta responderam que Muito Boa representada por 59,9%. Tanto os que indicaram como Muito Má e Má, uma das justificações apresentadas foi o facto de não encontram ou não foram informadas pelo programa do carnaval bem como os horários dos desfiles e a maioria que indicou Muito Boa foi pelo facto de aqui tudo ser maravilhoso e sentem-se muito seguro durante o Carnaval.



Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.15 - Análise Crítica 1

Para saber se os turistas recomendariam alguém o Carnaval, 10,31% respondeu que não, contra 89,69% que responderam que sim. Dos que responderam que sim, é preciso diversificar novas modalidades de animação turística durante o Carnaval e apostar cada vez mais na sua fidelização, pois cliente satisfeito é cliente fiel.



Fonte: Elaboração Própria  
Gráfico 7.16 - Análise Crítica 2

Nos próximos Carnavais, 28,65% disseram que não voltariam contra 71,35% responderam que sim isto e, dependendo das condições apresentadas. Os que responderam que regressariam justificaram que existe uma diversidade de meios de animação, a população de São Vicente é muito eufórica permitindo que se interagem uns com os outros e quanto a participação das actividades sentem-se muito seguras.

## 7.2 Avaliação dos parâmetros direcionados aos serviços oferecidos durante a estada dos turistas.

Esta tabela pressupõe a análise de alguns serviços da Oferta durante a estada dos turistas, daí que a maioria é de opinião de que as condições de higiene nos alojamentos são boas representadas por cerca de 45,83%, a Segurança nos meios de alojamento segue-se com uma percentagem de 46,91%, as infraestruturas de apoio com 49,74%. As informações turísticas e o Acesso aos ateliers de costura foram dos critérios que houve um ligeiro equilíbrio, onde do lado positivo para o primeiro, 30% classificaram como Razoável 38,42% avaliaram como sendo Boa, por outro lado temos o Acesso aos Ateliers de Costura, que o seu equilíbrio seguiu as das informações turísticas, onde 28,33% avaliaram como Razoável, e 36,67% avaliaram como Boa.

No que toca na qualidade no atendimento, as avaliações positivas situam-se entre Boa com 40,53% e Muito Boa com 36,32%.

Respetivamente á Hospitalidade dos residentes 33,86% responderam como Boa e 54,5% responderam como Muito Boa.

No entanto questionados sobre a Relação Qualidade vs preço, 50,7% responderam como Boa e 26,18% responderam como Muito Bom.

Critérios	N	1 Muito Mau	2 Mau	3 Razoável	4 Bom	5 Muito Bom
Condições de Higiene dos Alojamentos	195	2,08%	4,17%	28,12%	45,83%	19,79%
Segurança, Conforto no alojamento	195	2,06%	2,58%	13,40%	46,91%	35,05%
Infraestruturas de apoio	195	1,57%	5,76%	28,27%	49,74%	19,66%
Acesso aos ateliers de costura	195	6,67%	10%	28,33%	36,67%	18,33%
Informações Turísticas	195	4,21%	8,42%	30%	38,42%	18,15%
Qualidade no Atendimento	195	1,58%	4,20%	17,37%	40,53%	36,32%
Hospitalidade dos Residentes	195	1,59%	1,06%	8,99%	33,86%	54,50%
Relação Qualidade vs Preço	195	1,57%	3,66%	17,80%	50,70%	26,18%

**Tabela 7.2** - Avaliação dos parâmetros direcionados aos serviços oferecidos durante a estadia dos turistas.

**Fonte:** Elaboração Própria

### 7.3 Análise das entrevistas

Para que as entrevistas se realizassem foi feita uma triagem em que ficou decidido que a população envolvente seria em parte do sector público onde destaquei os vereadores de turismo e da cultura do município de São Vicente e parte dos privados que foi aplicada aos presidentes dos grupos oficiais do carnaval de São Vicente, a fundadora da Escola de Samba Tropical, bem como o historiador Moacyr Rodrigues.

Para começar as entrevistas as primeiras perguntas dirigidas aos grupos oficiais foi para saber há quanto tempo que participam no carnaval, feita esta questão aos quatro grupos oficiais e também a fundadora da Escola de Samba Tropical eles responderam que participam desde o século passado, em que uns começaram nos anos 70/ 80 e outros já não sabem exactamente em que ano o grupo surgiu.

Questionados se há critérios para a escolha do enredo, responderam que não mas preferem ter temas educativos onde abordam temas para chamar atenção á sociedade.

Para saber se estão de acordo com a organização do carnaval, os entrevistados desacordaram justificando que ainda há falta de esclarecimentos por parte da comissão organizadora.

Para saber se após a finalização do Carnaval começam logo os preparativos e se sim quando é que começam e o que fazem, responderam que não e que os preparativos normalmente começam com dois meses de antecedência convém realçar que dois dos entrevistados normalmente fazem actividades de angariação de fundos como o concurso para a eleição da rainha de bateria do grupo e depois ser disputado com as demais rainhas de bateria dos outros grupos para ser eleita rainha de bateria do carnaval.

Em relação a quinta pergunta questioneei sobre se estão de acordo como o Carnaval é organizado e porquê, os entrevistados desacordaram porque segundo eles existe inúmeras coisas que deve ser revisto quanto a atribuição de prémios bem como a classificação.

Analisando a sexta questão, a pergunta foi para avaliar a organização do Carnaval, os entrevistados avaliaram de forma negativa, pois os motivos para essa tal classificação é pelo facto de o financiamento ser disponibilizado em cima da hora, é preciso tomar

medidas no momento da concentração dos grupos bem como a sua retirada após os desfiles

Questionadas se o Carnaval contribui para a diminuição do nível de desemprego, na pergunta 7, as respostas foram todas iguais mencionando que envolve profissões como electricistas, ferreiro, serralheiro, designers, pintores, costureiras, estilistas entre outros que vão surgindo.

Em relação sobre as opiniões se a entidade responsável pela realização do Carnaval, tem trabalhado para que o Carnaval seja divulgado a nível internacional na pergunta 8, disseram que embora tenha empreendido esforço para tal, ainda a divulgação é fraca.

Na pergunta 9 para saber como conseguem ter uma quantidade de foliões para animar o carnaval, responderam nas entrevistas que é através da simpatia, seriedade e convites, acolhimento fazendo com que estes se sintam integrados e pertencentes ao grupo.

Finalmente a última pergunta foi para saber se trabalham com as Agências de Viagens e Operadores Turística no sentido de divulgar o Carnaval nas outras paragens do Mundo com objectivo de obter foliões de outras nacionalidades, segundo os entrevista até ainda não, mas para o entrevistado 3 é de opinião de que as agências de viagens os transportes turísticos bem como os estabelecimentos hoteleiros deveriam participar com uma contribuição para aumentar a qualidade do carnaval, pois sem os grupos carnavalescos não há desfiles e conseqüentemente não há carnaval.

Dando continuidade a quarta entrevista segue-se a entrevista dirigida ao grupo dos Mandingas da Ribeira Bote onde a primeira pergunta foi para saber como surgiu os mandingas de Ribeira Bote e de acordo com o entrevistado 4, este surgiu primeiramente pelo senhor chamado Nhô Djunga, mais tarde por iniciativa de alguns grupos de amigos no bairro da Ribeira Bote, juntaram e o retomaram, pois os desfiles dos mandingas já tinham terminado há muito tempo.

Questionado se além de anunciar o Carnaval, assume outros papéis o entrevistado respondeu que Em relação a pergunta 3, questionei como encaram o Carnaval, respondeu que é a festa mais esperada do ano, além da festa da passagem do ano.

Em relação de que como é que se sentem responsabilizados por serem o grupo que arrasta o maior número de elementos da população local, na pergunta 4, respondeu-me que é devido a credibilidade junto da população local mantendo a sua notoriedade.

De acordo com a pergunta 5, a resposta foi pela negativa dizendo que até agora não receberam apoios por parte do Ministério da Cultura ficando somente na promessa.

No que toca aos desfiles, na questão 6 quiz saber se alguma vez já pensaram em parar os desfiles o entrevistado respondeu que não, pois se isso acontecer será complicado afirmando que no patamar que já se encontra é impossível.

De acordo com a pergunta 7 de como surgiu o enterro do Carnaval, respondeu que surgiu numa conversa com os amigos em que questionaram o porque de não fazerem o enterro do Carnaval, porque era somente falado e nunca ninguém tinha posto isto na prática.

Em relação se o grupo já possui registo oficial de Mandingas da Ribeira Bote na pergunta 8 respondeu que ainda não, mas é uma ideia que deve sair da mente e passar para a prática.

Para encerrar a entrevista 4, questionei como se sentem pelo facto das pessoas terem copiado a manifestação dos mandingas para as outras ilhas, respondeu-me que se sentem orgulhosos porque na maioria são pessoas que são de São Vicente e que chegando a época do Carnaval querem continuar com os desfiles mesmo longe.

Passando para a parte pública onde tive que preparar entrevistas para os vereadores da cultura e do turismo, mas infelizmente tive somente do vereador do turismo, pois a vereadora da cultura mostrou-se sempre indisponível, portanto irei analisar somente uma única entrevista do sector público constituindo certas dificuldades em provar hipóteses bem como na conclusão dos objectivos.

Para começar a entrevista com o vereador a primeira pergunta tinha como objectivo ver se o vereador estava de acordo do com o modelo existente e se tem capacidade para atrair turistas, o entrevistado acordou plenamente justificando que o Carnaval é um produto turístico e a cada vez tem que se apostar e investir e com os grandes eventos que temos em São Vicente é possível ver um número considerável de turistas e emigrantes devendo deste modo ver como um grande potencial para atrair turistas.

Com a segunda pergunta, questionei se a população local beneficia do retorno económico do Carnaval, respondeu que beneficia em grande pois existem muitas pessoas que estão a trabalhar para o Carnaval com impacto positivo significativo.

De seguida com a pergunta 3 para saber se existe programa ou calendário que permite saber como estão organizadas as festas durante o período do Carnaval respondeu que é uma questão que deve ser melhorado e é preciso empreender esforço com os grupos para que seja divulgada com antecedência todas as atividades que envolve o carnaval.

Em relação a pergunta 4, questionei se o Carnaval já é considerado um produto turístico, disse que o carnaval já é considerado um produto turístico.

Com a pergunta 5 foi para dizer quais são os atributos que levou a considerar o Carnaval como um produto turístico, este afirmou que deva-se pelo movimento das pessoas em torno do Carnaval.

Na pergunta 6 o essencial foi para saber o que achava sobre o financiamento do ministério de cultura para o Carnaval mindelense, disse que o valor é relativo para os grupos.

Na questão 7 foi para saber qual é o peso do Carnaval na economia de São Vicente, ele respondeu que ainda não se fez um estudo para tal, mas na sua opinião acha que o Ministério da Economia deveria fazer um estudo para tal e saber qual é o impacto económico gerado no carnaval.

Na questão 8, onde mencionei se o valor do orçamento disponibilizado é fixo ou alterado a cada ano, ele respondeu que o orçamento varia, portanto, segundo ele isto depende da participação dos privados, e o orçamento a tendência é aumentar a cada ano, pois há novas exigências e que o carnaval está a tornar-se caro.

Questionado se considera que o Carnaval tem potencial para ser transformado num Carnaval de referência na pergunta 9, respondeu que sim mas tem de ser melhorado com investimentos não somente nos desfiles mas também no meio envolvente no dia do carnaval como na criação de bancadas em boas condições.

Passando para a entrevista com a fundadora da Escola de Samba Tropical para saber como surgiu o grupo, ela respondeu-me que foi numa conversa e apelidou-se por *Mnine dnôs*

*Terra*, aparecendo o primeiro grupo no Domingo de carnaval para crianças, que depois tornou-se num grupo para adultos que pudessem realizar desfiles a noite,

Na segunda pergunta, questionada sobre a razão de desfilar na noite da segunda-feira, ela respondeu que foi por influência da própria fundadora

Questionada sobre o papel do grupo no desenvolvimento do Carnaval, ela respondeu que foi essencial na quebra de regras relacionados com o carnaval demonstrando que o carnaval passava a ter gente de toda a sociedade e serem aceites e para ela todos podiam vestir e participar nos desfiles.

Em relação ao que se refere a razão pelo qual a separação dos outros grupos, ele respondeu que no fundo não há separatismo, mas sim por razões de que não queriam participar no concurso.

Em relação a questão de como se sentem responsabilizados pelo facto de haver uma grande adesão parte dos foliões, respondeu que começaram com seriedade e responsabilidade fazendo com que as pessoas vissem futuro no grupo.

Em relação ao montante disponível para o grupo se é suficiente ou não, a entrevistada respondeu que não, justificando que cada vez o material é mais caro, com trabalhadores mais exigentes surgindo novas exigências por parte dos grupos.

Finalizando o ciclo das entrevistas realizadas, a última foi dirigida ao investigador e historiador Moacyr Rodrigues e para começar, a primeira pergunta foi para saber como apareceu as primeiras figuras do carnaval, como a rainha, rei, porta-bandeira e mestre-sala, respondeu que estes vão aparecendo paulatinamente não aparecendo de uma só vez, porque o carnaval é uma herança portuguesa, a primeira figura que apareceu foi a porta-estandarte porque é o símbolo do grupo e os grupos têm que ter bandeiras e de acordo com ele o que é que se escolhia nos grupos era rainha do grupo ou *miss* e entre as mulheres elegiam uma menina que era a porta-estandarte e o rei veio aparecer depois sublinhando que o aparecimento da primeira rainha foi nos anos 40 pelo grupo Floriano.

Relativamente à transição da música de português para o crioulo, respondeu que isto deva-se ao facto de inicialmente imitavam os brasileiros com as melodias mas com

contextos cabo-verdianos e naquele tempo dependia do gosto ou afinidade que o compositor tinha em relação as músicas brasileiras.

A opinião do entrevistado sobre a evolução do Carnaval, ele começou por apontar a maneira como as pessoas se vestiam devida as influências do Porto Grande e com os filmes que passavam nos cinemas, portanto as damas vestiam de brancos e mais tarde roupas foliados como os brasileiros. Por outro lado deva-se fazer ênfase a confeção dos andores que inicialmente os grupos apresentavam somente um único andor, as danças também eram uma espécie de marcha e mais tarde começaram a inventar as suas próprias coreografias abandonando as imitações brasileiras recriando o seu próprio estilo de dança e com a intervenção da Câmara Municipal criou regras definindo trajecto mais longo para os desfiles aparecendo a primeira associação que defendia os direitos do grupo e por razões alheias esta extinguiu-se. Para ele, o carnaval que conhecemos atualmente é um carnaval de negócios.

Com isto pode-se notar que há uma dualidade do carnaval do Mindelo em relação ao do brasileiro, pois há quem diz que o carnaval é uma imitação do brasileiro e para outros que defendem que é uma herança do povo colonialista e que todas as colónias portuguesas celebram o carnaval, pois este como já tinha mencionado anteriormente foi introduzido pelos portugueses.

Para terminar, a finalidade da última questão foi para saber qual é a razão do desaparecimento dos grupos carnavalescos, e segundo o entrevistado, a causa mais comum do desaparecimento dos grupos é que o carnaval evolui e vai adequando as suas próprias condições, os elementos dos grupos começaram a sair e com a emigração vão desaparecendo muitos deles, sendo assim é difícil de arranjar dinheiro pois precisam de apoios ou patrocinadores.

## CAPÍTULO VIII

### 8 Conclusão da análise dos resultados

No que tange a aplicação dos questionários, pode-se constatar que o carnaval é de grande importância para o turismo cultural, pelo número de turistas que escolhem essa data para visitar a ilha.

Através das entrevistas realizadas pode-se perceber que o Carnaval contribui em grande para a diminuição do desemprego, uma vez que, durante a época do carnaval a economia de São Vicente é muito movimentada, criando postos de trabalho.

É de constatar que o carnaval já possui potencial para atrair turistas.

Quanto aos objectivos, o geral foi analisar o Carnaval como um diferencial competitivo na oferta turística, e os específicos, caracterizar o carnaval como elemento da oferta turística bem como a ilustração dos principais componentes da oferta turística do carnaval; demonstrar como o carnaval contribui para a redução de desemprego; identificar as razões pelas quais o carnaval mindelense é considerado um carnaval de referência a nível internacional; inventariar os grupos carnavalescos desde os remotos aos recentes para perceber a sua evolução ao longo dos anos foi possível, graças aos estudos qualitativos e quantitativos realizados. Por outro lado quanto à hipótese de investigação «A forma como está estruturado o carnaval traduz-se num aumento da procura turística» foi possível provar a veracidade, face às taxas de ocupação nos hotéis e similares e pelas percentagens obtidas nos questionários, pois é de notar que, uma parte considerável dos inquiridos respondeu, que os motivos foram essencialmente culturais.

Cabo Verde é um destino considerado seguro, constituindo deste modo um motivo adicional para o desenvolvimento do Turismo Cultural.

Com isto, é necessário que seja dado relevo as regiões emissores de turismo em Cabo Verde por serem países como França, Reino Unido, Alemanha e os países nórdicos adoptarem políticas de férias por regiões de modo que não fechem inteiramente para férias, e isto vai reflectir no aumento de turistas em Cabo Verde, pois por ser um país onde possui temperaturas mínimas durante o inverno que ronda os 22°C.

## 8.1 Considerações Finais

Ao longo deste trabalho nota-se que na ilha de São Vicente, o turismo cultural assume um papel importante porque a cidade do Mindelo é uma cidade aberta à cultura, recebendo influência de outras culturas, não perdendo no entanto a sua essência, mantendo e desenvolvendo a sua identidade cultural.

O turismo cultural aborda um conjunto de elementos que permite ao turista envolver-se com a comunidade receptora assimilando/recebendo os aspectos do local visitado.

O Carnaval constitui uma das principais ofertas do turismo cultural, sendo assim é possível identificar alguns elementos que podem fazer com que o carnaval seja um diferencial competitivo como a durabilidade da animação, as festas espontâneas bem como a segurança, justificado pelo aumento de turistas nesta ilha com reflexos nos estabelecimentos hoteleiros, proporcionando uma taxa de ocupação bem elevada.

Conjugar o binómio entre o turismo e cultura é também falar no planeamento das actividades das entidades públicas e privadas pois é relevante o planeamento e gestão para a tomada de decisões em torno do carnaval.

O Carnaval do Mindelo precisa ainda ser divulgado por parte das entidades responsáveis tanto ao nível local como nacional, pois precisa passar da esfera privada (agência de viagem) que são feitas de forma esporádica e ser criada uma plataforma informática para que sejam divulgadas todas as actividades do carnaval e organizadas a tempo e horas

## 8.2 Propostas

O Carnaval está seguindo um bom caminho, mas para atingir um patamar desejado é preciso fazer investimentos, pois ainda carece de infraestruturas, condições físicas e ambientais.

É necessário referir que, para que o carnaval se afirma cada vez mais como um diferencial competitivo é necessário fazer investimentos principalmente na construção de espaços próprios para ver os desfiles, postos de venda de refeições em adequadas condições, e aumento na disponibilidade de Wc.

Os grupos devem confeccionar os carros alegóricos para estar em harmonia com a largura das ruas bem como a altura dos cabos eléctricos existentes na cidade. Também devo enfatizar que após o carnaval deveriam dar outro destino aos carros como por exemplo criar espaços para os colocar ou reciclar os ferros e as fantasias deveriam ser recuperadas para serem aproveitadas no ano seguinte.

Um outro facto importante é a inexistência do tão esperado museu do carnaval que deveria sair da mente para ser posto na prática, são feitos elevados investimentos nas indumentárias das principais figuras do carnaval para serem depois guardadas, não se tirando o maior partido da criatividade demonstrada. Com a criação do museu seria possível exibir as roupas de todos os anos e fazer com que fossem criados novos postos de trabalho porque seria necessário ter alguém que esteja no local para dar informações sobre os acontecimentos, a evolução, bem como a manutenção dos espaços ou fazer um breve roteiro do carnaval.

## 9 BIBLIOGRAFIA

- Abranja, A. A. (2012). *Gestão de Agências de Viagens e Turismo*. Lisboa: Lidel.
- Andrade, J. V. (2002). *Turismo: Fundamentos e Dimensões*. São Paulo: Atlas.
- Andrade, M. M. (2006). *Introdução a Metodologia do Trabalho Científico: elaboração de trabalhos na graduação*. São Paulo: Atlas.
- Almeida, P. S. Araújo. (2012). *Introdução a Gestão de Animação Turística*. Lisboa: Lidel.
- Barañano, A. M. (2004). *Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão: Manual de apoio à realização de trabalhos de Investigação*. Lisboa: Sílabo.
- Barreto, M. (2007). *Cultura e Turismo: Discussões Contemporâneas*. (Papyrus, Ed.) Campinas.
- Barros, J. d. (2002). *Realidades e Ilusão do Turismo Português: das Práticas do Termalismo à Invenção do Turismo de Saúde*. Lisboa : Edição Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas .
- Batista, S. G. (2013) (Acedido em 10 de 09 de 2017). *Determinantes de Competitividade de Destinos Turísticos Aplicados aos Roteiros Regionais : Uma avaliação do Roteiro Seridó /RN*. Disponível em <https://www.google.cv/search?q=saulo+gomes+batista+determinantes+de+competitividade+de+destinos+turisticos+aplicados+aos+roteiros+regionais&oq=saulo+gomes+batista+determinantes+de+competitividade+de+destinos++turisticos+aplicados+aos++roteiros++regionais&>
- Beni, M. C. (2007). *Análise Estrutural do Turismo 7º Edição*. São Paulo: Senac.
- Boletim Oficial 2014, R. d. (s.d.).
- Canastra Fernando, F. H. (2015). *Manual de Investigação Científica da Universidade Católica de Moçambique (Vol. 1)*. (U. C. Moçambique, Ed.) Beira, Moçambique.

- Carta do Turismo Cultural, I. 1. (Acedido em 22 de 11 de 2017). Disponível em <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Turismo%20Cultural%201976.pdf>
- Castro, C. A. (2005). *Sociologia Alpicada ao Turismo*. São Paulo: Atlas.
- Coelho, G. (Janeiro-Fevereiro de 2013). O Carnaval. *Fragata, Revista de Bordo de TACV, V Série*.
- Coral, J. S.(2004) (Acedido em 14 de 12 de 2017). *A competitividade empresarial no contexto dos indicadores de sustentabilidade corporativa*. Obtido de XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004: Disponível em [http://www.aberpro.org.br/biblioteca/enegep2004\\_1002\\_0575.pdf](http://www.aberpro.org.br/biblioteca/enegep2004_1002_0575.pdf)
- Costa, F. B. (2014). *Turismo nos Países Lusófonos: Conhecimento, Estratégia e Territórios* (Vol. II). Lisboa: Escolar.
- Costa, M. R. (2003). *Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento, Estratégia e Gestão*. São Paulo: Atlas.
- Costa, Rita, Aguas, J. (2004). *Tendência Internacionais em Turismo, 2ª Edição*. Lisboa: Lidel.
- Cunha, L. (2003). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2003). *Perpectivas e Tendência em Turismo*. Lisboa: Edições Universitárias Lusofonas.
- Cunha, L. (2013). *Introdução ao Turismo* (5ª ed.). Lisboa: Verbo.
- DaMatta, R. (1997). *Carnavais Malandros e Heróis: Para uma Sociologia de Dilema Brasileiro 6ª Edição*. Rio de Janeiro: Rocco Lda.
- Dencker, A. d. (2007). *Métodos e Técnicas de Pesquisas em Turismo*. São Paulo: Atlas.
- Dias, R. (2003). *Sociologia Aplicada ao Turismo*. São Paulo: Atlas.

- Dias, R. (2006). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas.
- Ferreira, M. M. (2012) (Acedido em 12 de 11 de 2017). Disponível em [https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/631/1/Mestrado%20Mkt%20Prom.Turistica\\_Margarida\\_Ferreira.pdf](https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/631/1/Mestrado%20Mkt%20Prom.Turistica_Margarida_Ferreira.pdf)
- Fortin, M.-F. (1996). *O Processo de Investigação: Da Concepção a realização*.
- Gândara, C. D. (2014). O Planeamento Urbano e a Competitividade de Destinos Turísticos: uma análise desde a perspectiva do Modelo de Dwyer e Kim. *Turismo em análise*, 25, 7. Acedido em 10 de Janeiro de 2018, Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/291100143\\_O\\_Planeamento\\_Urbano\\_e\\_a\\_Compitividade\\_de\\_Destinos\\_Turisticos\\_uma\\_analise\\_desde\\_a\\_perspectiva\\_do\\_Modelo\\_de\\_Dwyer\\_e\\_Kim](https://www.researchgate.net/publication/291100143_O_Planeamento_Urbano_e_a_Compitividade_de_Destinos_Turisticos_uma_analise_desde_a_perspectiva_do_Modelo_de_Dwyer_e_Kim)
- Goldner e Ritchie, C. (2012). *Tourism Principles, Pratices, Philosophies*. Hoboken New Jersey: Wiley&Sons.
- Henriques, C. (2003). *Turismo Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável 1º Edição*. Lisboa: Silabo
- INE 2016. (Acedido em 05 de 08 de 2017). *Evolução da Procura Turística em Cabo Verde*. Disponível em <http://ine.cv/quadros/evolucacao-da-procura-turistica-em-cabo-verde-segundo-ano-2000-a-2015/>
- Inventário dos Recursos Turísticos de São Vicente 2015. ( Acedido em 20 de 06 de 2017). Disponível em [http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/bitstream/10961/4126/1/IRTUR2\\_SV%20final.pdf](http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/bitstream/10961/4126/1/IRTUR2_SV%20final.pdf)
- Ketele, J. M. (2006). *Metodologia de Recolha de Dados: fundamentos dos métodos de observações, de questionários, de entrevistas e de estudos de documentos* . Porto: Instituto Piaget.
- Lage e Milone, B. H. (2001). *Economia do Tuirsmo*. São Paulo: Atlas 7º Edição.
- Larizzati, M. F. (2005). *Lazer e Recreação para o Turismo* . Rio de Janeiro: Sprint.

- Lew, A. M. (2004). *Compêndio de Turismo*.
- Lickorish, J. L. (2000). *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus.
- Madeiras, N. (2010). *Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos*. Porto: SPC Sociedade Portuguesa de Inovação Consultoria Empresarial e Fomento da Inovação.
- Marconi, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica 5ª Edição*. São Paulo: Atlas.
- Marques, J. (2004). *Introdução a Hotelaria*. Porto: Civilização.
- Marques, M. O. (2005). *Turismo e Marketing Turístico*. Lisboa: Cetop.
- Mathieson e Wall, G. (2006). *Turism, Change, Impacts and Opportunities*. England.
- Middleton, Clarken, J. (2002). *Marketing de Turismo: Teoria e Prática 3ª Edição*. São Paulo: Campus.
- Ministério do Turismo do Brasil 2010. (Acedido em 02 de 10 de 2017). Disponível [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)
- Moreira, C. D. (1994). *Planeamento e Estratégias da Investigação Social*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.
- Neves, L. (Janeiro-Fevereiro de 2013). Carnaval do Mindelo. *Fragata, Revista de Bordo de TACV, V série*.
- Piñole, I. A. (2006). *Gestion, Productos y Servicios e las Agencias de Viajes*. Madrid: Editorial Cento de Estudios Ramon Areces.
- Pinto, M. T. (Acedido em 07 de 09 de 2017). *A História do Carnaval e suas origens*. Disponível em <http://linnguagem.com.br/downloads/portugues/historia-carnaval.pdf>

Plano Estratégico para o Desenvolvimento de Cabo Verde .Acedido em 09 de 06 de 2017). Disponível em

[http://www.governo.cv/documents/plano\\_estrategico\\_do\\_turismo.pdf](http://www.governo.cv/documents/plano_estrategico_do_turismo.pdf)

Prodanov, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas de Pesquisa e do Trabalho*, 2º Edição. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale.

Quivy e Compenhout, R. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*.

Ramos, M. N. (2003). *Mindelo d'Otrora* . Mindelo: Autor 2003.

Rejowski e Costa, M. (2003). *Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento, Estratégias e Gestão* . São Paulo: Atlas.

Revista Nos Guenti. ( 2012). *Carnaval do Mindelo – Onde os sonhos se tornam realidade*.

Rodrigues, M. (1998). Carnaval do Mindelo, Cabo Verde. *Carnaval do Mindelo*, 23-30.

Rodrigues, M. (2011). *O Carnaval do Mindelo: Formas de Reinvenção da Festa e da Sociedade*. Mindelo: Gráfica Manuel Barbosa.

Sette, Oliveira Sa (2004), I. (Acedido em 17 de 05 de 2017).Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/317837406\\_Modelos\\_de\\_competitividade\\_de\\_destinos\\_turisticos\\_evolucao\\_e\\_criticas\\_Tourism\\_destination\\_competitiveness\\_models\\_evolution\\_and\\_criticisms](https://www.researchgate.net/publication/317837406_Modelos_de_competitividade_de_destinos_turisticos_evolucao_e_criticas_Tourism_destination_competitiveness_models_evolution_and_criticisms)

Sharpley e Telfer , D. (s.d.). *Concept and Issue*.

Silva, D. M. (2017). *For a Better Carnival, Proposta Metodológica para o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Carnaval de São Vicente, Monografia de Licenciatura em Turismo*. Mindelo: Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais.

Silva, S. (2013). *Turismo Interno: Uma Visão Integrada*. Lisboa: Lidel.

Vicente Paula, E. R. (1996). *Sondagens: A amostragem como factor decisivo de qualidade*. Lisboa: Sílabo.

Vieira, J. M. (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo*. Lisboa: Verbo.

Vilelas, J. (2009). *Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento*. Lisboa:  
Sílabo.f

## 10 Anexos

### 10.1 Anexos

#### Questionário

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística

#### 1) Identificação

**Sexo** Masculino ( ) Feminino ( )

#### 2) Idade

< 18 anos ( ) 18- 30 anos ( ) 30- 42 anos ( ) 42- 54 anos ( ) 54- 66 anos ( ) > 66 anos ( )

**3) Estado Civil** Solteiro ( ) Casado ( ) Viúvo ( ) Divorciado ( )

#### 4) Nacionalidade

Alemão ( ) Italiano ( ) Inglês ( ) Americano ( ) Francês ( ) Sueco ( ) Portuguesa ( ) Suíço ( ) Norueguês ( ) Holanda ( ) Russo ( ) Polaco ( ) Cabo-verdiano ( ) Outra ( )

\_\_\_\_\_

#### 5) É a primeira vez que passa o carnaval em São Vicente?

Sim ( ) Não ( )

Se Sim, quantas vezes, caso contrário passa para a pergunta seguinte

R: Nº de vezes \_\_\_\_\_

#### 6) Como ficou a saber do carnaval mindelense?

Através de Agências de Viagens ( ), Brochuras ( ), Pesquisas em sites Turísticos ( )  
Operadores Turísticos ( ), Ministério do Turismo ( ) Familiares ( ) Amigos ( )  
Recomendações ( ) Outros ( )

**7) Qual é o principal motivo de passar o carnaval em São Vicente?**

Férias ( ) Novas experiências ( ) Aventuras ( ) Clima ( ) Cultura ( )

Outros ( ) \_\_\_\_\_

**8) Qual é a duração da sua estadia em São Vicente?**

= 2 dias ( ) 2 \_ 4 dias ( ) 4 \_ 6 dias ( ) >= 6 dias ( )

**9) Teve dificuldade em encontrar alojamento durante o carnaval?**

Sim ( ) Não ( )

**10) Como foi a sua experiência durante o carnaval?**

Muito Má ( ) Má ( ) Razoável ( ) Boa ( ) Muito Boa ( )

**11) Como avalia as ofertas turísticas de São Vicente?**

Muito Diversificada ( ) Diversificada ( ) Pouco Diversificada ( )

**12) Depois de utilizar os serviços turísticos como o avalia?**

Muito Má ( ) Má ( ) Razoável ( ) Boa ( ) Muito Boa ( )

**13) Numa escala de 0 á 5, de acordo com os critérios abaixo indicados como avalia o Carnaval**

1) Muito Má 2)Má 3) Razoável 4)Bom 5)Muito Bom

**Critérios**

**1 2 3 4 5**

Acessibilidade

Oportunidade de praticar nos desfiles

Duração dos desfiles

Horário dos desfiles

Pontualidade dos grupos

Segurança nos desfiles

Diversificação dos eventos carnavalescos

Oportunidade de participar em eventos relacionados com o carnaval (festas particulares)

Originalidade/ Autenticidade

Policimento durante os desfiles

**14) Na sua opinião, o que poderia ser melhorado no Carnaval?**

Criação de local apropriado para a venda de alimentos ( ) Aumento e melhoria na disposição de WC ( ), Horário dos desfiles ( ) Colocação de contentores de lixo ( ) Outros ( ) \_\_\_\_\_

**15) Qual é a imagem que leva do Carnaval de São Vicente?**

Muito Má ( ) Má ( ) Razoável ( ) Boa ( ) Muito Boa ( )

**16) Recomendaria alguém, o Carnaval de São Vicente?**

Sim ( ) Não ( )

**17) Regressaria noutros carnavais?**

Sim ( ) Não ( )

**18) Numa escala de 0 á 5, de acordo com os critérios abaixo indicados como avalia os serviços oferecidos durante a sua estada?**

1) Muito Má 2) Má 3) Razoável 4) Bom 5) Muito Bom

**Critérios**

1 2 3 4 5

Condições de Higiéne

Segurança e conforto nos alojamentos

Acesso aos *ateliers* de costura e dos espaços de ensaios

Acessibilidade

Hospitalidade dos residentes

Informação Turísticas

Qualidade no atendimento

Relação qualidade preço

**Muito obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

### Questionary

I am a student on the 4th year of Degree in Hotel Management and Tourism, at the University of Mindelo. As I am currently doing my monography, I intend with this questionnaire to collect relevant information for the elaboration of my work whose theme is: Cultural Tourism: The Carnival as a highly competitive offer to differentiate Mindelo/ Sao Vicente from the others islands.

#### 1) Personal Identification

**Genre:** Male ( ) Female ( )

#### 2) Age

< 18 years ( ) 18- 30 years ( ) 30- 42 years ( ) 42- 54 years ( ) 54- 66 years ( ) > 66 years ( )

**3) Marital Status** Single ( ) Married ( ) Widow ( ) Divorced ( )

#### 4) Nationality

German ( ) Italian ( ) English ( ) American ( ) French ( ) Swedish ( ) Portuguese ( )  
Swiss ( ) Norwegian ( ) Dutch ( ) Russian ( ) Polish ( ) Cape Verdean ( ) Other ( )

**5) Is it the first time that you are spending the Carnival in Mindelo?**

Yes ( ) No ( )

If yes, how many times, otherwise pass the question

A: Numbers of times \_\_\_\_\_

**6) How did you find out about the Carnival of Mindelo?**

Through the intermediate of a travel agency ( ), Brochures ( ), Research on tourist websites ( ) Tour Operator ( ), Ministry of Tourism ( ) Relatives ( ) Friends ( ) Recommendations ( ) Others ( )

**7) What is the main reason for you to spend the Carnival on São Vicente?**

Holidays ( ) To have a new experience ( ) Adventures ( ) Clime ( ) Culture ( )

Others ( )

**8) What is the length of your stay in São Vicente?**

= 2 days ( ) 2 to 4 days ( ) 4 to 6 days ( ) >= 6 days ( )

**9) Did you have some difficulties finding accommodation for Carnival?**

Yes ( ) No ( )

**12) After using the touristic services how do you evaluate them?**

Very bad ( ) Bad ( ) Fair ( ) Good ( ) Very Good ( )

**10) How was your experience during the carnival?**

Very bad ( ) Bad ( ) Fair ( ) Good ( ) Very Good ( )

**11) How do you rate the touristic offers of São Vicente?**

Little Diversified ( ) Diversified ( ) Very Diversified ( )

**13) On a scale of 0 to 5, according to the criteria below mentioned, how do you evaluate Carnival?**

1) Very bad ( ) Bad ( ) Fair ( ) Good ( ) Very Good ( )

**Criteria**

**1 2 3 4 5**

Accessibility

Opportunity to participate in a parade

Duration of the parades

Schedule of the parades

Punctuality of the groups

Security during the parades

Diversification of the activities related to Carnival

Opportunity to participate in private events during the Carnival

**14) In your opinion, what element could be improved in Carnival?**

Creation of an appropriate place for the sale of food ( ) Increase and improvement in the Toilet arrangement ( ), Schedule of the parades ( ) Others ( ) \_\_\_\_\_

**15) What image do you take of São Vicente's Carnival?**

1) Very bad ( ) Bad ( ) Fair ( ) Good ( ) Very Good ( )

**16) Would you recommend someone to participate on Mindelo's Carnival?**

Yes ( ) No ( )

**17) Would you come back for other carnivals? Yes ( ) No ( )**

**18) On a scale of 0 to 5, according to the criteria below mentioned, how would you evaluate the services offered during your stay?**

1) Very bad ( ) Bad ( ) Fair ( ) Good ( ) Very Good ( )

**Criteria**

1 2 3 4 5

Hygienic conditions

Security and confront in accommodation

Accessibility to the *ateliers* of dressmaking and to the rehearsals

Welcoming from the locals

Touristic information

Costumer service

Relation between prices and quality of the services

**Thank you very much for your time and for your help!**

### **Questionnaire**

Je suis élève en Maîtrise d'Hôtellerie et Tourisme-Gestion à l'Université de Mindelo et dans le cadre de mon mémoire je cherche à recueillir des informations autour de mon thème de recherche: le tourisme culturel et principalement le Carnaval comme plus-value touristique.

**1) Identification : Sexe** Masculin ( ) Féminin( )

**2) Age**

Moins de 18ans ( ) 18-30ans( ) 30-42 ans ( ) 42-54ans( ) 54-66ans( ) plus 66ans ( )

**3) État civil** Célibataire ( ) Marié(e) ( ) Veuf/Veuve( ) Divorcé(é) ( )

**4) Nationalité**

Almand(e) ( ) Italien(ne) ( ) anglais(e) ( ) américain(ne) ( ) français(e) ( ) suédois(e)  
( ) portugais(e) ( ) suisse ( ) norvégien(ne) ( ) hollandais(e) ( ) russe ( ) polonais(e)  
( ) cap-verdien(ne) ( ) Autre ( )

**5) Est-ce la première fois que vous passez le carnaval à São Vicente?**

Oui( ) Non ( )

**6) Comment vous avez-vous entendu parler du carnaval de Mindelo?**

Par le biais des Agences de voyages ( ) Brochures( ) Des recherches sur des sites  
Touristiques( ) Les opérateurs touristiques( ) Le Ministère du Tourisme( ) La Famille( )  
Les amis ( ) Des recommandations ( ) Autres( ) \_\_\_\_\_

**7) Quel est le principal motif de passer le carnaval à São Vicente ?**

Vacances( ) Pour avoir des nouvelles expériences( ) Des aventures( ) Le climat ( )  
La culture ( ) Autres( ) \_\_\_\_\_

**8) Quelle est la durée de votre séjour à São Vicente ?**

De 2 jours( ) De 2 à 4 jours( ) De 4 à 6 jours( ) Plus de 6 jours( )

**9) Avez-vous eu des difficultés à trouver un logement pendant le carnaval?**

Oui ( ) Non ( )

**10) Comment a été votre expérience pendant le carnaval ?**

Très mauvais ( ) Mauvaise ( ) Raisonnable( ) Bonne( ) Très bonne( )

**11) Comment évaluer les offres touristiques de São Vicente ?**

Peu diversifiée ( ) Diversifiée ( ) Très diversifiée ( )

**12) Après avoir utiliser les services touristiques, comment les évaluez vous?**

Très mauvais ( ) Mauvaise ( ) Raisonnable( ) Bonne( ) Très bonne( )

**13) Sur une échelle de 0 à 5, d'après les critères indiqués ci- dessous, comment évaluer le carnaval.**

1) Très mauvais 2) Mauvais 3) Raisonnable 4) Bon 5) Très bon

<b>Critères/ Appréciations</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Accessibilité					
Opportunité à participer aux les défilés					
La durée des défilés					
Horaires des défilés					
Ponctualité des groupes					
La sécurités pendant les défilés					
Diversification des évènements du carnaval					
Oportunité à participer à des évènements liés au carnaval (soirées privées)					

L'Accompagnement policier pendant les défilés

**14) D'après vous quel élément pourrai être amélioré au carnaval?**

La création d'un lieu approprié pour la vente de nourriture ( ) Augmentation et Amélioration des toilettes ( ) L'horaire des défilés( ) Autres ( )\_\_\_\_\_

**15)Quelle est l'image que vous gardez du carnaval de Mindelo ?**

Très mauvais ( ) Mauvaise ( ) Raisonnable( ) Bonne( ) Très bonne( )

**16) Recommanderiez-vous à quelqu'un le carnaval de São Vicente?**

Oui( ) Non( )

**17) Reviendriez vous pour d'autres carnivals?**

Oui( ) Non( )

**18)Sur une échelle de 0 à 5, d'après les critères indiqués ci-dessous, comment évaluez-vous les services offerts pendant votre séjour ?**

1) Très mauvais 2)Mauvais 3)Raisonnable 4)Bon 5)Très bon

<b>Critères</b>	1	2	3	4	5
Conditions d'hygiène					
La sécurité et confort dans l'hébergement					
L'Accès aux ateliers de couture et aux espaces de répétition					
L'hospitalité des capverdiens					
Informations touristiques					
L'environnement					
Qualité d'accueil					
Relation qualité-prix					

**Je vous remercie de votre disponibilité et collaboration**

## Anexo 2

### Entrevista com o Vereador do Turismo

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense

- 1) De acordo com o modelo existente, na sua opinião tem capacidade para atrair turistas?
- 2) A população local beneficia do retorno económico do Carnaval?
- 3) Existe um programa ou calendário que permite saber como estão organizadas as festas durante o período do Carnaval co em São Vicente?
- 4) O Carnaval já é considerado um produto turístico? Se sim como fazem para o promover? (se não qual é a perspectiva para tornar-se num produto turístico?)
- 5) Quais são os atributos que levou a considerar o Carnaval como um produto turístico?
- 6) Na sua perspectiva, qual é q sua ideia em relação ao financiamento do ministério de cultura para o Carnaval?
- 7) Qual é o peso do Carnaval na economia de São Vicente?
- 10) Considera que o Carnaval tem potencial para ser transformado num Carnaval de referência? Porque?
- 11) Quais são os aspectos que deveriam ser melhorados no que diz respeito a organização do Carnaval?

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

### Entrevista com a Vereadora da Cultura

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense

- 1) Como é organiwado o Carnavl actualmente?

- 2) Na sua opinião o Carnaval está bem estruturado? Justifique
- 3) Quais são os critérios para a escolha dos jurados
- 4) Quais são os atributos para ser considerado um grupo oficial
- 5) Existe um calendário para a preparação da festa do Carnaval? justifique
- 6) Qual é a estrutura actual do Carnaval do Mindelo
- 7) Ao longo dos anos, o Carnaval tem afirmado como um importante meio para atrair turistas?
- 8) Possuem programas de educação/ sensibilização/ consciencialização para a população no que diz respeito à recepção aos turistas? Se sim quais são?
- 9) A Segurança oferecida durante o Carnaval é suficiente para que os turistas possam estar tranquilos durante a sua estadia no Mindelo?
- 10) Como é que está sendo trabalhado o Carnaval voltado para o desenvolvimento dum produto turístico?
- 11) Será que as tradições estão sendo mantidas ou alteram com o passar do tempo?

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

### **Entrevista dirigida aos presidentes dos grupos oficiais do Carnaval**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através dessa entrevista recolher informações que serão pertinentes, daí que o meu tema que é: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense, onde será um benefício grande para o turismo de São Vicente.

- 1) Há quanto tempo participam no Carnaval?
- 2) Qual é o critério para a escolha do enredo?
- 3) Acha que o Carnaval está bem organizado?
- 4) Após a finalização do Carnaval começam logo os preparativos? Se sim quando é que começam? E o que fazem?
- 5) Está de acordo como o Carnaval é organizado? Porque?
- 6) Como avalie a organização do Carnaval?

- 7) A nível do desemprego, como o Carnaval contribui para a sua diminuição?
- 8) Na sua opinião a entidade responsável pela realização do Carnaval, tem trabalhado para que o Carnaval seja divulgado a nível internacional?
- 9) Como fazem para atrair os foliões para o grupo?
- 10) Trabalham com as Agências e Operadores Turística no sentido de divulgar o vosso Carnaval nas outras paragens do mundo com objectivo de obter foliões de outras nacionalidades?

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

### **Entrevista com os Mandingas da Ribeira Bote**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense.

- 1) Como surgiu os mandingas
- 2) Além de anunciar o Carnaval, quais são os outros papéis assumidos no Carnaval?
- 3) Como encaram o Carnaval?
- 4) Acredita que o Carnaval está bem organizado? Justifique
- 5) Sendo o grupo que arrasta o maior número de elementos da população local, como é que se sentem responsabilizados?
- 6) Tem recebido apoios por parte do Ministério da Cultura da Cultura?
- 7) Como surgiu o enterro do Carnaval
- 8) O grupo já é registado?
- 9) Como se sente pelo facto de as pessoas terem copiado a manifestação dos mandingas para as outras ilhas?

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração.**

### **Entrevista com a fundadora da Escola de Samba Tropical**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense.

- 1) Como surgiu o grupo?
- 2) Qual é a razão do desfile na noite que antecede o Carnaval?
- 3) Qual é o papel do grupo no desenvolvimento do Carnaval?
- 4) Qual é razão do separatismo dos outros
- 5) Como se sente responsabilizada pelo facto de haver uma grande adesão parte dos foliões?
- 6) Trabalham com empresas turísticas Agências de Viagens e Turismo (AVT) no sentido de atrair turistas/ foliões para participarem no desfile?
- 7) Na sua opinião acha que o Carnaval está bem organizado? Justifique
- 8) Como avalia a organização promotora do Carnaval?
- 9) O montante disponível para o grupo é suficiente?

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

### **Entrevista com o Historiador/Investigador Moacyr Rodrigues**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense

- 1) Como apareceu as primeiras figuras do carnaval, como a rainha, rei, porta-bandeira e mestre-sala?
- 2) Como explica a transição da música de português para o crioulo?
- 3) Como encara a evolução do carnaval?
- 4) Qual é a razão do desaparecimento dos grupos carnavalescos?

**Apêndices**

## **Entrevista 1,**

As entrevistas aplicadas aos grupos oficiais do Carnaval foram todos iguais, sendo as respostas semelhantes partilhando o mesmo ponto de vista sobre o carnaval, por isso as respostas já foram analisadas em conjunto na análise e discussão dos resultados.

## **Entrevista 4 Mandingas de Ribeira Bote**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense

### **1) Como surgiu os mandingas?**

*Inicialmente os desfiles surgiram naquele bairro porque havia um senhor chamado Nhô Djunga ele possuía uma de espada de ferro e dançava com ele tentando intimidar as pessoas com um estilo de dança própria. Mais tarde por iniciativa de alguns grupos no bairro da Ribeira Bote, retomaram os desfiles, e que neste momento atingiu um patamar bem elevado*

### **2) Além de anunciarem o Carnaval, quais são os outros papéis assumidos no Carnaval?**

*Saímos sempre aos domingos como grupo de animação. Não saímos somente na época do Carnaval, porque estamos aqui para ajudar qualquer instituição, crianças dos jardins infantis que querem aprender a dançar e fazer saias e a toda a hora estamos em actividade e a medida que aparece eventos somos convidados a participar.*

### **3) Como encaram o Carnaval?**

*É a festa mais desejada por todos os mindelenses, possuímos uma batucada própria e conseguimos arrastar uma grande quantidade de pessoas.*

### **4) Acredita que o Carnaval está bem organizado? Justifique**

*Em certos aspectos sim.*

**5) Sendo o grupo que arrasta o maior número de elementos da população local, como é que se sentem responsabilizados?**

*Temos uma grande responsabilidade em relação a isso e no que diz respeito aos desfiles orgulhamos com a população local pela confiança depositada mantendo a nossa notoriedade pois sem eles não seria a mesma coisa.*

**6) Tem recebido apoios por parte do Ministério da Cultura da Cultura?**

*Até ainda estamos somente nas promessas.*

**7) Alguma vez já pensaram em parar os desfiles?**

*Não porque se parar isto seria complicado, com no patamar que já atingimos é impossível.*

**8) Como surgiu o enterro do Carnaval**

*Surgiu num debate entre os elementos do grup colocando a ideia na prática.*

**9) O grupo já é registado?**

*Ainda não.*

**10) Como se sente pelo facto de as pessoas terem copiado a manifestação dos mandingas para as outras ilhas?**

*Sentimos orgulhosos porque na maioria das vezes são pessoas que são de São Vicente e que chegando a época do Carnaval querem continuar com os desfiles mesmo estando longe.*

**Obrigada pela sua colaboração e disponibilidade**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Minho e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense

## **Entrevista 5 Fundadora do Samba Tropical**

### **1 Como surgiu o grupo?**

*Surgiu com a ideia de um grupo de pessoas que formaram um grupo chamado “Grupo Mnine dnôs Terra”. Decorrido alguns anos resolveram criar um grupo de adultos de 15 aos 90 anos.*

### **2) Qual é a razão do desfile na noite que antecede o Carnaval?**

*O desfile acontece a noite talvez pela minha influência porque havia alguns grupos que saíam a noite mas desapareceram e o Samba Tropical veio reforçar o Carnaval mindelense ficando com mais um dia para festejar.*

### **3) Qual é o papel do grupo no desenvolvimento do Carnaval?**

*O grupo quando foi criado já tinha ideias bastante avançadas éramos as mais jovens, e na altura quando começamos, todos viram que o Carnaval ia ter outras dimensões, havendo uma mistura de estratos sociais metido no grupo, para não haver discriminação demonstrando que no grupo todos podiam vestir.*

### **4) Qual é razão do separatismo dos outros**

*No fundo não há separatismo, nós não participamos no concurso, porque na altura estávamos a tentar recuperar algo que perdeu.*

### **5) Como se sente responsabilizada pelo facto de haver uma grande adesão parte dos foliões?**

*Isto deve ser explicado pelo facto de iniciaremos primeiramente com a seriedade, responsabilidade e disciplina.*

**6) Na sua opinião acha que o Carnaval está bem organizado? Justifique**

*A organização precisa debruçar sobre o Carnaval sobre novas mentalidades, novas formas de ver o Carnaval no que se refere e ao planeamento, estratégia, trabalho de equipa, organização criatividade e disciplina.*

**7) Qual é a sua opinião em relação ao montante disponível para o grupo?**

*A cada ano está a ser mais difícil porque o material torna-se caro, com trabalhadores mais exigentes havendo novas exigências por parte dos grupos.*

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

**Entrevista 6 com o Sr. Moacyr Rodrigues**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense

**1) Como apareceu as primeiras figuras do carnaval, como a rainha, rei, porta bandeira e mestre sala?**

*As figuras do carnaval com rei, rainha, porta-estandarte vão aparecendo paulatinamente não aparecendo de uma vez, porque o carnaval é uma herança portuguesa, normalmente as mulheres do carnaval eram travesti, homens vestidas de mulheres para divertir. Com o tempo foi evoluindo com influências brasileiras e a primeira figura a aparecer foi a porta-estandarte porque é o símbolo do grupo e os grupos tem que ter bandeiras, mas o que é que se escolhia nos grupos era rainha do grupo ou miss que entre as mulheres elegiam uma menina que era a porta-estandarte e o rei veio aparecer depois, porque não*

*pode haver rainha sem rei e apareceu tardiamente porque naquela época a mulher não era bem aceite pela elite cabo-verdiana no carnaval. As outras figuras que aparecem no carnaval de hoje são por era influência brasileira. Depois as figura mais importante no carnaval eram as mulheres e escolhiam a moça mais bonita entre eles e normalmente deveria ser loiras e cujos pais tinham de ter dinheiro porque a só elas tinham dinheiro de facto para comprar a indumentária que era caríssimo. O aparecimento da primeira rainha que ainda era designada por miss aparece nos anos 40 pelo grupo Floriano.*

## **2) Como explica a transição da música de português para o crioulo?**

*As músicas eram feitas independentemente em crioulo ou em português, isto porque era com melodia brasileira para imitar os brasileiros com contexto cabo-verdiano e dependia do gosto do compositor.*

## **3) Como encara a evolução do carnaval?**

*Primeiramente deva-se começar a falar como é que se vestiam e de acordo com a elite vestiam camisas brancas com influências da Baía do Porto Grande e havia foliões trajados de oficiais, marinheiros assim como do cinema em que tentavam imitar os atores e através do cinema muitas vezes escolhiam um tema para apresentar no carnaval representados nos andores. As damas trajavam de vestidos pretos, próprios da noite para irem as festas depois com o tempo começaram a vestir roupas foliados como os brasileiros.*

*Os grupos faziam somente um andor e depois começaram a fazer vários As primeiras danças nos desfiles eram uma espécie de marcha, depois começaram a imitar o Brasil e com algum tempo recriaram as suas próprias danças, começaram a fazer os seus próprios sons, evoluíram e abandonaram a imitação começando a fazer desenhos próprios. O carnaval de São Vicente em relação ao do brasileiro eles têm a mesma origem, pois todas as antigas colónias portuguesas têm carnaval.*

*Mais tarde com a intervenção da Câmara Municipal, criou regras e definição do trajecto dos desfiles com uma maior dimensão. O carnaval que conhecemos hoje é um carnaval de negócios.*

## **4) Qual é a razão do desaparecimento dos grupos carnavalescos?**

*O carnaval evolui de tal maneira de que o próprio carnaval vai adequando as outras condições e vai autodestruindo, criando problemas ao próprio grupo, pois os grupos tornaram-se pequenos, os elementos dos grupos começaram a sair e com a emigração vão desaparecendo muitos deles, sendo assim é difícil de arranjar dinheiro pois precisam de apoios ou patrocinadores.*

**Obrigada pela sua disponibilidade e colaboração**

### **Entrevista 7 com O Vereador do Turismo**

Eu sou aluna do 4º ano do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo, da Universidade do Mindelo e no âmbito da realização da minha monografia, pretendo através deste questionário recolher informações que sejam pertinentes para a elaboração do meu trabalho, que tem por tema: Turismo Cultural: O Carnaval como um Diferencial Competitivo da Oferta Turística Mindelense.

**1) De acordo com o modelo existente, na sua opinião tem capacidade para atrair turistas?**

*Sim, considero que o Carnaval é um produto turístico porque neste momento as actividades do Carnaval pode-se notar um número considerável de pessoas na ilha de São Vicente, entre turistas e emigrantes devendo ver como um grande potencial para atrair turistas.*

**2) A população local beneficia do retorno económico do Carnaval?**

*Beneficia em grande, porque durante o período de Carnaval as pessoas que trabalham ligado ao Carnaval, geram rendimento com impacto positivo junto das famílias.*

**3) Existe um programa ou calendário que permite saber como estão organizadas as festas durante o período o Carnaval?**

*É uma questão que deve ser melhorado e tem a ver com a divulgação durante o ano. Neste momento a Câmara Municipal faz um esforço juntamente com os grupos no sentido*

*de ter uma divulgação prévia de todas as actividades do Carnaval para antecipadamente as pessoas que vem de fora programarem e saber o que que eles vão encontrar.*

**4) O Carnaval já é considerado um produto turístico? Se sim como fazem para o promover? (se não qual é a perspectiva para tornar-se num produto turístico?)**

*Sim, o Carnaval já é considerado um produto turístico.*

**5) Quais são os atributos que levou a considerar o Carnaval como um produto turístico?**

*Isto deva-se pelo movimento das pessoas em torno do Carnaval, sendo que os motivos são essencialmente o Carnaval. São pessoas provenientes das outras regiões do mundo e também mesmo das outras ilhas do país, contudo a divulgação verdadeiramente da imagem do Carnaval deve ser ainda tratada com mais atenção.*

**6) Na sua perspectiva, o que acha sobre o financiamento do ministério de cultura para o Carnaval mindelense?**

*O valor é relativo, dependendo da necessidade de cada grupo, pois são actividades que acarretam elevados valores que geram um impacto económico muito forte para a comissão da ilha.*

**7) Qual é o peso do Carnaval na economia de São Vicente?**

*Não há um estudo ainda que permite saber o impacto económico, mas penso que tem um peso muito grande refletindo principalementes hotéis e restaurante que estão cheios.*

**9) O orçamento para o Carnaval tem um valor fixo ou é alterado a cada ano?**

*O orçamento varia porque depende da participação dos privados e está a aumentar cada vez mais com novas exigências.*

**10) Considera que o Carnaval tem potencial para ser transformado num Carnaval de referência? Porquê?**

*Acho que sim, o Carnaval de São Vicente já é um Carnaval de referência porque reflete a imagem do Carnaval de Cabo Verde. Não devo deixar de referir que temos outros*

*carnavais com as suas qualidades designadamente o Carnaval de São Nicolau e ainda tem as outras ilhas que estão apostando cada vez mais no seu Carnaval.*

**Obrigada pela sua colaboração e disponibilidade**