

**Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais**

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Trabalho de Projeto

## **Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde**

Solângela Teresa Lopes da Veiga

Orientador (es) | Áurea Rodrigues  
Noémi Marujo

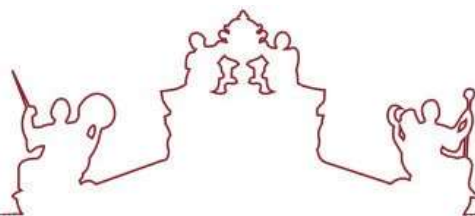
Évora 2022

---

---

---

---



**Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais**

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Trabalho de Projeto

## **Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde**

Solângela Teresa Lopes da Veiga

Orientador (es) | Áurea Rodrigues  
Noémi Marujo

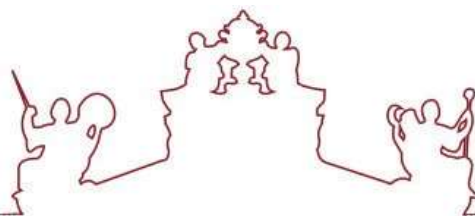
Évora 2022

---

---

---

---



O trabalho de projeto foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Ciências Sociais:

Presidente | Maria do Rosário Borges (Universidade de Évora)

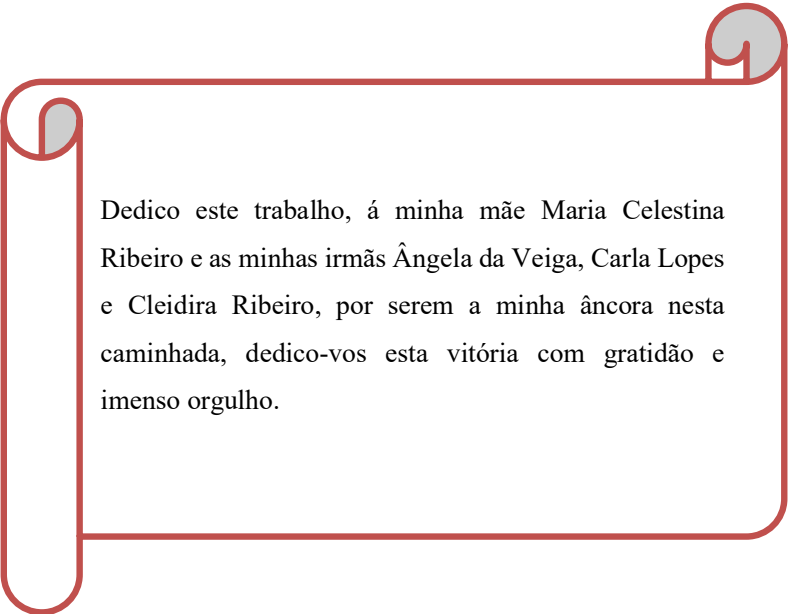
Vogais | Joana Lima (Universidade de Évora) (Arguente)  
Áurea Rodrigues (Universidade de Évora) (Orientador)

## EPÍGRAFE

*“O que faço é a dança, a paixão que vai na alma de quem a experimentou, a linguagem local, aquela que está acima da diferença da condição social”.*

Autor (a) desconhecido

## DEDICATÓRIA



Dedico este trabalho, á minha mãe Maria Celestina Ribeiro e as minhas irmãs Ângela da Veiga, Carla Lopes e Cleidira Ribeiro, por serem a minha âncora nesta caminhada, dedico-vos esta vitória com gratidão e imenso orgulho.

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho não seria possível sem o auxílio de pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a elaboração deste projeto. Por isso não deixaria de agradecer a todos os que me ajudaram durante o período das aulas e aquando da realização deste projeto. Foram dois anos de experiências profundas, inesquecíveis! Embarquei numa viagem com destino ao aprofundamento dos conhecimentos técnicos do setor e atividade profissional que escolhi como carreira: o turismo. Conheci outras pessoas, outros lugares e novas realidades! Foram momentos de alegria, de redescoberta de um caminho que me convida a espreitar, a sorrir, sonhar e realizar uma ambição. Portanto, em primeiro lugar agradeço a Deus pela vida e saúde que me proporcionou no decorrer desta jornada, como também a força e coragem que permitiram ultrapassar as dificuldades.

A minha orientadora Prof<sup>ª</sup> Doutora Áurea Rodrigues, pela imediata disponibilidade demonstrada em orientar este projeto e pelas sugestões oportunas e valiosas que permitiram a sua conclusão e sobretudo a paciência e a dedicação demonstrado durante este percurso. Um agradecimento é endereçado à orientadora Prof<sup>ª</sup> Doutora Noémi Marujo pelas contribuições e críticas construtivas ao trabalho apresentado, pois o seu auxílio contribuiu muito para a realização do presente projeto.

A minha família, por me ter possibilitado realizar um mestrado em Portugal e, em especial a minha mãe Maria Celestina Ribeiro e a minha tia Dulce Ribeiro pelo estímulo, por estarem sempre presente para me apoiar, para me criticar e para me felicitar fazendo-me sentir uma pessoa melhor.

À Elizandra Teixeira, por me ter recebido tão bem na sua querida família em Lisboa e por toda a ajuda externa que me ofereceu. E, à Cíntia Fernandes pelos conselhos e acolhedora recepção em Évora.

Ainda, quero agradecer à Escola de Ciências Sociais da Universidade de Évora pela oportunidade de frequentar o mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos e a todos os professores, em especial Prof. Doutor Jaime Serra, Prof<sup>ª</sup>. Doutora Maria do Rosário Borges e a Prof<sup>ª</sup>. Doutora Joana Lima, e colegas, em especial, Andreia Piteira, Esperanza Prado e a Helga Mandele, que contribuíram para o enriquecimento do meu conhecimento, pela aprendizagem, amizade, apoio e pela convivência.

A todos, o meu mais profundo agradecimento e bem hajam.

Muito obrigada!

## RESUMO

### **Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde**

O presente trabalho intitulado “Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde” pretende estimular as danças tradicionais, através de workshops com a marca “Viver Santa Cruz”, para o desenvolvimento e implementação do turismo criativo. É um projeto de investigação em turismo e aplicação que visa desenvolver uma abordagem integrada de práticas de turismo cultural e turismo criativo no Concelho de Santa Cruz em Cabo Verde. Como já foi referido, este projeto tem como objetivo crucial contribuir para a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo em Santa Cruz através das atividades criativas culturais, valorizando e preservando o património e contribuir para o desenvolvimento qualificado do território. Para isto, foi realizado um estudo de caso utilizando uma metodologia mista em que foram entrevistados os representantes das associações culturais e os dirigentes das entidades turísticas do concelho de Santa Cruz e foram aplicados os inquéritos por questionários aos residentes do concelho. Os resultados apontam que o projeto “viver Santa Cruz” contribui para definições e desenvolvimento de políticas relativas ao turismo cultural, turismo criativo e turismo no seu modo geral. E assim, o projeto estabelece o envolvimento de toda a comunidade no turismo cultural e criativo e as práticas de empreendedorismo baseado no produto local, criação e desenvolvimento da oferta turística, de modo a atrair visitante para o Concelho a, procura de uma nova experiência autêntica e local. O projeto proposto, “viver Santa Cruz”, pretende envolver a participação ativa dos visitantes, o envolvimento da comunidade, conhecimento, aprendizagem e a criatividade, com o intuito de valorizar e preservar o património material e imaterial do Concelho.

**Palavras-chaves:** Turismo Cultural; Turismo Criativo; Valorização Cultural; Santa Cruz; Experiência Criativa; Desenvolvimento Local.

## **ABSTRACT**

### **Cultural and Creative Tourism: the case of Santa Cruz in Cape Verde**

The present work entitled “Cultural and Creative Tourism: the case of Santa Cruz in Cape Verde” intends to stimulate traditional dances, through workshops with the brand “Living Santa Cruz”, for the development and implementation of creative tourism. It is a tourism research and application project that aims to develop an integrated approach to cultural tourism and creative tourism practices in the Municipality of Santa Cruz in Cape Verde. As already mentioned, this project has the crucial objective of contributing to the implementation and development of cultural and creative tourism in Santa Cruz through cultural creative activities, valuing and preserving the heritage and contributing to the qualified development of the territory. For this, a case study was carried out using a mixed methodology in which the representatives of the cultural associations and the leaders of the tourism entities of the municipality of Santa Cruz were interviewed, and questionnaire surveys were applied to the residents of the municipality. The results point out that the “Living Santa Cruz” project contributes to definitions and development of policies regarding cultural tourism, creative tourism, and tourism in general. And so, the project establishes the involvement of the whole community in cultural and creative tourism and the practices of entrepreneurship based on the local product, creation and development of the tourist offer, in order to attract visitors to the County in search of a new authentic and local experience. The proposed project, “Living Santa Cruz”, intends to involve the active participation of visitors, community involvement, knowledge, learning, and creativity, with the aim of valuing and preserving the material and immaterial heritage of the County.

**Keywords:** Cultural Tourism; Creative Tourism; Cultural valorization; Santa Cruz; Creative Experience; Local Development.



## ÍNDICE GERAL

EPÍGRAFE .....	i
DEDICATÓRIA .....	ii
AGRADECIMENTOS .....	iii
RESUMO .....	iv
ABSTRACT .....	v
ÍNDICE DE QUADRO .....	x
ÍNDICE DE TABELA .....	xi
ÍNDICE DE FIGURA .....	xii
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS .....	xiii
INTRODUÇÃO .....	1
Enquadramento e relevância do projeto .....	1
Questão de partida .....	2
Objetivos .....	3
Estrutura do projeto .....	3
CAPÍTULO I- Revisão da literatura .....	5
1.1. Introdução .....	5
1.2. Turismo Cultural .....	5
1.2.2. Turismo cultural e imagem do destino .....	9
1.2.3. Formas de turismo cultural .....	11
1.2.4. Turista cultural .....	12
1.3. Turismo criativo .....	13
1.3.1. Turismo criativo e desenvolvimento territorial .....	16
1.3.2. Turismo criativo e autenticidade .....	18
1.3.3. Tendências do setor no turismo criativo .....	20
1.3.4. Turista criativo .....	21
1.3.5. Motivações e experiências em turismo cultural e criativo .....	22
CAPÍTULO II - Caraterização do Concelho de Santa Cruz .....	26

2.1.	Introdução.....	26
2.2.	Caracterização geográfica .....	26
2.3.	Caracterização sociodemográfica .....	26
2.4.	Caracterização económica .....	27
2.5.	Caracterização Política .....	27
2.6.	Turismo em Santa Cruz (Oferta e procura) .....	28
2.7.	Atividades culturais e criativas em Santa Cruz .....	31
CAPÍTULO III – Metodologia.....		32
3.1.	Introdução.....	32
3.2.	Modelo de investigação.....	32
3.3.	Apresentação dos critérios de seleção da população em estudo.....	34
3.3.1	Critérios de seleção para as entrevistas .....	34
3.3.2	Critérios de seleção para os questionários.....	35
3.4.	Técnica de recolha de dados (Entrevista e Questionário).....	36
3.4.1.	Entrevista.....	36
3.4.2.	Questionários.....	37
3.4.2.1.	Elaboração do questionário .....	37
3.4.2.2.	Pré-teste do questionário .....	37
3.4.2.3.	Aplicação do inquérito por questionário .....	38
3.5.	Método de análise das entrevistas e dos questionários.....	38
3.5.1.	Método de análise dos dados das entrevistas.....	38
3.5.2.	Método de análise dos dados dos questionários .....	39
CAPÍTULO IV - Análise e discussão dos resultados.....		40
4.1.	Introdução.....	40
4.2.	Análise das entrevistas .....	40
4.2.1.	Contexto do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz .....	41
4.2.1.1.	Concelho cultural e criativo.....	41
4.2.1.2.	Fatores de atratividades .....	43

4.2.2.	Implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz.....	45
4.2.2.1.	Workshops de danças tradicionais.....	45
4.2.2.2.	Preservação e valorização da cultura local.....	47
4.2.2.3.	Participação nos workshops de danças tradicionais.....	48
4.2.3.	Desafios para o turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz.....	49
4.2.3.1.	Proporcionar experiência.....	50
4.2.3.2.	Cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais.....	51
4.2.3.3.	Desenvolvimento de infraestruturas culturais.....	52
4.3.	Análise dos inquéritos por questionários.....	54
4.3.1.	Caracterização sociodemográfica da amostra.....	54
4.3.2.	Grau de satisfação com os seguintes aspetos/atributos de Santa Cruz.....	55
4.3.3.	A opinião dos inquiridos em relação ao projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz.....	56
4.3.4.	Participação dos inquiridos nos workshops de danças tradicionais.....	57
4.3.5.	Impactos do desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz.....	62
4.3.6.	Projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz associado às danças tradicionais (Workshops).....	64
4.4.	Discussão dos resultados.....	66
4.4.1.	Resultados das entrevistas.....	67
4.4.2.	Resultados dos inquéritos por questionários.....	68
4.4.3.	Notas conclusivas.....	70
CAPÍTULO V- Projeto “Viver Santa Cruz”.....		73
5.1.	Introdução e justificação.....	73
5.2.	Caracterização do projeto.....	74
5.3.	Associações e organizações associados ao projeto.....	78
5.4.	Atividades-chave.....	79
5.4.1.	Dança tradicional batuque.....	79
5.4.2.	Dança tradicional funaná.....	80

5.4.3. Dança tradicional tabanca.....	81
5.5. Integração das associações e organizações no projeto .....	82
5.6. Potencial público-alvo.....	83
5.7. Plano de comunicação/promoção .....	84
CONCLUSÃO .....	86
Limitações .....	88
Sugestões/recomendações .....	88
BIBLIOGRAFIA.....	90
APÊNDICES.....	97
Apêndice I - Associação Cultural, Desportiva, Recreativa Pedra Badejo - PB Show Santa Cruz.....	96
Apêndice II - Associação Komunidade Mosinhos D’Interior (KMDI).....	97
Apêndice III - Associação Cultural Berso de Santa Cruz – ACBSC .....	98
Apêndice IV – Agência Multiviagens Tour - Viagens e Turismo de Santa Cruz .....	99
Apêndice V – Agência Kid Trekking Tours.....	100
Apêndice VI – Guião de entrevista .....	101
Apêndice VII - Questionários aplicados aos residentes e membros das associações culturais do concelho de Santa Cruz.....	104
Apêndice VIII – Análises Estatísticas .....	108
Apêndice IX -Testes Qui-quadrado.....	112
ANEXOS.....	118
Anexo I - Processo de projeto de pesquisa.....	119

## ÍNDICE DE QUADRO

<b>Quadro 1</b> - Objetivo geral e objetivos específicos .....	3
<b>Quadro 2</b> - Evolução do conceito de turismo criativo.....	15
<b>Quadro 3</b> - Uma tipologia de experiências de turismo criativo.....	24
<b>Quadro 4</b> - Serviços de Alojamento .....	28
<b>Quadro 5</b> - Serviços de Restauração .....	29
<b>Quadro 6</b> - Praias e piscinas naturais .....	30
<b>Quadro 7</b> - Entidades turísticas .....	30
<b>Quadro 8</b> - Resumo das principais conclusões.....	72
<b>Quadro 9</b> - Proposta de programa dos workshops .....	76

## ÍNDICE DE TABELA

<b>Tabela 1</b> - Codificação dos entrevistados.....	36
<b>Tabela 2</b> - A categorização das entrevistas.....	40
<b>Tabela 3</b> - Caracterização sociodemográfica.....	55
<b>Tabela 4</b> - Grau de satisfação com os atributos de Santa Cruz.....	56
<b>Tabela 5</b> - Opinião dos inquiridos em relação ao projeto de turismo cultural e criativo.....	57
<b>Tabela 6</b> - Participação dos inquiridos nos workshops de danças tradicionais .....	58
<b>Tabela 7</b> - Participação no workshop de danças tradicionais versus género .....	59
<b>Tabela 8</b> - Participação no workshop de danças tradicionais versus idade (cont.).....	60
<b>Tabela 9</b> - Participação no workshop de danças tradicionais versus níveis de estudos (cont.) .....	61
<b>Tabela 10</b> - Participação no workshop de danças tradicionais versus estado civil (cont.) .....	62
<b>Tabela 11</b> - Impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural.....	64
<b>Tabela 12</b> - As contribuições de um projeto de turismo criativo associado às danças .....	66

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>Figura 1</b> - Formas de turismo criativo .....	17
<b>Figura 2</b> - Nuvem de palavras Atributos cultural e criativo de Santa Cruz.....	43
<b>Figura 3</b> - Nuvem de palavras Fatores de atratividades .....	45
<b>Figura 4</b> - Nuvem de palavras Workshops de danças tradicionais.....	47
<b>Figura 5</b> - Nuvem de palavras Preservação e valorização da cultura local .....	48
<b>Figura 6</b> - Nuvem de palavras Participação nos workshops de danças tradicionais.....	49
<b>Figura 7</b> - Nuvem de palavras proporcionar experiência .....	51
<b>Figura 8</b> - Nuvem de palavras Cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais .....	52
<b>Figura 9</b> - Nuvem de palavras Desenvolvimento de infraestruturas culturais.....	53
<b>Figura 10</b> - Imagem de marca do projeto Viver Santa Cruz.....	77
<b>Figura 11</b> - Dança tradicional batuque .....	80
<b>Figura 12</b> - Dança tradicional funaná .....	81
<b>Figura 13</b> - Dança tradicional tabanca.....	82

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

ACBSC – Associação Cultural Berso de Santa Cruz

APA – American Psychology Association

CMSCZ – Câmara Municipal de Santa Cruz

CV – Cabo Verde

CS<sup>ta</sup>C – Concelho de Santa Cruz

EUROTEX – European Textile Crafts Network

INE-CV – Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde

IPC – Instituto do Património Cultural

KMDI – Komunidade Mosinhos D’Interior (Comunidade Gentes do Interior)

OMT – Organização Mundial do Turismo

PAICV – Partido Africano da Independência de Cabo Verde

PB – Pedra Badejo

PIB – Produto Interno Bruto

S<sup>ta</sup>C – Santa Cruz

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

TC – Turismo Cultural

TC – Turismo Criativo

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO – United Nations World Tourism Organization



## **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho integra-se num dos requisitos para a conclusão do Curso de Mestrado em “Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos” da Universidade de Évora. Após dois semestres de aulas de cariz técnico-científico, iniciado no ano letivo 2019/2020, nos quais foram adquiridos conhecimentos sobre as mais diversas áreas em turismo e desenvolvimento de destinos e produtos, decidiu-se optar pela realização de um projeto sobre um tema relacionado com o turismo cultural e criativo.

Com o projeto denominado “Turismo Cultural e Criativo: O caso de Santa Cruz em Cabo Verde” pretende-se essencialmente, através da marca “Viver Santa Cruz”, fomentar o turismo cultural e criativo. O projeto que terá como tema “Viver Santa Cruz” consistirá na prática de workshops de danças tradicionais do referido concelho em três modalidades: funaná, batuque e a tabanca que, de acordo com vários testemunhos e acontecimentos, são considerados os mais histórico-culturais. A temática cultural e criativa como fator de valor acrescentado local tem sido uma área de elevada motivação e interesse pessoal. Por isso, este interesse espelha a vontade de compreender em que medida o workshop de danças tradicionais pode contribuir para o desenvolvimento do turismo cultural e criativo em Santa Cruz (Cabo Verde), bem como o modo como este pode ter um papel na preservação e valorização das danças, assim como no desenvolvimento qualificado do concelho de Santa Cruz. Além disso, pretende-se analisar as atividades culturais e criativas existentes e praticadas no concelho através das associações e grupos culturais, entidades turísticas e a Autarquia Local, de modo a que se perceba o potencial criativo do concelho, dentro da sua oferta turística, e a possibilidade de esta seguir o exemplo de concelho do Tarrafal de Santiago, Cabo Verde, na sua gestão do turismo criativo. Por último, a abordagem deste tema deve-se, ainda, à falta das ofertas turísticas em Santa Cruz, na área do turismo cultural e criativo. Assim, considera-se que esta investigação permite contribuir para uma melhor compreensão do fenómeno em estudo e do contexto em que se insere.

### **Enquadramento e relevância do projeto**

O projeto foca-se na organização da oferta a nível de um produto inovador que permita criar valor para atrair visitantes e promover o destino a potenciais visitantes, assim como incentivar e motivar a comunidade local e dar a conhecer aos visitantes uma vertente diferente de um destino com grande potencial turístico, rico em história, cultura e tradição. Deste modo, o projeto “Viver Santa Cruz” pretende oferecer experiência, valor, emoções, assim como expandir o conhecimento da história, cultura e as raízes de Santa Cruz e, ao mesmo tempo, constituir uma maneira de valorizar e dar a conhecer as raízes e as características mais tradicionais dos recursos naturais e culturais. Este produto tem como base os princípios do turismo cultural e criativo com base nos recursos autóctones que apresentam potencial

ainda não trabalhado neste âmbito. O core deste projeto centra-se numa experiência de aprendizagem com dinâmicas de participação ativa dos turistas proporcionando um envolvimento com a cultura local resultando numa experiência autêntica, bastante valorizada pelos mercados na atualidade.

Precisamente o projeto “viver Santa Cruz” tem a preocupação de criar atividades com experiências criativas para além da mera satisfação do destino. Contudo, a visão do turismo cultural e criativo que norteia o projeto “viver Santa Cruz” centra-se em atividades criativas e culturais dinâmicas, concebidas e implementadas por residentes locais e inspirados pelos recursos genuínos (histórias, cultura, lugares e as pessoas), de modo a incentivarem o conhecimento, experiência, a expressão individual, autorrealização e a intervenção entre os visitantes e residentes. No entanto, a perspetiva de o projeto “viver Santa Cruz” em relação ao turismo cultural e turismo criativo abrange algumas dimensões, tais como: aprendizagem, envolvimento com a comunidade, participação ativa e a autoexpressão criativa. De facto, o projeto “viver Santa Cruz” procura oferecer o que é localmente significativo, desde as tradições, heranças culturais e históricas, sobretudo, as formas de expressão do concelho de Santa Cruz, e assim, provocando aspiração para o futuro. Ou seja, o projeto turismo cultural e criativo, com atividades criativas de base cultural, pode contribuir de forma efetiva para uma revitalização local, onde pode contribuir também para a sustentabilidade das raízes, tradições e as práticas culturais mais vulneráveis e algumas que se encontram menosprezadas.

O turismo cultural tanto como o turismo criativo, podem desempenhar um papel de grande importância no turismo e na economia para o desenvolvimento e crescimento do Concelho de Santa Cruz, uma vez que o turismo cultural e criativo faz parte de pacotes turísticos de pequena escala, locais com menos turistas, atividades ao ar livre, envolvimento em experiências criativas com significado pessoal. Desta forma, o Concelho de Santa Cruz poderá ocupar um lugar de destaque no imaginário de Cabo Verde à medida que estas trajetórias futuras se revelam. Em virtude das mudanças ocorridas no setor turístico, aliados à inovação tecnológicas e da própria evolução da experiência turística e da sociedade, sem negligenciar o fenómeno da globalização, novas exigências se fazem sentir. Neste contexto, torna-se cada vez mais necessário a necessidade da inovação e da criatividade pelas organizações e operadores turísticos e, claro, pelos destinos.

### **Questão de partida**

Como é que as danças tradicionais em Santa Cruz de Cabo Verde podem contribuir para a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo?

## Objetivos

O projeto de investigação, que consiste na implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo em Santa Cruz com a realização de várias atividades culturais e criativas, apresenta um objetivo geral e vários objetivos específicos (ver Quadro 1).

**Quadro 1** - Objetivo geral e objetivos específicos

<b>Objetivo geral (OG)</b>	Analisar o contributo das danças tradicionais para a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo em Santa Cruz de Cabo Verde.
<b>Objetivos específicos (OE's)</b>	<b>OE1:</b> Apresentar uma proposta de turismo cultural criativo para o concelho de Santa Cruz de Cabo Verde.
	<b>OE2:</b> Propor um programa de atividades criativas que incentivem o conhecimento da cultura e as tradições em Santa Cruz de Cabo Verde.

**Fonte:** Elaboração própria

A realização do presente projeto deu-se através das fontes secundárias como artigos científicos; papers de conferências publicados; capítulos de livros científicos; livros; teses/dissertações; websites; bases de dados de artigos científicos e os repositórios de documentos digitais. Foi utilizado uma metodologia de estudo de caso do concelho de Santa Cruz que decorreu entre fevereiro e julho de 2021, com a utilização da metodologia mista aplicando métodos qualitativos e quantitativos, através das entrevistas semiestruturadas às associações culturais/entidades turísticas e inquéritos por questionários a residentes do concelho de Santa Cruz e os membros das associações culturais. E para tratamento e análise dos dados qualitativos utilizou-se o software NVivo12, e para tratamento e análise dos dados quantitativos recorreu-se ao software SPSS versão 24.0 (Statistical Package for the Social Sciences).

## Estrutura do projeto

O presente projeto, intitulado “Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde”, está estruturado em 5 capítulos:

O **Capítulo I** é dedicado à revisão de literatura com o tema principal turismo cultural e turismo criativo. É feito um enquadramento de conceitos relacionados com o turismo cultural criativo, com o

propósito de apresentar a evolução da investigação sobre a temática, conceitos teóricos relevantes para a temática em análise, as formas de turismo cultural e criativo, turista cultural e criativo, a autenticidade e tendências do sector no turismo criativo, motivos e experiências em turismo cultural e criativo.

O **Capítulo II** aborda o enquadramento e caracterização do Concelho de Santa Cruz em Cabo Verde, com principal destaque para a caracterização geográfica, caracterização sociodemográfica, caracterização económica, caracterização política, o turismo em Santa Cruz a nível da oferta e a procura e as atividades culturais e criativas em Santa Cruz.

O **Capítulo III** descreve a metodologia, o modelo de investigação, os métodos de recolha de dados, apresentação dos critérios de seleção da população em estudo, técnicas de recolha de dados (entrevista e questionário) e os métodos de análise dos dados.

O **Capítulo IV** descreve a análise das entrevistas, análise dos questionários e a discussão dos resultados (resultados das entrevistas, resultados dos questionários e os principais resultados).

O **Capítulo V** disserta sobre o projeto de turismo cultural e criativo, com a sua introdução e justificação, caracterização, associações e organizações associados ao projeto, atividades-chave, integração das associações e organizações no projeto, potencial público-alvo, plano de comunicação/promoção. Depois serão apresentadas as conclusões, limitações e sugestões para a investigação futura e as bibliografias utilizadas na realização do presente projeto.

## **CAPÍTULO I- Revisão da literatura**

### **1.1. Introdução**

Para realização da revisão de literatura, primeiro apresenta-se o turismo cultural com as seguintes componentes: conceito; turismo cultural e valorização do património; turismo cultural e a imagem do destino; as formas de turismo cultural; e por último o turista cultural, e de seguida apresenta-se o turismo criativo incluindo seguintes componentes: conceito; turismo criativo e desenvolvimento territorial; turismo criativo e autenticidade; tendências do setor no turismo criativo; o turista criativo; e as motivações e experiências em turismo cultural e criativo.

### **1.2. Turismo Cultural**

A definição de Turismo Cultural é complexa, fundamentalmente por se associar a dois conceitos, também eles complexos - turismo e cultura (Korunovski e Marinoski, 2012; Richards, 2005, citado por Marujo, 2015; Guerreiro, et al., 2014). Entretanto, de acordo com Carvalho et al. (2011) a relação da cultura com o turismo tem sido estudada ao longo dos anos por vários autores, entre eles: Costa (2005); Ferreira (2003, 2010), McKercher e Cros (2002), Munsters (2004), Richards (1996), Silberberg (1995), e para alguns, tendo havido recentemente um interesse na criatividade em relação ao setor turístico tais como, Felipe (2009), Florida (2002), King (2009), Pine e Gilmore (1999), Richards e Wilson (2006, 2007), Richards (2009a, 2009b). E assim, de acordo com Marujo (2015) o turismo cultural começou a ser reconhecido como uma categoria de produto turístico distinta nos finais de 1970, quando os investigadores do turismo perceberam que algumas pessoas viajavam especificamente para conhecer a cultura ou a herança de um determinado destino (McKercher e Cros, 2002, citado por Marujo, 2015, p. 5)

Para Carvalho (2017, p. 350) de acordo com a Organização Mundial do turismo, existem inúmeras condicionantes que afetam diretamente a motivação do turista na realização de uma atividade turística, assim como uma diversidade de atrativos que justificam a existência de diferentes tipos de turismo, deste modo, a cultura constitui um dos recursos de maior expressão e atratividade no atual panorama turístico europeu, onde o consumo turístico de bens patrimoniais, quer materiais quer imateriais, é uma alavanca para a criação de diferentes tipos de turismo cultural, tais como: turismo de património; turismo de arte; turismo étnico; turismo literário; turismo gastronómico; turismo de festivais; turismo histórico; turismo indígena; turismo arqueológico; turismo musical; turismo cinematográfico; turismo militar; turismo de guerra; e até o dark tourism.

Segundo Richards (2018a, p. 17) citado por Naval e Serra (2019, p. 10) “a definição do turismo cultural tornou-se um grande debate na literatura, porque as próprias noções de cultura e turismo são tão diversas e abertas a diferentes interpretações”. Contudo, falando de turismo cultural é fundamental falar da cultura e entender melhor a sua ligação com o turismo, as suas vantagens, benefícios e os seus contributos para o desenvolvimento e crescimento de uma comunidade, cidade, regiões e país. E assim, cada comunidade, cidade, região e país possui a sua própria cultura e identidade e, portanto, não existe cultura superior e nem inferior, mas sim existe cultura diferente (Naval e Serra, 2019, p. 10). Marujo (2015) afirma que a identidade de um lugar é marcada essencialmente pela sua cultura. Ou seja, cada região possui uma singularidade cultural própria que as torna diferente das outras, que a cultura envolve a forma de ser e de estar de uma sociedade e, por isso, ela é constantemente trabalhada pelas entidades promotoras do turismo (Naval e Serra, 2019). E para Marujo (2019) atualmente, cidades, vilas e aldeias desejam, cada vez mais, dar a conhecer as suas singularidades culturais e, portanto, no campo do turismo, a cultura constitui o principal elemento da diferença para atrair turistas e/ou visitantes. É verdade que, quando se fala de turismo cultural, isso tem a ver com objetos, atividades ou conhecimentos associados a um património transformado em objeto de ação, de lazer e de espetáculo (Santos, 2017, p. 225).

O turismo cultural é uma modalidade que se centra nos recursos culturais. Tais recursos não se limitam aos monumentos, ao património construído ou aos mitos e lendas do passado (Marujo, et al., 2013, p. 3). Os autores referem que o turismo cultural se caracteriza pela motivação do turista em conhecer e vivenciar lugares onde o seu alicerce está baseado na história de uma determinada sociedade. Deste modo, podemos considerar que ela, a cultura, faz parte da essência do turismo. Mas, se assim é, então a própria designação “turismo cultural”, um turismo supostamente dirigido à “cultura”, como se esta fosse algo separado ou separável de todo o resto da vida de uma comunidade (Richards, 2018b, citado por Naval e Serra, 2019, p. 11).

Analisando o turismo cultural, verificou-se que o termo turismo cultural engloba sítios históricos, feiras e festivais de arte e artesanato, museus de todos os tipos, as artes performativas e as artes visuais e outros sítios patrimoniais que os turistas visitam em busca de experiências culturais (Tighe, 1986, citado por Santos, 2017). E assim, a cultura é considerada, de certa forma, o “motor” do turismo. Mas também é um facto que ela é, em muitos casos, ressuscitada através do turismo. Tome-se como exemplo o caso dos museus em que a sua principal função é conservar a história, mas que cada vez mais são criados para consumo turístico. (Marujo, 2019, p. 72).

O turismo cultural é reconhecido como uma forma de turismo, onde a cultura constitui a base para atrair turistas ou a motivação para muitos turistas e/ou visitantes culturais viajarem. E para alguns, o turismo cultural “é todo o movimento de pessoas a atrações culturais específicas, como sítios

patrimoniais, artísticos e manifestações culturais, artes e drama, fora das suas residências habituais”. (Richards, 1996, citado por Santos et al., 2012, p. 1560). De facto, O desenvolvimento do turismo cultural e a crescente procura por este tipo de turismo deve-se, essencialmente, ao aumento da questão educacional, ao rendimento disponível, às tecnologias de informação e comunicação, ao crescente papel da mulher na economia e a uma maior consciência do processo de globalização (Richards, 2007, citado por Marujo, et al., 2013, p.3).

### **1.2.1. Turismo Cultural e valorização do património**

O património é a marca da presença do Homem ao longo dos tempos, que não só transmite os valores do passado como pretende ser uma herança para as gerações futuras, onde a sua presença poderá ser representada através de bens culturais, bens naturais ou bens mistos, sendo que muitos deles perdem-se no tempo e outros permanecem até aos nossos dias, sendo assim, uma das formas de transmitir a importância do património é através da sua exposição, que permite a transmissão de valores que necessitam de ser preservados e transmitidos para que estes não permaneçam em esquecimento (Gerardo e Pinheiro, 2010, p. 209), isto é, o turismo cultural tem contribuído na transmissão de valores, costumes, tradições e a cultura dos destinos de modo a valorizar, preservar e garantir o seu uso de uma forma sustentável. Onde para alguns autores, um dos grandes desafios da Humanidade é o de permitir conservar o património herdado a partir dos seus antepassados e transmiti-los às gerações futuras, sendo que, o património, seja cultural, natural ou material, é um bem que deve ser preservado, pois foi transmitido de gerações anteriores e de ser transmitido para as gerações futuras (Gerardo, et al., 2010, p. 198).

Através dos eventos culturais que também podemos resistir à cultura dos outros, isto é, a preservação e difusão das manifestações tradicionais de uma região ou localidade são muitas vezes divulgadas através dos eventos culturais tais como, festas religiosas; festas populares; arraiais; festivais folclóricos; portanto, são eventos ao vivo e, por isso, eles podem ser um estímulo para fortalecer ou fazer renascer a identidade cultural de um povo. Sendo que, os eventos com temas históricos, que comemoram algum facto de uma comunidade ou tradições de um grupo cultural despertam um interesse atual, e a valorização do diferente, do tradicional constitui, atualmente, um dos principais motivos dos fluxos turísticos para lugares que conservam uma tradição cultural (Marujo, 2010, p. 357). Portanto, as manifestações culturais de uma região ou localidade provocam no turista o interesse pela cultura, levando-o a observar, a experimentar e a compreender comportamentos e atitudes que, muitas vezes, são bem diferentes daqueles que existem no seu local de origem. Assim, aqueles destinos que, através dos eventos culturais, preservam e comemoram as suas singularidades produzem uma melhor vivência ao visitante e um maior benefício para a comunidade local.

O relacionamento com o passado é um dos factos sempre presente nas diversas possibilidades de apresentação do património, onde, atribui-se, por isso, à memória a indispensabilidade como elemento indivisível de todo o processo de apropriação turística de património, tangível e intangível, e os seus respetivos resultados concretos sobre as pessoas e sobre os objetos (Carvalho, 2017, p. 351). Contudo, o turismo cultural pode contribuir para gerar uma tomada de consciência em relação à preservação do património, tanto tangível como intangível, compreendendo que este é a herança que o distingue e o afirma individualmente e pode ser um estímulo para revalorizar, afirmar e recuperar os elementos culturais que caracterizam e identificam cada comunidade perante um mundo globalizado (Toselli, 2006, p. 176, citado por Marujo, 2014, p. 6). Por outro lado, o fortalecimento da identidade cultural através do turismo pode atuar como uma força inibidora dos efeitos homogeneizadores provocados pelo fenómeno da globalização.

Na verdade, o turismo, ao corporizar-se ao nível das experiências e não das ideias, não nega a circunstância de a experiência ser “histórica”, sugerindo, na sua composição, a remissão para uma dimensão material e simbólica, suporte de singularidade, sentidos e significados característicos que impelem o jogo de relações das “coisas” do mundo; acrescenta o autor, que representar equivale a tornar presente um ausente, descrevendo-o, chamando-o à mente através da descrição, de um retrato ou da imaginação; significa dizer que está em pauta a colocação de uma semelhança desse ausente perante nós, a nossa mente ou os nossos sentidos; expressão de uma ligação entre linguagem e cultura, o vocábulo “representação” permite a referência aos mundos dos objetos, pessoas e acontecimentos, possam eles ser reais ou ficcionais (Santos, 2017, p. 70). Entretanto, de acordo com o autor através do turismo cultural podemos viver e experienciar as histórias dos antepassados com base na valorização dos patrimónios, através da conservação da informação histórica e cultura do destino, como por exemplo, uma fotografia ou uma reportagem; a exibição de uma dança tradicional; promoção de feiras gastronómicas e artesanais; palestras culturais; intercâmbios culturais; festivais de músicas tradicionais; e assim tornando o destino cada vez mais sustentável e valorizado.

Portanto, a criação de eventos culturais, como forma de preservar a memória cultural de um lugar, pode trazer grandes benefícios à comunidade local. Mas para isso, é necessário um bom planeamento e o envolvimento por parte da comunidade local. Significa isto que se deve atender aos anseios e necessidades não só dos turistas, mas também da comunidade local. Logo os eventos culturais, como por exemplo as festas tradicionais, só valorizarão o património cultural se neles estiver presente a expressão das características únicas das suas comunidades, bem como o envolvimento destas. Por isso, todas as organizações públicas e privadas devem desenvolver esforços para envolver as comunidades locais quer na fase do planeamento de evento, quer na fase da sua implementação, realização e avaliação. A sobrevivência e valorização dos eventos culturais também dependem do envolvimento da comunidade anfitriã. (Marujo, 2010, p. 360).



## 1.2.2. Turismo cultural e imagem do destino

A imagem é o conjunto de expectativas e percepções que o potencial visitante tem sobre o destino, apresentando-se como o principal fator de escolha de viagem (Buhalis, 2000; Chagas, 2009, citado por Carvalho, et al., 2011, p. 461). A maioria dos estudos realizados sobre o processo de formação da imagem do destino turístico, focam-se na percepção, na impressão e no sentimento dos visitantes, podendo conter elementos cognitivos e afetivos. De referir o contributo da divulgação do tipo “*boca-a-boca*” (word-of-mouth) (é talvez a mais confiável fonte de informação de todas. Isto acontece quando parentes e amigos relatam pormenores da sua viagem e/ou partilham as imagens que gravaram no local. (Assael, 1999; Chagas, 2009; Gartner, 1993; Kastenholz, 2002; Pimentel et al, 2006 citado por Carvalho, et al., 2011).

Contudo, alguns autores tiveram a preocupação de identificar três ideias-chave no processo de criação de uma imagem para cidades ou destinos: 1 – Congruência – os “stakeholders” turísticos devem fazer um esforço pela congruência entre a marca e a experiência turística dando prioridade ao autoconhecimento da comunidade local; 2 – Sentido de pertença – sugere que a componente temporal do sentido de pertença das comunidades seja enfatizado por causa das imagens orgânicas dentro das comunidades que frequentemente apoiam as imagens e marcas turísticas; 3 – Comunidade local – ao criar uma imagem ou marca de uma cidade cultural, os “stakeholders” turísticos devem ter em consideração as ramificações da imagem e da marca na totalidade dos cidadãos locais (Walker, 2010; Carvalho, et al., 2016, p. 1078 citado por Carvalho et al., 2011, p. 461 ). Portanto, para os autores as estratégias promocionais de um destino devem ser planeadas numa visão a médio/longo prazo, devem envolver todos os “stakeholders” afetos ao sector e a comunidade local deve desempenhar um papel ativo em todos estes processos (Carvalho, 2011, citado por Carvalho, et al., 2011).

O consumo das culturas faz parte das práticas turísticas e, por isso, existe hoje uma cultura planetária que promove novas relações com o território, com o património tangível e intangível de um lugar. Tal cultura apela a um conjunto de experiências, a uma atração quase nostálgica, a uma identidade social e territorial, sendo que, a cultura, num sentido mais amplo, é o quadro onde todo o turismo tem lugar. Num sentido mais restrito, é algo que pode ser considerado como uma atração para os turistas como, por exemplo, os museus, a música, o património ou a religião (Cravidão, 2011, citado por Marujo, et al. 2013, p. 3).

A implementação e o desenvolvimento deste tipo de turismo permitem novas visões e novas possibilidades para diferentes áreas, uma vez que proporcionam o aparecimento de novos modelos turísticos, o reaproveitamento e a revitalização de territórios turísticos já existentes, agora com outra roupagem, dando a conhecer novos pontos de interesse e diversificando a oferta, deste modo, a dinâmica

turística permitiu organizar o património cultural como motivo primordial de atração, propondo a visita e relacionando-o com o desenvolvimento económico dos sítios, de modo que, todos os responsáveis pelo património, tais como, Estado, municípios, privados, fundações ou coletividades, foram por isso, obrigados a grandes operações de proteção, restauro, valorização e promoção, por forma a poderem acolher nos seus recursos patrimoniais um número significativo de visitantes, nem sempre sensíveis à fragilidade dos lugares e bens que descobrem, portanto, a valorização turística do património é um instrumento essencial ao desenvolvimento territorial, onde beneficia o crescimento económico, quando desenvolve atividade turísticas geradoras de receitas financeiras; cria empregos; reforça a identidade cultural das populações; melhora a formação dos jovens; e salvaguarda o saber-fazer tradicional. (Carvalho, 2017, p. 350).

Por outro lado, o processo da globalização que tem criado a visão de que o mundo é “um só lugar” tem gerado, sob o ponto de vista da cultura, uma sensibilização da sociedade para as diferenças, neste sentido, frente à tendência do fenómeno da globalização gera-se, pelo lado das culturas recetoras, a necessidade de redescobrir e fortalecer a identidade cultural, como assim também, de proteger o património como fator de unidade, e pelo lado dos grupos visitantes evidencia-se a sensibilidade pelo cuidado do meio ambiente e o interesse pela diversidade cultural (Toselli, 2006, p. 176, citado por Marujo, 2014, p. 6). Entretanto, de acordo com a autora, o turismo cultural pode funcionar como um estímulo aos fatores culturais dentro de uma região ou localidade, onde se procura conservar a cultura e o passado através das formas de vivência, património histórico, língua, gastronomia, etc. Assim, aqueles destinos que, através dos eventos culturais, preservam e comemoram as suas singularidades produzem uma melhor vivência ao visitante e um maior benefício para a comunidade local, de facto, em muitas regiões e localidades, as tradições culturais sobrevivem e são renovadas devido ao interesse despertado pelos turistas. (Marujo, 2010, p. 358).

Atrair turistas culturais é uma das estratégias mais comuns de muitos países e regiões para conservar as suas culturas tradicionais, criar uma imagem cultural e desenvolver novos recursos culturais (Richards, 2009, citado por Marujo, 2015, p. 6). Com isso, o turismo veio colocar novas oportunidades através do desenvolvimento estratégico como, promover o respeito pelo património cultural e natural, o qual deve prevalecer sobre qualquer outro argumento, nomeadamente os de natureza económica; estabelecer novas parcerias e formas de colaboração entre os responsáveis locais, as entidades com tutela sobre o património e os organismos de promoção do turismo; desenvolver programas integrados que exerçam sobre os monumentos, conjuntos e sítios um efeito positivo, contribuindo para a sua manutenção e proteção; colocar as comunidades locais alvo dos projetos de turismo cultural, pois terão que ser elas as principais beneficiárias, capazes de recolher benefícios socioculturais e económicos destas novas atividades; enfim, não basta recuperar património para obter lucros financeiros para a comunidade local, é importante, sim, a consciência que o património seja respeitado e conservado, de

modo a permitir a sua correta utilização e respetivos dividendos para o próprio património, os turistas e a comunidade local (Gerardo, et al., 2010, p. 199).

### **1.2.3. Formas de turismo cultural**

O turismo cultural é reconhecido como uma forma de turismo, onde a cultura constitui a base para atrair turistas ou a motivação para muitos turistas e/ou visitantes culturais viajarem, que as atividades do turismo cultural envolvem todos os aspetos da cultura específica de um país, de uma região ou de uma comunidade e as atividades associadas à cultura do dia-a-dia do local (McCarthy, 1992, citado por Marujo, et al., 2013, p. 3). Deste modo, de acordo com Santos (2017, p. 70) quando se fale de turismo cultural, isso tem a ver com objetos, atividades ou conhecimentos associados a um património transformada em objeto de ação, de lazer e de espetáculo. Contudo, a prática do turismo cultural abrange todos os aspetos da cultura específica de um país, de uma região ou de uma comunidade. E assim, o turismo cultura consiste na visita a centro histórico e museu; observação de uma paisagem cultural e o quotidiano de uma determinada comunidade; conhecer uma história diferente; experienciar raízes e tradições do destino visitado. (Raj, 2004, citado por Marujo, 2015, p. 3).

Segundo Richards (2009a, p. 25) a Organização Mundial do Turismo (OMT) propôs uma forma mais estreita para o Turismo Cultural, a qual abarcava movimentos de pessoas em busca de motivações essencialmente culturais, tais como: excursões de estudo; teatralizações e excursões culturais; viagens para festivais e outros eventos culturais; visitas a localidades e monumentos; viagens para estudar a natureza; folclore ou arte e peregrinações. Isto é, o turismo realizado em busca de uma experiência cultural. E para Cunha e Abrantes (2019, p. 27) existem diversas formas de turismo cultural, como, visitas aos centros culturais; os grandes museus; os grandes monumentos religiosos (catedrais, mesquitas, templos budistas); os locais onde se desenvolveram no passado as grandes civilizações do mundo; e os grandes centros de peregrinação. Portanto, para Carvalho (2017, p. 350) o destino turístico oferece como forma do turismo cultural o essencial, o legado histórico do Homem em épocas distintas, representado a partir do património e do acervo cultural manifestado nas ruínas, monumentos, museus e obras de arte, na gastronomia, no trabalho, na língua, e no saber-fazer.

#### 1.2.4. Turista cultural

Para Marujo (2014, p. 6) cada destino possui uma marca própria, uma singularidade que o torna diferente dos outros (destino gastronómico, destino literário, destino patrimonial, destino artístico, etc.) e, por isso, torna-se um atrativo diferencial para muitos dos visitantes com motivações culturais, sendo assim, o turista cultural quando viaja procura a diferença, ou seja, peculiaridades diferentes da sua zona de origem, dos seus hábitos e costumes. De acordo com esta autora, o viajante de vanguarda procura a realização interior e dá ênfase ao meio ambiente, à compreensão da cultura e da história de outros lugares, quer conhecer povos e se enriquecer culturalmente, procura relacionar-se com a comunidade, valorizar a cultura em toda a sua complexidade e singularidade e ele movimenta-se à procura de ícones que, de certa forma, caracterizam a identidade local/regional e a memória coletiva, ou seja, o turista cultural é aquele que interessa-se pela deslocação pessoal ao lugar e valoriza a noção de viagem; procura ativamente a diferença; procura autenticidade objetiva nas experiências culturais; procura autenticidade existencial e o envolvimento do eu; procura interagir profundamente com os destinos e os seus habitantes; pode ter expectativas idealizadas dos lugares e das pessoas; interessado em experiências reais: desvaloriza as simulações e as representações. (Avighi, 2001, citado por Marujo, 2014, p. 6).

Segundo alguns autores consultados, os turistas culturais podem ser classificadas em duas categorias (McKercher e Cros, 2002; Santos e Carvalho, 2010, citado por Santos, et al., 2012, p. 1561): *os turistas culturais específicos* – a) viajam especificamente para visitar atrações culturais; b) para este tipo de turistas as atrações culturais foram importantes como motivação no processo de escolha do destino; c) são frequentes consumidores de atrações culturais e tomam várias decisões sobre o que visitar. *Os turistas culturais gerais*: a) representam a maioria dos visitantes culturais; b) no processo de escolha do destino, a motivação cultural tem menos peso.

Os visitantes motivados pela cultura desejam, cada vez, mais conhecer experiências culturais autênticas, fazer aquilo que os anfitriões fazem, procuram um diferencial do lugar visitado a partir de determinados gostos (arte, comidas, música, ou arquitetura), a aquisição de um certo tipo de conhecimento (língua estrangeira, história da região ou do país) ou do desenvolvimento social (como falar com as pessoas do lugar, estar de acordo e respeitar as normas locais), portanto, o visitante cultural, procura informar-se sobre a comunidade visitada e, por isso, participa em sessões de comida típica, nas festas populares, nas danças folclóricas, e usa sempre a máquina fotográfica (Marujo, 2010, p. 358). E para Santos (2017, p. 70) hoje, não é possível perder de vista que as motivações dos turistas culturais, ao escolherem uma determinada localidade para viajar, são atravessadas pelos seus símbolos e signos, os quais se encontram estritamente vinculados aos atrativos naturais, artificiais, culturais e sociais existentes nos espaços turísticos. Contudo, os viajantes culturais, são motivados e provocados pelo

desejo de ver realidades novas, aumentar os conhecimentos, conhecer as particularidades e os hábitos de outros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado e do presente, ou satisfazer necessidades espirituais (Cunha e Abrantes, 2019, p. 27). E, assim, de acordo com Carvalho (2017, p. 350) o turista cultural, é aquele que no fundo é motivado pelo desejo de ir mais além, ver de perto “coisas” novas, aumentar os conhecimentos com aprendizagem, vivenciar os espaços, conhecer as particularidades e os hábitos de outros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, quer do passado quer do presente, comunicar e conviver.

### **1.3. Turismo criativo**

O “Turismo criativo” é considerado uma nova geração do turismo cultural (Ohridska-Olson, 2010, citado por Salvado, et al., 2020, p. 7). O turismo criativo foi mencionado pela primeira vez na década de noventa por Pearce e Butler, onde os autores evidenciaram o seu grande potencial, e a partir daí mais autores interessaram e começaram a investigar, conceituar e trabalhar o turismo criativo, como é o caso de Richards e Wilson (Sousa, et al., 2019, p. 66). E segundo Richards (2005) as raízes do conceito de turismo criativo remontam a meados dos anos 90, quando um grupo de investigadores e profissionais procurava formas de aumentar as vendas de produtos artesanais aos turistas, tomando como exemplo o projeto EUROTEx, com o objetivo básico de ajudar a conservar a produção artesanal através da comercialização mais eficaz dos produtos locais aos turistas, desenvolvendo novos pontos de venda de produtos artesanais e garantindo empregos locais. Alguns autores consideram o turismo criativo como a terceira vaga de turismo (do turismo de praia ao turismo cultural e, atualmente, o turismo criativo) representando antes, na sua opinião, uma continuidade do turismo cultural. Todas estas mudanças contribuíram para alterações ao nível da oferta e promoção dos destinos, assim como o surgimento de novas políticas culturais e urbanas. (Carvalho, 2011, citado por Santos, et al., 2012).

Segundo Richards (2011) a criatividade tem sido utilizada para transformar o turismo cultural tradicional, passando do património tangível para uma cultura mais intangível e um maior envolvimento com a vida quotidiana do destino. Deste modo, o autor refere que o turismo criativo é também indiscutivelmente uma via de fuga da reprodução em série do turismo cultural de massa, oferecendo experiências mais flexíveis e autênticas que podem ser cocriadas entre o anfitrião e o turista. Portanto, nos últimos anos foi integrado a cultura em todas as esferas da vida social, o que deu origem a verdadeiras fábricas de produção de cultura e à relação crescente entre cultura, entretenimento e atividade económica (Ferreira, et al., 2018, p. 5). Assim, os autores referem que a emergência das denominadas indústrias criativas e da economia criativa, expressões contemporâneas desta ligação cada vez mais intrínseca entre cultura e economia.

O turismo criativo pode traduzir-se da seguinte forma: através do “envolvimento dos turistas no estilo de vida criativo do destino”, através do “usufruir dos recursos existentes”, do “fortalecimento da identidade local e do seu carácter distintivo”, da “autoexpressão”, assim como da “educação”, e como forma de “recriar e reviver os lugares”, nos quais se pode gerar um ambiente criativo contextualizado (Richards e Marques, 2012, p. 4).

Com a realização da revisão de literatura do tema turismo criativo, chegou-se à conclusão que o mesmo tem como base do conceito teórico: cocriação, coprodução, consumo, participação, criatividade, baseado na cultura, história, inovação, valor das redes e entre outros, com a finalidade de experiência autêntica, ligação com a comunidade, convivência, aprendizagem, conhecimento, entretenimento e a memorização (Carvalho, 2020; Carvalho, et al., 2011; Carvalho e Figueira, 2002; Lisboa, 2013; Marujo, et al., 2020; Remoaldo, et al., 2020; Richards, 2011; Richards, 2020; Santos, et al., 2012; Serra, et al., 2020).

De acordo com Richards (2011) uma das primeiras definições do turismo criativo deriva do projeto EUROTEx realizado entre 1996 e 1999 na Finlândia, Grécia e Portugal e foi apresentado por Greg Richards e Crispin Raymond. Segundo Carvalho (2020) rapidamente, uma evolução conceitual contínua ocorrendo em torno da definição de turismo criativo estabelecendo-se como uma área de pesquisa recente, destacando o papel da indústrias culturais e criativas, cocriação, espetáculos criativos, o uso criativo do espaço junto com o desenvolvimento de capital criativo e cultural e experiências criativas no desenvolvimento de uma alternativa às formas massificadas de Turismo Cultural. Mas, para Remoaldo e Ribeiro (2019, p. 81) ainda é difícil chegar a um consenso sobre o conceito de turismo criativo mesmo que tenha surgido em 2000, com Richards e Raymond, como um novo segmento do turismo que podem oferecer aos turistas a oportunidade de cocriar e desenvolver a sua potencial criatividade. Contudo, o quadro seguinte nos apresenta a evolução do conceito de turismo criativo com base em diferentes autores e anos (ver Quadro 2).

**Quadro 2** - Evolução do conceito de turismo criativo

<b>Autores</b>	<b>Definições</b>
<b>Richards e Raymond (2000, p. 18)</b>	“Turismo, que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem, características do destino de férias onde são realizados”.
<b>UNESCO (2006, p. 3)</b>	“O turismo criativo envolve mais interação, em que o visitante tem uma interação educativa, emocional, social e participativa com o lugar, a sua cultura viva, e as pessoas que aí vivem. Eles sentem-se como um cidadão”.
<b>Raymond, (2007, p. 145)</b>	Turismo Criativo da Nova Zelândia: o turismo criativo é “Uma forma mais sustentável de turismo que proporciona um sentimento autêntico para uma cultura local através de workshops informais e práticos e experiências criativas. Os workshops têm lugar em pequenos grupos nas casas dos tutores e locais de trabalho; permitem aos visitantes explorar a sua criatividade enquanto se aproximam da população local”.
<b>DuBru, (2009)</b>	“O turismo criativo é uma viagem orientada para uma experiência empenhada e autêntica, com aprendizagem participativa nas artes, património, ou carácter especial do lugar e proporciona uma ligação àqueles que residem neste lugar e que ajudam a criar esta cultura viva”.
<b>Maldonado-Erazo et al., (2016)</b>	“Estabelecem as bases principais da motivação turística baseada num modelo de pré- e pós-avaliação do impacto psicológico que o desenvolvimento turístico tem dentro de uma localidade destacando entre eles a criatividade das atividades realizadas”.

**Fonte** - Elaboração própria com base em Carvalho, et al. (2019, p. 12); Ferreira et al. (2018, p. 6); Richards (2011); Serra, et al. (2020, p. 128).

Embora a noção inicial de turismo criativo assentasse em experiência de aprendizagem relacionadas com áreas tradicionais de cultura e criatividade, recentemente, os modelos de turismo criativo têm sido baseados na integração do turismo e das indústrias criativas como um todo, envolvendo não só os consumidores (turistas), mas também produtores, políticos e instituições de conhecimento (Ferreira et al., 2018, p. 6). O conceito de turismo criativo continua a gerar debate à escala internacional, ainda que, em 2000, tenha surgido como um novo segmento de turismo que oferece ao turista a oportunidade de cocriação com a comunidade do local visitado e de desenvolvimento da sua criatividade (Remoaldo e Ribeiro, 2019). E de acordo com Richards e Marques (2012, p. 4) o turismo criativo pode

ser visto em numerosas situações onde visitantes, prestadores de serviços e a comunidade local trocam ideias e competências e influenciam-se mutuamente de uma forma sinérgica. Ainda os autores acrescentaram que neste sentido, o turismo criativo pode ser: um meio de envolver os turistas na vida criativa do destino; um meio criativo de utilizar os recursos existentes; um meio de reforçar a identidade e a distintividade; uma forma de autoexpressão/descoberta; uma forma de edutretenimento - educação uma autorrealização e educação; uma fonte de “atmosfera” para lugares; uma fonte para recriar e reanimar lugares.

### **1.3.1. Turismo criativo e desenvolvimento territorial**

Segundo Smith (1998) citado por Richards (2001) a ideia de “cultura” como principal atração para os visitantes está rapidamente a dar lugar à ideia de que “criatividade” é o que conta. E para o autor uma das vantagens de cidades como Barcelona e Milão é o facto de serem centros de criatividade e produção cultural contemporânea. E de acordo com o autor a presença de atrações culturais fixas e o processo de criação é um indicador importante do afastamento da abordagem dos museus e monumentos ao turismo cultural em direção ao “turismo criativo”.

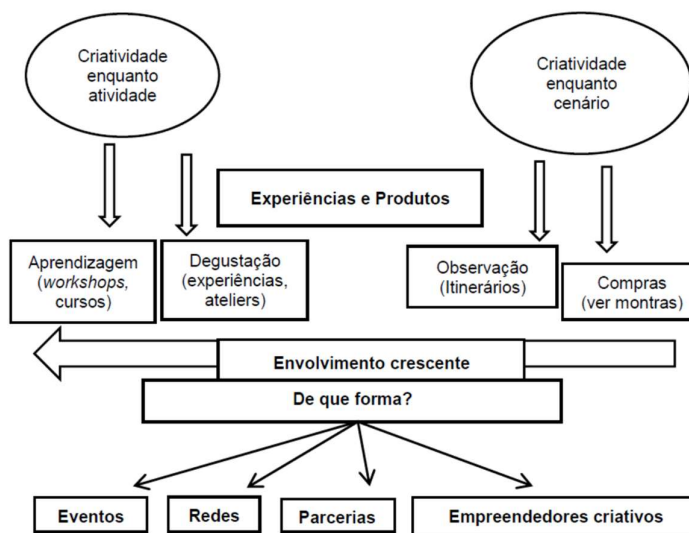
Tradicionalmente as viagens dos turistas eram baseadas sobretudo em consumos estáticos e de observação, no entanto, com a evolução do turista, os modelos de procura passaram a ser qualitativos em que a aprendizagem é um ponto fulcral, em que os turistas procuram estabelecer contato com a população local incutindo-se no seu quotidiano, absorvendo a sua cultura, desta forma, uma mudança intelectual do viajante que emerge nas cidades alheias à procura de experiências efetivas e, deste modo, coloca a criatividade como elemento central de consumo e produção turística que caracterizam o turismo contemporâneo, com a procura de atividades criativas, os autores referem que, a oferta é obrigada a surgir, os modos tradicionais do turismo terão que ser redefinidos com o intuito de oferecer ao viajante novos sentidos sensoriais e criativos, com isto, as implicações relativas à estrutura do turismo irão ser várias (Richards, 2000; Wilson, 2007, citado por Sousa, et al., 2019, p. 65). Ainda os autores acrescentaram que o desenvolvimento da criatividade também coloca um local em melhor posição para gerar produtos novos e inovadores para o consumidor.

Contudo, o turismo criativo tem revelado um papel importante no setor turístico e perante as comunidades e os visitantes, uma vez que proporciona a valorização, conservação e desenvolvimento local, e ao mesmo tempo oferece atividades associadas ao conceito conhecimento, aprendizagem, e a convivência, isto, porque o turista quer aprender sobre as particularidades dos processos e procedimentos transversais dos produtos locais. De facto, ele cria, de certo modo uma relação entre o turista e a cultura visitada, contudo, o turismo criativo oferece ofertas criativas nos setores das artes e



ofícios tradicionais, na gastronomia, gastronomia e vinho, no património, história e cultura, atividades relacionadas com as músicas, danças e entre outras atividades de atrações locais, em que oferece aos participantes a oportunidade de experienciar saberes e sabores, de modo a criar seu próprio blend (mistura) personalizado, de acordo com o gosto e a preferência pessoal (Marujo, Borges, Serra, et al., 2020, p. 39). Acrescentaram os autores que o turismo criativo oferece programa de atividades que proporciona aos participantes uma oportunidade de envolvimento na cultura local, nomeadamente através de um conjunto de atividades de carácter formativo e experiencial associadas, nomeadamente, a algumas das manifestações culturais e tradicionais da identidade de uma determinada comunidade. Essas atividades são desenvolvidas através de um ciclo de conferência com abordagem de uma temática; através da promoção de workshops; oficina de cozinha tradicional; oficina de música tradicional; serões de cante; oficinas criativas de canteiros; workshops de artes.

Deste modo, toda a atividade desenvolvida procura fazer com que o participante experiencie a realidade local, através do contato direto com os produtores e a própria comunidade, de modo a conhecer e aprender sobre a identidade cultural de um outro povo utilizando os cinco sentidos. Portanto, são atividades que estimulam criatividade e desenvolvimento emocional dos participantes, uma vez que são atividades educativas que ensinam estes sobre a história e a cultura do lugar. O turista criativo pretende uma vivência mais próxima com a comunidade local ao querer experienciar na prática algo de característico e representativo dessa comunidade e lugares. Em síntese, o turismo criativo estimula experiências únicas com vínculos emocionais fortes, que revolucionam a maneira de como a cultura de cada local é consumida. Existe um consumo autêntico da cultura, assim como uma maior compreensão dos valores e vivências. (Pera, 2017, citado por Sousa, et al., 2019, p. 66).



**Figura 1** - Formas de turismo criativo

Fonte: baseado em Richards (2011)

A figura 1 fornece uma visão geral dos diferentes estilos de turismo criativo, desde os mais ativos aos mais passivos tipos de atividades criativas e envolvendo diferentes tipos de criatividade o que representa uma mais-valia para os destinos turísticos uma vez que se comprova a possibilidade de adaptação dos recursos endógenos de um determinado território ao turismo criativo (Richards, 2011). O autor refere que num contexto territorial, o destino deve realçar os aspetos criativos que estão ligados às características desse local e que proporcionam aos turistas criativos uma motivação específica para os visitar.

No turismo criativo, não existem modelos empresariais estáticos, uma vez que o seu sucesso depende das características dos destinos e do capital cultural disponível, para desenvolver este tipo de turismo (Carvalho, 2014, p. 29). Ao mesmo tempo, o leque de formas criativas envolvidas no turismo criativo expandiu-se, uma tendência que se reflete também no volume atual, com estudos de caso abrangendo os campos da música, festivais, rotas culturais, museus e associações culturais locais (Richards e Marques, 2012, p. 5).

O turismo criativo tem um papel importante no desenvolvimento local, porque permite ter lucro; aumenta o número de postos de trabalho; integra dimensões económicas, culturais, sociais e tecnológicas; desenvolve as indústrias criativas; estimula a inovação e as propostas inovadoras e multidisciplinares; com as exigências de alguns serviços turísticos poderá implicar uma adequada formação dos recursos humanos, facto que constitui uma oportunidade para fixar mão-de-obra qualificada ou para a existente; com potenciais benefícios que merecem referência são a forte possibilidade de atração de outros recursos do exterior, como os novos moradores, investimentos públicos e privados, a instalação de equipamentos e o desenvolvimento de infraestruturas e acessibilidades (Ferreira et al., 2018, p. 13). Sendo assim, de acordo com Salvado et al. (2020, p. 9) o turismo criativo conta com os recursos endógenos dos territórios para atrair visitantes ao destino, sendo também uma forma de desenvolvimento comunitário criativo, estimulando as indústrias criativas e melhorando a economia local. Acrescentaram os autores que neste conceito sobressaem os verbos ativos “participar”, “aprender” “envolver”, “fazer” e “aprender” colocando o turismo criativo como a próxima geração do turismo cultural, pois eleva o patamar de satisfação e a necessidade de autorrealização do visitante, focando no desenvolvimento de habilidades com utilidade prática.

### **1.3.2. Turismo criativo e autenticidade**

A busca da autenticidade, muitas vezes associada à nostalgia, é um fator motivacional para a

visitação muito relacionado à cultura, tradições, costumes, identidade local onde são recursos endógenos que se tornaram parte da experiência turística (Kastenholz, 2010; Walmsley, 2003, citado por Carvalho, et al., 2013, p. 2). Deste modo, o sucesso do turismo criativo está, particularmente, associado aos recursos patrimoniais culturais e naturais de uma região, ao grau de envolvimento dos turistas com a comunidade e, também, à oferta de atividades que ofereçam experiências genuínas associadas a momentos de aprendizagem, e assim, o turismo criativo liga a criatividade aos lugares (Marujo, Borges, Serra, et al., 2020, p. 39). E segundo estes autores, as atividades do turismo criativo são inspiradas na valorização dos recursos endógenos e práticas culturais, sendo capazes de incentivar a expressão individual, promover o conhecimento, ao mesmo tempo que fomentam a interação entre visitantes e residentes, isto é, o turismo criativo, de base cultural, permite que os visitantes usufruam de uma grande variedade de experiências criativas, vivenciando uma forma diferente de interação com diferentes culturas e territórios, portanto, nota-se que uma das características do turismo criativo é a participação do turista na cultura que ele visita. As formas de turismo criativo, como por exemplo as oficinas em turismo criativo com fundamentação na autenticidade local, isto é, para os autores para conceber e implementar um programa de atividades criativa, é preciso recorrer aos valores patrimoniais presentes no território, e assim, oferecendo atividades de carácter experiencial, formativo e criativo que ofereça, também, ao participante um envolvimento com a cultura local (Marujo, Serra, Borges, Macedo, et al., 2020, p. 69).

Marujo, Borges e Serra (2020) selecionaram algumas manifestações culturais tradicionais representativas de um determinado concelho, como as artes e ofícios; o cante e a gastronomia, para inspirar a preparação de ações de natureza interativa em que o visitante, consoante a natureza da atividade, poderá observar e/ou participar ativamente nas diversas iniciativas culturais. De facto, a essência do turismo criativo, que assenta na cultura de um lugar, oferece aos participantes a oportunidade de desenvolverem o seu potencial criativo, através da sua participação ativa em iniciativas ligadas ao património cultural de uma região, por conseguinte, de uma forma mais sustentável que proporciona uma sensação de autenticidade relativamente a uma cultura local, através de workshops informais, com uma forte componente prática e através de experiências criativas. Onde os workshops decorrem em pequenos grupos, em casa ou no local de trabalho dos formadores, e estes permitem aos visitantes explorar a sua criatividade durante o processo de aproximação à comunidade local (Dalonso et al., 2014, citado por Sousa, et al., 2019, p. 66). Contudo, o turista criativo procura experienciar na prática a cultura do povo, e isso surge através dos recursos intangíveis como as tradições, as lendas e a gastronomia, uma vivência mais próxima da comunidade local ao experienciar algo característico e representativo dessas comunidades, na verdade, cada localidade tem um potencial criativo singular para oferecer uma combinação de habilidades, conhecimentos, ativos físicos, capital social e atmosfera que a tornam adequada para promover algumas atividades criativas (Marujo, Borges e Serra, 2020, p. 115) como, por exemplo, o artesanato; arte; gastronomia; música tradicional; e a dança tradicional. Portanto, são

atividades que de certa forma comunica a cultura de um povo, por isso, os costumes e tradições de uma comunidade são uma preciosidade para os promotores do turismo e, também, para os turistas com motivações culturais (Marujo, 2015). A ênfase na identidade de um lugar através da sua cultura é de facto mais relevante para a distinção e competitividade de um destino (Richards, 2011).

### **1.3.3. Tendências do setor no turismo criativo**

A harmonização das necessidades, potencialidades e contextos geográficos físicos e humanos do desenvolvimento local e regional, com condições globalmente imposta, requer um reconhecimento das origens e natureza das diversas componentes da identidade das localidades e regiões. Na verdade, nota-se que o setor do turismo criativo tende a proporcionar um valor acrescentado ao património local garantindo uma valência económica, e proporciona o desenvolvimento local através do sistema produtivo local, contudo, o turismo criativo utiliza recursos do território e poderá ser um importante fator de valorização de hábitos, tradições e costumes, ativando a consciência dos visitantes e residentes o respeito e salvaguarda do património histórico, arquitetónico e natural (Ferreira, et al., 2018, p. 11). Acrescentam as autoras, que o turismo criativo pode contribuir para o enriquecimento das relações entre turista e residente, proporcionando uma maior qualidade à experiência vivida pelo turista, que desejará repetir a experiência e assim contribuir para a promoção do local por transmissão de experiências individuais.

Com o turismo criativo a história e as tradições locais podem assim ser valorizadas por propostas turísticas cocriativas, que podem ajudar a desenvolver experiências turísticas mais envolventes, significativas e memoráveis, contribuindo simultaneamente para o desenvolvimento sustentável da aldeia (Cloke, 2007; Mitchell e Fisher, 2010; Richards, 2011, citado por Carvalho, et al., 2013, p. 13). Contudo, Sublinha as contribuições do conhecimento aplicado e do meio classe para o desenvolvimento económico das grandes metrópoles (Remoaldo e Ribeiro, 2019, p.82), sobretudo, o turismo criativo é a próxima geração do turismo cultural que satisfaz as necessidades de autorrealização, com enfoque no desenvolvimento das competências, com base em recursos que são processos como dançar; cantar; produzir peças de artesanato; pintar; participar em festivais; evitando, deste modo, impactos negativos gerados pelo consumo do espaço construído (Ohridsa-Olson e Ivanov, 2009, citado por Sousa, et al., 2019, p. 66). Por outro lado, os turistas revelam um interesse crescente em ser parte ativa, coprodutores da sua experiência de férias, o que implica que os agentes devem começar a compreender o papel das experiências cocriadas para reforçar o apelo de um destino (Richards, 2011). Deste modo, a oferta turística do destino deve tornar-se mais criativa e as suas atividades devem desenvolver-se de forma a garantir que a atratividade turística vai ao encontro das novas tendências e exigências por parte da

procura, pelo que a aposta na educação e formação dos gestores de destinos apresenta-se como crucial para uma melhor adaptação a estes requisitos (Cabral, et al., 2017, p. 15).

#### **1.3.4. Turista criativo**

A tendência geral de segmentação do mercado nos últimos anos conduziu ao surgimento de um novo perfil de turista que não se sente tão atraído pelas características gerais de um destino, mas pela especificidade das suas ofertas e serviços (Richards, 2011). Trata-se do designado turista criativo que pretende contactar e aprender mais sobre aspetos específicos da cultura da comunidade que está a visitar, ao expressar e desenvolver as suas capacidades criativas através da participação e interação ativa com a comunidade local; é totalmente motivado pela cultura de um determinado destino ou atração cultural e envolve-se numa experiência profunda; é mais elevado a nível educacional; com um núcleo familiar mais reduzido que possui uma maior experiência de viagem; uma maior vontade em viajar e conhecer outras culturas e um livre acesso à cultura; possui um grau de exigência elevado; detém um capital cultural elevado; tem o desejo de ser ativo dentro do sistema turístico e procura produtos/experiências que respondam à necessidade do desejo para a cultura; procura essencialmente experiências que tenham carácter pessoal, que sejam autênticas e que lhe permita criar relações interpessoais ao fazer amizades; procura também conhecer e interagir com povos locais, experienciando algo novo e diferente da vida quotidiana e, ao mesmo tempo, aprendendo diferentes culturas e estilos de vida, ou seja, para ele, é fundamental que participe no estilo de vida local e experimente, de forma a criar desafios físicos, mentais e emocionais; possui mais habilidades; maior poder económico; e mais experiente (Sousa et al., 2019, p. 66).

O turista criativo apresenta um perfil de visitante que pretende integrar e relacionar-se com as comunidades locais e a sua cultura. Ele deseja, sobretudo aprender mais sobre aspetos específicos da cultura de uma comunidade por meio da participação ativa com a comunidade local e de desenvolvimento das suas habilidades criativas em oficinas e outras atividades (Marujo, Serra, Borges, Macedo, et al., 2020, p. 74). Os turistas criativos tentam adquirir uma experiência diferente, onde gostam de realizar atividades mais envolventes e menos rotineiras de preferência acompanhados, em grupo organizado, com amigos, com filhos e em família. Enfim, o turista criativo é o cocriador, o coprodutor e o consumidor das experiências e competências através dos promotores das várias atividades locais, ou seja, o turista criativo está envolvido na cultura local através da sua participação em workshops de confeção de artefactos ou produtos identitários do destino (Serra, Borges e Marujo, 2020).

### **1.3.5. Motivações e experiências em turismo cultural e criativo**

Os turistas criativos de acordo com Salvado et al (2020, p. 8) procuram na sua experiência turística mais do que uma simples observação de espetáculos culturais, eles aspiram a uma participação (por exemplo, fazer cursos de pintura, dança, culinária, provas de vinhos, workshops, etc.) e à experimentação ativando todos os seus sentidos durante o contacto com a experiência. Portanto, de acordo com Carvalho (2011), citado por Santos et al. (2012, p. 1562) a descrição do perfil supracitado é exploratória, no entanto é inequívoco que algumas das características de consumo mudaram tendo esta situação contribuído para uma modificação na forma de organizar os produtos/experiências e a oferta dos destinos turísticos. Segundo Richards e Wilson (2006a) o turista criativo procura matérias-primas características dos destinos para desenvolver novas formas de interpretação da cultura local.

Segundo Remoaldo e Ribeiro (2019, p. 86) a motivação em turismo cultural e criativo está associada à educação e entretenimento, à experimentação da autenticidade da cultura, participando em workshops, dentro de pequenos grupos, que lhes permitam explorar a sua criatividade permitindo aos turistas um envolvimento mais profundo na vida quotidiana dos destinos visitados, sobretudo, que lhes permite o envolvimento ao nível emocional, educacional, social e participativa entre ambas as partes, por são motivados por uma sensação de autenticidade relativamente a uma cultura local, onde espera-se que as expressões culturais são únicas. Deste modo, o turista quer experienciar, participar, e aprender, através dos workshops, cursos com base nas pinturas, danças, cânticos, produção de peças de artesanatos, e entre outras formas de experienciar as atividades criativas do destino visitado (Marujo, Borges e Serra, 2020). Outras motivações importantes para a escolha de um destino turístico são o interesse em conviver com amigos e familiares num ambiente diferente, conhecer novas pessoas, o interesse em explorar uma região de forma independente, a procura de alargar os horizontes, incluindo um interesse geral na cultura tradicional e no modo de vida (Carvalho, et al., 2019). Remoaldo e Ribeiro (2019) concluem que as motivações em turismo cultural e criativo tem a ver com criatividade, cultura local, cocriação com pessoas locais, consumo ativo de lugares e participação ativa e com experiências autênticas.

Existe cada vez mais uma procura por experiências que permitam uma aprendizagem ativa e que proporcionem um envolvimento autêntico na cultura local, com base em processo de cocriação que possibilitem aos visitantes desenvolver competências criativas, e também proporcionar experiências criativas associadas ao “sentido de lugar” da comunidade em que se desenvolve (Marujo, Borges e Serra, 2020, p. 120). Portanto, o turista criativo procura entrar em contato e aprender mais sobre aspetos específicos da cultura de uma comunidade local em particular através de uma participação ativa com a comunidade local no desenvolvimento de competências criativas, nomeadamente em oficinas de artes e outras atividades, oficinas de desenho de campo, oficina de construção de ninhos e comedouros com

vime, oficina de cerâmica e propagação de plantas, oficina de construção de bonecos de meia, isto é, o turista pode adquirir a experiência nos setores das artes e ofícios tradicionais, na gastronomia e vinho e, ainda no património, história e cultura, onde o turista assume o papel de cocriador, coprodutor e consumidor das experiências e competências através dos promotores das várias experiências locais, como por exemplo, dos formadores, da comunidade local, ou seja, o turista está envolvido na cultura local através da sua participação em workshops de confeção de artefactos ou produtos identitários do destino, como artesanato, gastronomia. (Borges, et al., 2020, p. 102; Serra, Borges e Marujo, 2020, p. 132).

Deste modo, salienta-se que o turista é convidado a criar algo, como sabonete artesanal, um pão, uma açorda, uma infusão, uma produção gráfica, uma peça de ourivesaria, um novelo de lã, uma peça de arte, um postal, criar um jardim romântico, ou seja, o turista é convidado a participar da experiência de conhecer um ou mais dos produtos, bens, vivências, valores e individualidades locais, de participar nos processos e de, a partir deste conhecimento e participação, proporcionar ao turista a possibilidade da interação e criação (Marujo, Serra, Borges, Macedo, et al., 2020, p. 66). Entretanto, (Avighi, 2001, citado por Marujo, 2014, p. 6) acrescenta que a inserção do turista como “ator do cenário”, que vivencia e experimenta o que acredita ser algo “real” na cultura local ou regional, faz com que esse “novo turista” tenha, de certa forma, uma experiência profunda e autêntica do lugar.

Para Carvalho (2020, p. 3) a importância de envolver os turistas através de experiências é bem conhecida desde o trabalho seminal de Pine e Gilmore, (1998). O autor, refere que a procura de experiências autênticas baseadas na vida quotidiana do destino tornou-se primordial para os turistas modernos à procura de algo diferente. Em teoria, experiências criativas poderia oferecer uma tal oportunidade porque se baseiam nas características do destino, proporcionar um papel ativo às comunidades locais e a outros atores sociais na criação ecossistema. As experiências de turismo criativo evoluíram a partir de experiências mais “básicas” relacionadas com a arte oficinas (por exemplo, pintura de azulejos, escultura em madeira, artesanato, aulas de gastronomia, aulas de dança e outros) a experiências mais envolventes e imersivas onde “exterior reflexões” e “reflexões interiores” constituem o modelo de experiência criativa dos turistas. (Tan, Kung, e Luh, 2013, citado por Carvalho, 2020).

**Quadro 3** - Uma tipologia de experiências de turismo criativo

<b>Base de atividade</b>	<b>Tipo de experiência</b>
Aprendizagem	Workshops
Degustação	Experiências Ateliers abertos
Ver	Itinerários
Comprar	Galerias, Montras de lojas

**Fonte:** Elaboração própria com base em Richards (2009b)

Estes diferentes tipos de experiências criativas (ver Quadro 3) estão também ligados a várias formas de entrega e estrutura de organização. Estão a surgir muitas novas redes que ligam os produtores criativos a fim de se envolverem em marketing colaborativo e de aumentarem a visibilidade das atividades criativas. Os destinos estão também a começar a formar parcerias de empresas criativas, bem como a ligar os sectores criativo e turístico, a fim de desenvolver novas experiências criativas. (Richards, 2009b).

Segundo Carvalho (2014, p. 4) as experiências criativas globais “são caracterizadas pelas seguintes características: *dimensão social*, apreciada pelos turistas à procura de experiências vibrantes; *consumo qualificados*, através de experiências que oferecem aos turistas a oportunidade de aprender novas competências; *envolvimento do turista*, através da participação ativa e interação com o contexto local e comunidades, que fazem dos turistas cocriadores da sua experiência; *autorrealização turística*, através de atividades criativas que oferecem aos turistas a oportunidade de se sentirem bem, aprender algo sobre e transformam a sua identidade; e por último, a *especificidade do contexto*, devido a experiências que estão enraizados na vida quotidiana local”.

De facto, as ofertas estruturadas e promovidas pelo destino proporcionam a construção de memórias nas experiências e no tempo de lazer, onde se associa à cultura local visitada, com uma certa exigência participativa do turista e com o desafio de desenvolver o seu potencial criativo. Entretanto, com base numa variedade de recursos naturais e culturais endógenos, tanto de qualidade material como imaterial, podem ser concebidos diversos tipos de experiências, produzindo atração e satisfação para um mercado turístico heterogéneo. (Carvalho, et al., 2019). Contudo, os autores referiram que o turista criativo quer envolver com o destino visitado de acordo com o seu interesse, que também é, de se observar que o turista pretende fazer parte da comunidade visitada através da interação social, emocional e educacional, isto é, o turista criativo é o criador e o consumidor da sua própria experiência daquilo que



procura vivenciar, conhecer e aprender, e acima de tudo levar as recordações e memórias.

Tomando como exemplo apresentado pelo Richards (2016) a orientação básica de muitos programas de turismo criativo pode ser resumida num ditado de Confúcio: “Ouço e esqueço. Eu vejo e lembro-me. Eu vejo e compreendo”. Esta foi a filosofia básica desenvolvida por Crispin Raymond no programa Turismo Criativo da Nova Zelândia, que teve início em 2003. Esta abordagem coloca a ênfase na atividade criativa como um meio de envolver os participantes e desenvolver uma ligação entre produtores e consumidores. Foram oferecidos muitos workshops diferentes, incluindo escultura de ossos, tecelagem apressada, gastronomia local e olaria. Contudo, o turismo criativo oferece aos visitantes a oportunidade de participar de uma ampla gama de atividades ligadas ao destino em áreas como música, artes visuais, drama, desporto, gastronomia, atividades espirituais, idiomas, oficinas de arte ou escrita e há forte interação entre anfitrião e convidados (Blapp, 2015, citado por Salvado, et al., 2020, p. 8).

## **CAPÍTULO II - Caracterização do Concelho de Santa Cruz**

### **2.1. Introdução**

No presente capítulo será apresentado a caracterização do Concelho de Santa Cruz em Cabo Verde, com principal destaque a caracterização geográfica, caracterização sociodemográfica, caracterização económica, caracterização política, o turismo em Santa Cruz a nível da oferta e da procura e as atividades culturais e criativas em Santa Cruz.

Santa Cruz foi proclamado Concelho pelo Decreto-Lei nº 108/71, de 22 de março, pela desanexação de duas freguesias do concelho da Praia, com vista a promover o desenvolvimento de atividades que o crescimento populacional impunha e possibilitar às populações contatos rápidos com as sedes quer do concelho quer das freguesias, onde os seus problemas deviam ser resolvidos (Câmara Municipal de Santa Cruz [CMSCZ], 2021). O Concelho de Santa Cruz é constituído por seguintes localidades, Achada Laje, Saltos Abaixo, Cancelo, Achada Bel Bel, Boaventura, Rebelo, Serelho, Ribeirão Boi, Santa Cruz, Pedra Badejo, Achada Fátima, Achada Campo, Bela Vista, Porto Abaixo, Porto Acima, Ponta Achada, Salina, Achada Igreja, Rocha Lama, Chã de Silva, Matinho, Boca Larga, Lebrão, Ribeira Seca, Jaracunda, Julangue, Ribeirão Almaço, Achada Fazenda, Achada Ponta, Renque Purga, São Cristóvão, Porto Madeira e Monte Negro (CMSCZ, 2013, p.11). O Município está dividido em três zonas administrativas: Zona Norte, Zona Centro e Zona Sul. Cada uma das zonas é administrada por um Delegado Municipal, que através do poder descentralizado do Presidente da Câmara Municipal o representa e zela pelo desenvolvimento das comunidades locais (Moniz, 2007).

### **2.2. Caracterização geográfica**

O Município de Santa Cruz localiza-se na parte Leste da ilha de Santiago, Cabo Verde. O Concelho tem uma superfície de 109 km<sup>2</sup>, cobrindo uma superfície correspondente à 15.1% dos 991 km<sup>2</sup> que constitui a área total da ilha de Santiago (Instituto Nacional de Estatística Cabo Verde [INE], 2010). O Município de Santa Cruz faz fronteira a Norte com o Concelho de São Miguel, oeste com o de Santa Catarina, a Sudeste com o Concelho da Praia e a Sul com o de São Domingos. A Este é limitada pelo mar. (CMSC, 2021).

### **2.3. Caracterização sociodemográfica**

Segundo o INE o concelho conta com uma população que ronda os 26.609 habitantes sendo, 60% dos quais com menos de 20 anos de idade em 2010. A sede do Município de Santa Cruz é a Cidade

de Pedra Badejo (CMSCZ, 2013, p. 11) com uma população que ronda 13.000 habitantes (INE, 2010).

## **2.4. Caracterização económica**

A economia de Santa Cruz é orientada para as atividades de pesca, agricultura, pecuária e comércio, sendo que o comércio, o transporte e os serviços públicos representam uma boa parte do Produto Interno Bruto (PIB). Apesar de uma percentagem pequena da população de Santa Cruz que vivem na zona rural, a agricultura e a pecuária são muito desenvolvidas e têm grande participação no PIB e na criação do posto de trabalho para os residentes. (CMSCZ, 2021).

É praticada dois tipos de agricultura, a agricultura de sequeiro e a agricultura de regadio. A agricultura de sequeiro é praticada nas zonas mais a montante do município, enquanto a agricultura de regadio temporário e permanente localiza-se nas zonas a jusante das ribeiras, nos vales profundos e zonas do litoral. O município possui uma das maiores áreas de regadio do país, ocupando tradicionalmente as hortícolas. Concelho de Santa Cruz destaca-se por possuir uma das maiores plantações de bananas do país e como município mais agrícolas da ilha de Santiago. (CMSCZ, 2013, p. 14).

O potencial da pesca é completamente explorado, sendo a pesca é uma das atividades importante do município, quer em termos de contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB), quer em termos de geração de empregos e a industrialização no concelho de Santa Cruz (CMSCZ, 2021). A indústria é incipiente, e tal como acontece na maior parte do território nacional, é de pequena dimensão, existindo algumas unidades de cariz artesanal, ou de carpintaria, serralharia e mecânica, e de transformação de materiais para o setor de construção de habitações (CMSCZ, 2013, p. 15). A economia de Santa Cruz ostenta-se muito nas feiras comerciais, realizadas em dias certos (domingo), onde traz para o centro do concelho cidade de Pedra Badejo, feirantes de todo os cantos do concelho e da ilha de Santiago para a venda de produtos agropecuários e artesanais, como balaios de carriço, esteiras entre outros e outros produtos como calçados, vestuários. Geralmente é um meio onde as famílias rurais aproveitam para expor e vender os seus produtos locais em pequena quantidade e de grande qualidade, esta prática de comércio continua a ser uma realidade do concelho até hoje. (CMSCZ, 2021).

## **2.5. Caracterização Política**

O Município de Santa Cruz é uma pessoa coletiva de direito público com autonomia, financeira,

patrimonial e orçamental com os seguintes órgãos: uma Câmara Municipal e uma Assembleia Municipal. A Câmara Municipal é um órgão executivo constituído por um Presidente e por seis Vereadores que coordenam os diversos pelouros instituídos pela Câmara segundo as necessidades do município. A Assembleia Municipal é constituída por 17 deputados municipais que é liderada por um Presidente. É um órgão deliberativo cuja competência principal é a fiscalização da atividade da Câmara Municipal, aprova os principais instrumentos de gestão da Câmara municipal tais como: o plano de atividades o orçamento anual da Câmara Municipal (CMSCZ, 2021). A Câmara Municipal de Santa Cruz é liderada pelo Partido Africano da Independência de Cabo Verde (PAICV).

## 2.6. Turismo em Santa Cruz (Oferta e procura)

O turismo em Santa Cruz vem desenvolvendo-se paulatinamente, contudo, o Governo e a Câmara Municipal têm estado a criar algumas infraestruturas de apoio ao desenvolvimento turístico sobretudo as estradas, a rede de esgoto, a energia e a água. Boas condições estão a ser criadas para um desenvolvimento turístico sustentável. Entretanto, existem em carteira alguns projetos turísticos a serem construídos inclusive nas zonas do litoral do Concelho (CMSCZ, 2021). Santa Cruz é um concelho com atrativos naturais, culturais, sociais e construídos, deste modo a oferta turística é diversificada como se seguem nos quadros abaixo.

A nível da oferta dos serviços de alojamento existem hotel, pausada, casas residências e casas rurais, de acordo com a apresentação do quadro 4.

**Quadro 4 - Serviços de Alojamento**

Unidades	Tipo	Localização	Nº de quartos	Nº de camas
Falucho Paradise Beach	Hotel	Salina	16	32
Mariberto	Pausada	Achada Fazenda	5	10
Bela Vista	Pausada	Bela Vista	6	10
Flor Bela	Pausada	Rocha Lama	4	6
Alegre	Residencial	Pedra Badejo	6	8
Casa Turística	Residencial	Achada Igreja	7	11
Casa Manuela	Residencial	Achada Fátima	6	12
Casa Djaracunda	Residencial	Jaracunda	2	3
Dez ilhas	Casas rurais	Porto Madeira	13	16

Fonte: Elaboração própria com base em CMSCZ (2013, p. 34)

Quanto aos serviços de restauração existem vários estabelecimentos assim como nos demonstra o quadro seguinte (ver Quadro 5).

**Quadro 5 - Serviços de Restauração**

<b>Unidade</b>	<b>Tipo</b>	<b>Nº de lugares</b>	<b>Especialidade</b>	<b>Localização</b>
Falucho Paradise Beach	Restaurante	70	Pratos Típicos	Porto Abaixo
Sonho D'Ontem	Restaurante	70	Pratos Típicos	Achada Fátima
Mon Revê	Restaurante	120	Pratos Típicos	Achada Fátima
Alegre	Restaurante	40	Pratos Típicos	Pedra Badejo
Ponto Baxu	Restaurante	30	Pratos Típicos	Porto Acima
Cantinho da Rosa	Restaurante	20	Pratos Típicos	Achada Fazenda
Casa Marila	Restaurante	30	Pratos Típicos	Cancelo
As Marias	Restaurante	12	Pratos Típicos	Renque Purga
Espaço Meu	Esplanada	30	Pratos Típicos	Achada Campo
Casa Alinha	Esplanada	60	Pratos Típicos	Porto Madeira
Aquário	Churrasqueira	30	Pratos Típicos	Achada Fátima
Açoriano	Churrasqueira	40	Pratos Típicos	Bela Vista
A ilha	Churrasqueira	20	Pratos Típicos	Rocha Lama

**Fonte:** Elaboração própria com base em CMSCZ (2013, p. 34)

Em Santa Cruz existem praias lindas de areia branca e areia preta e diversas piscinas naturais como nos apresenta o quadro 6.

**Quadro 6** - Praias e piscinas naturais

<b>Nomes</b>	<b>Tipos</b>	<b>Localização</b>
Areia grande	Praia	Salina
Porto fundo	Praia	Porto Fundo
Coqueiro	Praia	Cancelo
Amores	Praia	Achada Laje
Porto lancha	Praia	Achada Ponta
Achada Igreja	Praia	Achada Igreja
Praia de mangue	Praia	Monte Negro
Coroa	Piscina natural	Achada Fazenda
Djon manso	Piscina natural	Achada Fátima
Pedra Agulha	Piscina natural	Porto Abaixo
Monte baleia	Piscina natural	Achada Igreja
Bica	Piscina natural	Cancelo

**Fonte:** Elaboração própria com base em CMSCZ (2013, p. 22)

A nível das entidades e organizações turísticas em Santa Cruz existem algumas agências de viagens e turismo, como se apresenta no quadro 7.

**Quadro 7** - Entidades turísticas

<b>Entidades</b>	<b>Tipos</b>	<b>Localização</b>
Cardoso Tours	Turismo e Serviços	Pedra Badejo
GirassolTours Viagens Turismo	Agência de Viagens	Achada Fátima
Kid Trekking Tours	Guia local de serviços	Saltos Abaixo
Multiviagens Tours	Viagens e Turismo	Achada Fátima
Novatour Viagens & Turismo	Viagens e Turismo	Achada Campo

**Fonte:** Elaboração própria com base em CMSCZ (2013, p. 36)

Existem vários lugares e espaços para entretenimento e lazer como: espaço de lazer do serviço social da polícia nacional, piscina aguada, estádio municipal com relva sintética, campos de jogo de terra batida e placas desportivas, temos grupos e associações culturais tais como: associação cultural berso de Santa Cruz, grupos mosinhos d'interior, associação cultural desportiva recreativa Pedra Badejo - PB - Show, grupo tabankinha, associação teatral Nhá Nácia Gomi, club desportivo benfíca de Santa

Cruz, desportivo de Santa Cruz, scorpions de Santa Cruz e entre outros grupos e associações. Existem alguns comércios turísticos baseado no artesanato, como atelier de Da Graça, Atelier de José Tavares, Tendas El' Shadai e comunidade de Porto Madeira. CMSCZ (2013, p. 35).

Em termos de procura turística<sup>1</sup>, verifica-se a inexistência de registo do número de visitante na base de dados do INE e da Câmara Municipal de Santa Cruz. Contudo, Santa Cruz é um concelho bastante visitado pelos nacionais e internacionais, como nos finais de semana, feriados e durante fêria escolar e nos dias de feiras, eventos culturais e festividades municipais (CMSCZ, 2020).

## 2.7. Atividades culturais e criativas em Santa Cruz

Santa Cruz é um concelho que respira história, cultura e a tradição, contudo, é um concelho considerado tradicional devido à sua cultura e às raízes culturais que até hoje é muito forte, que caracteriza e identifica os santa-cruzenses. Em termos da cultura, existem várias manifestações culturais no concelho de Santa Cruz, com patrimónios matérias e imateriais, também é considerado um dos concelhos com maior concentração da cultura cabo-verdiana. Dos mais importantes temos a destacar o festival “Um Concelho Três Ritmos” que inclui os espetáculos de Funaná, Batuque e Tabanca, este festival é anualmente organizado no mês de março por ocasião do aniversário da criação do Concelho de Santa Cruz (CMSCZ, 2021). Em Santa Cruz também são realizadas outras atividades culturais e criativas de grande importância para o concelho e os residentes, tais como: concerto e feira de artesanato, feira de agronegócio, atividade desportiva “Nhu Santiago Maior”, jogos de brincadeiras tradicionais (“chefe manda”, “carambola”, “corrida de saco”, “ringue”, “bola de sexto”, “canequinha”, “pedrinha”, “potinho”, “polícia e ladrão”, ...), concurso de vozes “todo Santa Cruz canta”, corrida tradicional de cavalo, concertos com apresentação de cânticos e danças tradicionais, tarde cultural com apresentação de teatros e citações de poesias, concurso de poesias e o festival de música da areia grande, com grande destaque a nível local, regional, nacional e internacional, trata-se de uma atividade referencial do concelho e de Cabo Verde. De facto, concelho de Santa Cruz, é reconhecido pela sua cultura e graças as personagens mais conhecidas nas nossas músicas tradicionais como “*Nácia Gomi*”, “*Sema Lopi*”, “*Antão Barreto*” e “*Katchás*”, contudo, pode considerar-se como um concelho guardião da cultura cabo-verdiana.

---

<sup>1</sup> Após a consulta de informações na base de dados de INE e da CMSCZ não se obteve nenhum dados.

## **CAPÍTULO III – Metodologia**

### **3.1. Introdução**

No presente capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos aplicados para a realização deste projeto. Ainda que, a ideia central para o desenvolvimento do presente projeto tenha partido de um estudo de caso, tornou-se posteriormente necessário e essencial dotar toda a sua estrutura de critérios e métodos científicos, tendentes à prossecução dos objetivos definidos, identificados no quadro 1. De maneira que, o desenrolamento deste capítulo materializa-se, respetivamente, pelas necessárias explicitações relativas à seleção do modelo de investigação, apresentação dos critérios de seleção da população em estudo, técnica de recolha de dados (Entrevista e Questionário), método de análise das entrevistas e dos questionários.

### **3.2. Modelo de investigação**

Considerando o tipo do projeto em estudo e os seus objetivos, optou-se pela metodologia de estudo de caso. Segundo Beeton (2005, p. 42), o estudo de caso pode ser entendido como “uma investigação empírica holística usada para obter uma compreensão aprofundada de um fenómeno contemporâneo no seu contexto de vida real, usando várias fontes de evidência”.

Este estudo foi delimitado ao concelho de Santa Cruz e decorreu entre fevereiro e julho de 2021. Recorreu a uma metodologia mista cuja recolha de dados decorreu entre setembro de 2020 e janeiro de 2021, foram utilizadas as seguintes fontes de informação:

- Informação secundária: base de artigos científicos, papers de conferências publicados, capítulos de livros científicos, livros, teses/dissertações. Os documentos são nacionais e internacionais, extraídos de bases de dados de artigos científicos, repositórios de documentos digitais, website e blog. Os bases de dados de artigos científicos utilizados se destacam a SCOPUS, SCIENCEDIRECT, RESEARCHGATE, GOOGLE SCHOLAR e ACADEMIA.EDU. Para tal, os documentos foram selecionados de acordo com os seguintes critérios: abordar os temas do estudo, e ser uma referência dos últimos dez anos, ainda neste ponto, realizou-se a organização dos resultados, listando os conceitos dos diferentes autores a respeito dos temas em estudo no presente projeto apresentado no quadro 2.
- Entrevistas semiestruturadas a associações culturais/entidades turísticas: De acordo



com Marconi e Lakatos (2003, p. 195) a entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social. O principal objetivo da entrevista é a obtenção de informações do entrevistado, sobre determinado assunto ou problema (Marconi e Lakatos, 2003, p. 196). Contudo, foi utilizada a Entrevista semiestruturada, aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela se realiza de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano. O motivo da padronização é obter, dos entrevistados, respostas às mesmas perguntas, permitindo “que todas elas sejam comparadas com o mesmo conjunto de perguntas, e que as diferenças devem refletir diferenças entre os respondentes e não diferenças nas perguntas”. (Lodi, 1974, p. 16, citado por Marconi e Lakatos, 2003, p. 197). Ainda Bardin (2008, p. 89) acrescenta que a entrevista semiestruturada também chamada com plano, com guia, com grelha, focalizadas, é mais curta e mais fácil, seja qual for o caso, devem ser registadas e integralmente transcrita incluindo hesitações, risos, silêncios, bem como estímulos do entrevistador.

- Questionários on-line a residentes e membros das associações culturais: Em que para Marconi e Lakatos (2003, p. 201) o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisado devolve-o do mesmo modo. E assim, foi realizado inquérito por questionário com perguntas fechadas e que apresente múltipla escolha, contudo, segundo Veal (2006, p. 336) é uma pergunta a qual o representante dispõe de diversas respostas à sua escolha, o que pode ser feito verbalmente, por meio de um cartão apresentado, ou no caso de questionários, com preenchimento feito por ele mesmo ao analisar as respostas indicada (em geral) e assinalar, dentre elas, a mais adequada. Acrescenta ainda o autor, que no caso de perguntas fechadas/múltipla escolha, existe uma relação que é apresentada ao respondente.

Deste modo, a preferência metodológica por um estudo de caso com base no método qualitativo e quantitativo permite a explicação complexa e, contudo, a um discernimento de um processo social em profundidade. E assim, a pesquisa de metodologia mista (qualitativa e quantitativa) simplifica um acesso de forma contextualizada à dificuldade e diversidade da realidade em estudo. E, segundo Marujo (2012)

os métodos qualitativos e quantitativos podem ser empregados de forma adequada em qualquer paradigma de investigação e a pesquisa poderá ser mais rica se ela adotar as duas abordagens. Ainda Gonçalves (2012, p. 407) acrescenta-se que por um lado, o recurso aos métodos quantitativos (de que é exemplo o inquérito por questionário) pressupõe a utilização de técnicas consideradas mais claras...por sua vez, os métodos qualitativos (de que são exemplo a análise documental, as entrevistas) possibilitam com frequência uma análise complementar e explicativa de fenómenos que têm dificuldade em ser quantificados.

### **3.3. Apresentação dos critérios de seleção da população em estudo**

#### **3.3.1 Critérios de seleção para as entrevistas**

Na seleção da população para amostra das entrevistas do presente estudo, foi considerado os objetivos do projeto, ou seja, a população em estudo teve por base critérios de seleção inerentes aos objetivos de desenvolvimento do presente projeto. E assim, para selecionar a amostra do estudo foi utilizado a amostra por conveniência, isto é, as associações culturais e as entidades turísticas foram selecionadas de acordo com os critérios definidos ou características de conveniência. Um dos critérios de seleção foi ver a caracterização das atividades no setor da cultura mediante as atividades e eventos realizados pelas associações culturais com o intuito de promover atividades que incentivem o conhecimento e a difusão da atividade cultural e as tradições do concelho de Santa Cruz. Um outro critério também foi ver a caracterização dos produtos e serviços no setor de turismo através dos pacotes turísticos oferecidos pelas entidades turísticas de Santa Cruz, com principal benefícios contribuindo para a dignificação dos produtos locais do Concelho de Santa Cruz e garantir a sustentabilidade da cultura local. Um outro ponto considerado também foi identificado na revisão da literatura “atividades associadas ao conceito conhecimento, aprendizagem, e a convivência, ofertas criativas nos setores do património, história e cultura, atividades relacionadas com as músicas, danças e entre outras atividades de atrações locais, programa de atividades que proporciona aos participantes uma oportunidade de envolvimento na cultura local” (Marujo, Borges, Serra, et al., 2020, p. 39).

As associações culturais e as entidades turísticas (entidades privadas) foram identificadas na rede social (Facebook), o qual logo para obter contacto com elas, foi feita uma pesquisa dos e-mails através de rede social (Facebook) de cada uma. Foram contactadas 10 associações em Santa Cruz tais como: Associação Cultural Desportiva Recreativa Pedra Badejo, Associação 100Tital de Santa Cruz, Associação Tabanca de Manuzinho Salina, Associação Komunidades Mosinhos D’Interior, Grupo

Musical Tabanca Resa, Associação de Dança Escolinha, Grupo Tabankinha de Salina, Associação Cultural Berso Santa Cruz, Grupo Semantxhontxha Intercutelo e Associação Santiaguenses. Também, foram contactados as entidades turísticas tais como: Agência Multiviagens Tours – Viagens e Turismo de Santa Cruz, Agência Kid Trekking Tours, Cardoso Tours – Turismo e Serviços, Soci. Unipessoal Lda., Agência GirassolTours Viagens Turismo e Agência Novatour Viagens & Turismo. Das associações mencionadas anteriormente só se obtiveram respostas de três delas, referente á Associação Cultural Desportiva Recreativa Pedra Badejo, Associação Komunidades Mosinhos D’Interior e Associação Cultural Berso de Santa Cruz. As entidades turísticas que chegaram a responder foram Agência Multiviagens Tours - Viagens e Turismo de Santa Cruz e Agência Kid Trekking Tours.

Depois foram contactados através de e-mail e Facebook os representantes/dirigentes de cada associações culturais e entidades turísticas que demonstraram dispostos a colaborar, descrevendo os objetivos do estudo do projeto no sentido de ter a autorização para a realização das entrevistas.

### **3.3.2 Critérios de seleção para os questionários**

Assim como para as entrevistas na seleção da população para amostra foi considerado os objetivos do projeto, ou seja, a população em estudo teve por base critérios de seleção inerentes aos objetivos de desenvolvimento do presente projeto, assim também será considerado para os questionários. Entretanto, para selecionar a amostra do estudo foi utilizado a amostra por conveniência também, ou seja, os residentes e os membros das associações culturais foram selecionados de acordo com os critérios definidos ou características de conveniência. Os critérios de seleção dos residentes e membros das associações foram os seguintes, para os residentes foram selecionados os residentes do concelho de Santa Cruz com a idade mínima de 16 anos, quanto aos membros das associações culturais foram selecionados membros participantes em eventos culturais e criativos com idade mínima de 16 anos e residentes em Santa Cruz. Depois foram contactados através das redes sociais (Facebook, Viber, Messenger e WhatsApp), descrevendo os objetivos do estudo do projeto no sentido de responderem os questionários. Foram abordados 200 pessoas, dos quais só se obtiveram 136 respostas.

### 3.4. Técnica de recolha de dados (Entrevista e Questionário)

#### 3.4.1. Entrevista

Posteriormente definiu-se o trabalho de campo, recorrendo à recolha de informação, com base na metodologia qualitativa, através de entrevista semiestruturada, em que permite o entrevistador seguir um roteiro previamente estabelecido através de um guião e permite ao entrevistado ter a liberdade de expressar suas opiniões e assim obter em profundidade dados qualitativos confiáveis e comparáveis. Utilizou-se esta técnica como instrumento de recolha de opinião junto dos representantes das associações culturais e entidades turísticas, no sentido de compreender e “explorar determinadas ideias, testar respostas...” (Bell, 1997, p.118). Trata-se de uma técnica que permitiu constituir um corpus de análise muito importante, contribuindo para um conhecimento relevante da realidade local.

Elaborou-se um guião de entrevista com 14 questões (Apêndice VI), as quais foram formuladas e fundamentadas nos objetivos do projeto, com o principal objetivo de recolher informações sobre a cultura, atividade cultural e criativa para a criação de um projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz. Após o contacto inicial com os entrevistados, enviou-se uma mensagem pelo Facebook e e-mail a cada um deles explicando como seria o processo de entrevista e o tipo de perguntas que seriam feitas, como também se deu opções de escolha via zoom, ou por Messenger a sua realização, dois quais 3 foram pelo zoom e 2 pelo Messenger, todas as entrevistas foram à distância durante os meses de fevereiro e abril de 2021, uma vez que a investigadora se encontra em Portugal por motivo de estudo. As entrevistas foram gravadas e depois transcritas integralmente.

Destacaram-se 3 associações culturais e duas entidades turísticas do concelho de Santa Cruz, ambas as entidades turísticas são privadas. Os códigos, função, género, residência e as associações/entidades e a ordem com que foram entrevistados estão detalhadas na tabela 1.

**Tabela 1** - Codificação dos entrevistados

Código do entrevistado	Associações/Entidades Turísticas	Função	Género	Residência
E1	Associação PB Show	Presidente	Masculino	Pedra Badejo
E2	Associação Komunidade Mosinhos D'Interior	Presidente	Masculino	Matinho
E3	Associação Cultural Berso Santa Cruz	Presidente	Masculino	Achada Igreja
E4	Agência Multiviagens Tours	Diretor	Masculino	Achada Fátima
E5	Agência Kid Trekking Tours	Proprietário	Masculino	Salto Abaixo

Fonte: Elaboração própria

### **3.4.2. Questionários**

#### **3.4.2.1. Elaboração do questionário**

Após uma análise de vários trabalhos desenvolvidos nesta temática, observou-se que alguns autores como Serra, Borges e Marujo (2020) utilizaram o inquérito por questionário na recolha dos dados, assim também, será aplicado os inquéritos por questionários para os residentes e membros das associações culturais do concelho de Santa Cruz, com o objetivo de recolher informações sobre a perceção dos residentes relativamente aos impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz. Uma vez que para Patin (1997) citado por Gonçalves (2012, p. 415) nós conhecemos as características dos públicos e dos seus comportamentos graças aos inquéritos realizados diretamente nos locais ou junto das populações regionais, nacionais e internacionais.

Foi utilizado como instrumento de recolha de informação o questionário, utilizando como base os objetivos do presente projeto. O inquérito por questionário foi construído por uma série de questões fechadas sobre o turismo criativo e cultural, atividades culturais e criativas, atributos do concelho de Santa Cruz e os impactos do desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz. E assim, foi realizado o inquérito por questionário (ver apêndice VII) com perguntas fechadas e que apresente escalonamento das opções de resposta, isto é, escalas de Likert, com diversas respostas à escolha do inquirido, e assinalar, dentre elas, a mais adequada. Foi aplicado o inquérito de uma forma anónimo, onde os dados pessoais que foram colocados no questionário não limita o seu preenchimento, tais como o género, idade, estado civil, e nível de escolaridade, de modo a não constranger os inquiridos a responder o mesmo. O questionário foi construído com recurso à plataforma LimeSurvey.

#### **3.4.2.2. Pré-teste do questionário**

Antes de o questionário ser partilhado para o seu preenchimento e colocado na plataforma, foi realizado um pré-teste junto de 12 pessoas, com o objetivo de validar a clareza das questões, a recetividade e detetar eventuais problemas. O link emitido foi enviado por e-mail e redes sociais (WhatsApp e Messenger) para uma base de dados de cerca de 15 contactos do círculo pessoal, no qual foi solicitado o seu preenchimento e obteve-se 12 questionários preenchidos. Por conseguinte, não foi preciso as alterações e nem correção do questionário, uma vez que as pessoas que chegaram a responder confirmaram que não havia dificuldade em ter acesso e abrir o link do questionário, nem falta de compreensão das perguntas, em particular sobre a amplitude da escala nas questões, e nem sobre os conteúdos do questionário.

### **3.4.2.3. Aplicação do inquérito por questionário**

Com as confirmações apresentadas no pré-teste do questionário, foi dado a continuidade com a partilha do link do questionário, enviado por e-mail e redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp, Viber e Messenger) para uma base de dados de cerca de 200 contactos do círculo pessoal, no qual foi solicitado o seu preenchimento e reencaminhamento e colocação nas redes sociais, com uma certa restrição, uma vez que tem um objetivo de analisar um grupo específico (concelho de Santa Cruz).

Relativamente à recolha de informações, foram recolhidos durante o mês de maio e julho de 2021, onde o link do inquérito esteve online durante esses meses.

## **3.5. Método de análise das entrevistas e dos questionários**

### **3.5.1. Método de análise dos dados das entrevistas**

Para tratamento e análise dos dados qualitativos foi utilizado o software NVivo12, que é um software de investigação qualitativa que permite importar documentos, destacar palavras, frases ou parágrafos (QSR International, 2021). Prosseguindo-se uma metodologia de estabelecimento de correspondência e correlacionamento das respostas e ideias apresentadas por cada um dos participantes na sessão da “entrevista” com os objetivos definidos para o projeto. E como refere alguns autores o NVivo, além da finalidade básica de facilitar e agilizar as análises, tem a função tanto de validar como de gerar confiança, qualificando o material coletado (Mozzato e Grzybovski, 2011, p. 743).

Para fazer a análise e tratamento dos dados qualitativa teve-se em conta os procedimentos que o próprio NVivo sugere (anexo I). Relativamente a análise dos dados, foram analisados no mês de julho de 2021. A análise e interpretação dos dados foram feitas por meio de uma análise de conteúdo, que Segundo Bardin (2008, p. 20) “é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que tem como objetivo a obtenção, através de procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção dessas mensagens”.

O processo de análise de conteúdo deu-se em três fases: codificação aberta, codificação axial e codificação seletiva. A codificação aberta consistiu em conceituar, categorizar e criar códigos para todos os temas considerados relevantes. Os códigos originais foram refinados e agrupados em categorias. Depois foi feita a codificação axial, ou seja, as categorias, por sua vez, foram aprimoradas e

diferenciadas em subcategorias, e agrupadas em três grupos: contexto, implementação e desenvolvimento e desafios. O processo de análise e interpretação do conteúdo será concretizada através da codificação seletiva, isto é, foram utilizados os textos científicos de modo a explicar os resultados alcançados.

### **3.5.2. Método de análise dos dados dos questionários**

De acordo com a revisão de literatura realizada alguns autores utilizaram o software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para fazerem o tratamento e análise dos dados, como no caso de Serra et al. (2020) que utilizaram o software SPSS Statistics (versão 24.0). Portanto, será utilizado análise estatístico de modo a quantificar os dados através do software de análise estatística SPSS Statistics (versão 24.0). Contudo, os dados foram tratados e analisados no mês de agosto de 2021.

Segundo Marôco (2021), para analisar os dados quantitativos deve-se obedecer às seguintes etapas: preparação dos dados para análise; descrição das características da amostra; análise descritiva dos dados; análise inferencial orientada pelos objetivos. Por conseguinte, foi criada uma base de dados na versão 24.0 do programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), para introduzir os dados segundo um sistema de codificação pré-estabelecido, de forma a identificar cada variável.

A análise univariada foi desenvolvida com o recurso à análise da distribuição de frequências, e dos indicadores de tendência central, como as médias e os desvios padrão, sempre que possível. E para se efetuar a análise bivariada no sentido de relacionar as variáveis, utilizou-se o teste do Qui-quadrado, o cruzamento das variáveis, testes de independência, medidas de associação e análise de correlação, para as variáveis nominais.

De acordo com Reis e Morais (1988) o teste Qui-quadrado tem múltiplas aplicações e torna-se muito útil quando se deseja testar se as frequências observadas em determinada distribuição amostral diferem significativamente das frequências esperadas. Para a utilização desta técnica tomou-se como pressupostos que o grau de significância do teste do Qui-quadrado deva ser inferior a 0.05 e que não mais de 20% dos valores da frequência esperada assumam valores inferiores a 5 e nenhum assumam valores inferiores a 1 como sugerido por Marôco (2021).

## CAPÍTULO IV - Análise e discussão dos resultados

### 4.1. Introdução

No presente capítulo será apresentado a análise das entrevistas, análise dos questionários e a discussão dos resultados (resultados das entrevistas, resultados dos questionários e os principais resultados obtidos).

### 4.2. Análise das entrevistas

Para a análise, interpretação e discussão dos dados qualitativos foram identificados diferentes temas que foram agrupados em “contexto do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz”, “implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz” e “desafios para o turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz”. A categorização deu-se em temas e subtemas conforme nos mostra a tabela 2.

**Tabela 2 - A categorização das entrevistas**

Grupos	Temas	Subtemas
Contexto do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz	- Concelho cultural e criativo	Danças, funaná, batuque, tabanca, cultura, festival, workshop, eventos culturais, património, memória, tradição, história, música, criativos, genuíno, originalidade, autênticos, raízes.
	- Fatores de atratividade	Cultura, danças, funaná, batuque, tabanca, experiência, workshop, património, tradição festival, eventos, artesanato, autênticos, arte, singularidade, animação, convivência, história, raízes, gastronomia.
Implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz	- Workshops de danças tradicionais	Danças, funaná, batuque, tabanca, experiência, cultura, raízes, memorável, tradição, locais, envolvimento, transmissão, preservação, positivo.
	- Preservação e valorização da cultura local	Danças, cultura, tradição, funaná, batuque, tabanca, valores, raízes, história, antepassados, origem, artesanato, arte, gastronomia.
	- Participação nos workshops de danças tradicionais	Visitantes, funaná, batuque, tabanca, locais, regionais, nacionais, internacionais, crianças, jovens, adultos, turista, grupo, entretenimento, aprendizagem, conhecer, convivência, recordar, harmonia, terapia.



Desafios para o turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz	- Proporcionar experiência	Genuína, danças, funaná, batuque, tabanca, memorável, criativa, participativa, única, diferente, originalidade, singularidade.
	- Cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais	Parceria, preservação, danças, funaná, batuque, tabanca, fazer publicidades e propagandas, colaborar, estruturada, organizada, profissionalismo, realizar workshops.
	-Desenvolvimento de infraestruturas culturais	Museus, agência, centros interpretativo, casas da cultura, centro empreendimento.

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.2.1. Contexto do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz

Em termos do contexto, foram agrupados dois temas: “concelho cultural e criativo” e “fatores de atratividades” e vários subtemas.

##### 4.2.1.1. Concelho cultural e criativo

De acordo com os entrevistados, Santa Cruz pode ser considerado um concelho cultural e criativo, por diversas razões tais como: danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca), cultura, festivais, eventos culturais, património, memória, tradição, história, música, originalidade e as raízes. A figura 2 nos apresenta as características e as razões pelo qual Santa Cruz pode ser considerado um concelho cultural e criativo.

Segundo os entrevistados Santa Cruz *“é um concelho forte em termos de cultura, com história, raízes, memórias e nomes que deixaram uma marca no património cultural imaterial como “Nha Nacia Gomi, Katchás, Antão Barreto, Sema Lopi, Manuzinho [...]”*. (Entrevistado 3). De acordo com Naval e Serra (2019) cada região possui uma singularidade cultural própria que as torna diferente das outras e, segundo os entrevistados o concelho de Santa Cruz possui uma singularidade cultural e tradicional própria.

Em termos de eventos culturais e festivais, *“são realizados com base nas músicas e as tradições com a sua originalidade, onde existem vários grupos que realizam atividades nas comunidades com mensagem educativa e com entretenimento entre os grupos e os residentes, como tarde cultural com apresentação de teatros e citações de poesias, música e danças [...]”*. (Entrevistado 1). *“Também existe*

*outras criatividades em Santa Cruz como, concertos com música e danças, feira de artesanato, atividade desportiva, jogos e brincadeiras tradicionais e o mais destacado o festival Nhu Santiago Maior [...]”.* (Entrevistado 2). *“Com maior importância, temos o festival “um Concelho Três Ritmos” que inclui os espetáculos de Funaná, Batuque e Tabanca, e outras atividades como concurso de vozes “todo Santa Cruz canta” [...]”.* (Entrevistado 5). Segundo Marujo (2010, p. 358) aqueles destinos que, através dos eventos culturais, preservam e comemoram as suas singularidades produzem uma melhor vivência ao visitante e um maior benefício para a comunidade local.

O concelho de Santa Cruz *“é reconhecido como “um concelho a três ritmos”, por causa do evento com as suas músicas e danças tradicionais funaná, batuque e tabanca, ou seja, que é um concelho que se identifica através desses três ritmos tradicionais funaná, batuque e tabanca [...]”.* (Entrevistado 4). Uma vez que para Marujo (2015) a identidade de um lugar é marcada essencialmente pela sua cultura.

Nas respostas dos entrevistados, pode-se ver uma clara coincidência no aspeto da parte criativa do concelho de Santa Cruz, obtendo um número razoável de respostas. Portanto, foi considerado que:

*[...] a criatividade é uma lacuna que precisa ser mais trabalhada e mais incentivada no concelho [...].* (Entrevistado 1)

*[...] é um concelho cultural, contudo, é um concelho que precisa trabalhar a parte da criatividade porque é uma área desconhecida em Santa Cruz [...]* (Entrevistado 5).

*[...] a criatividade é uma parte que precisa ser mais trabalhada para permanecer a cultura viva e presente no concelho, tomando como exemplo workshops baseados nas tradições locais [...].* (Entrevistado 4). Sendo que, os eventos com temas históricos, que comemoram algum facto de uma comunidade ou tradições de um grupo cultural despertam um interesse atual, e a valorização do diferente, do tradicional constitui, atualmente, um dos principais motivos dos fluxos turísticos para lugares que conservam uma tradição cultural (Marujo, 2010, p. 357).

Estes resultados podem demonstrar que embora os entrevistados tenham considerado que Santa Cruz é um concelho cultural apresentando as razões e os elementos que justificam a cultura, demonstraram que o concelho carece de mais atividades e eventos criativos na promoção, valorização e preservação da cultura e da tradição dos santa-cruzenses.



**Figura 2** - Nuvem de palavras Atributos cultural e criativo de Santa Cruz

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.2.1.2. Fatores de atratividades

Este tema trata exatamente as danças tradicionais enquanto fatores de atratividades do concelho de Santa Cruz. Foram identificados vários fatores de atratividades dos quais serão utilizados para conhecer aquilo que é atrativo para os entrevistados no concelho de Santa Cruz e segundo Marujo (2019) atualmente, cidades, vilas e aldeias desejam, cada vez mais, dar a conhecer as suas singularidades culturais.

De acordo com as respostas das entrevistas, foi possível verificar que os fatores de atratividades mais referidos foram a cultura e as danças tradicionais, funaná, batuque e a tabanca. “*Cultura e as danças tradicionais funaná, batuque e a tabanca são elementos fundamentais para atrair os visitantes para o concelho de Santa Cruz [...]*”. (Entrevistado 4). “*As danças tradicionais caracterizam a vivência, a humildade, a nostalgia, a “morabeza” dos residentes do concelho de Santa Cruz [...]*”. (Entrevistado 3). De acordo com Carvalho (2017, p. 350) a cultura constitui um dos recursos de maior expressão e atratividade no atual panorama turístico.

Outros fatores que obtiveram maior ponderação foram os eventos e workshops. Os entrevistados demonstraram a importância de realização de eventos e workshops no concelho de Santa Cruz, “*o desenvolvimento das atividades culturais e tradicionais, poderá ter aderência de pessoas locais e dos visitantes nacionais e internacionais [...]*”. (Entrevistado 5). “*Seria dar a vida a nossa cultura e valorizar o que é nosso [...]*”. (Entrevistado 2). Para Richards (2001) a ideia de “cultura” como principal atração para os visitantes está rapidamente a dar lugar à ideia de que “criatividade” é o que conta.

De acordo com os entrevistados os workshops de danças tradicionais funaná, batuque e tabanca:

*[...] contribuiria para atrair mais visitantes e turistas para o concelho [...]*. (Entrevistado 4)

*[...]seria uma forma de tornar mais presente a tradição, de recuperar as raízes que estão a*

*perder e dar mais vida a cultura local e proporcionar momentos memoráveis aos residentes e aos turistas com o envolvimento com os workshops [...].* (Entrevistado 5). Uma vez que, segundo Remoaldo e Ribeiro (2019, p. 86) a motivação em turismo cultural e criativo está associada à educação e entretenimento, à experimentação da autenticidade da cultura, participando em workshops, dentro de pequenos grupos, que lhes permitam explorar a sua criatividade permitindo aos turistas um envolvimento mais profundo na vida quotidiana dos destinos visitados, sobretudo, que lhes permite o envolvimento ao nível emocional, educacional, social e participativa entre ambas as partes, por isso são motivados por uma sensação de autenticidade relativamente a uma cultura local, onde espera-se que as expressões culturais são únicas.

Um outro fator mais considerado pelos entrevistados é a experiência, onde revelaram que a experiência proporcionada no concelho de Santa Cruz como *“a participação e convivência do visitante com a comunidade local é um referencial no concelho, em que a maioria das vezes o concelho é procurado por causa da interação com o local, conhecer o genuíno, as raízes, ouvir e cantar com os músicos locais, realizar artesanatos, e apreciar os patrimónios e as gastronomias locais [...].”* (Entrevistado 5). De facto, as ofertas estruturadas e promovidas pelo destino proporcionam a construção de memórias nas experiências e no tempo de lazer, onde se associa à cultura local visitada, com uma certa exigência participativa do turista e com o desafio de desenvolver o seu potencial criativo (Carvalho, et al., 2019).

Contudo, é de referir outros fatores mencionados pelos entrevistados como, património, singularidade, autêntico e a gastronomia. *“Os visitantes procuram em Santa Cruz a sua singularidade no estado mais puro e mais autêntica possível [...].”* (Entrevistado 5). *“O visitante procura envolver com Santa Cruz através da sua gastronomia e o seu património [...].”* (Entrevistado 4). Segundo Santos (2017, p. 70) podemos viver e experienciar as histórias dos antepassados através da promoção de feiras gastronómicas e artesanais; palestras culturais; intercâmbios culturais; festivais de músicas tradicionais; e assim tornando o destino cada vez mais sustentável e valorizado.

Vale ressaltar que os fatores de atratividades apresentados foram de acordo com os entrevistados. E assim, a figura 3 abaixo nos apresenta os fatores de atratividades do concelho de Santa Cruz que foram identificados e analisados segundo os entrevistados.



**Figura 3** - Nuvem de palavras Fatores de atratividades

**Fonte:** Elaboração própria

Sintetizando, os entrevistados consideram que o turismo criativo associado às danças tradicionais podem contribuir para uma maior afirmação da cultura em Santa Cruz e Cabo Verde.

#### **4.2.2. Implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz**

Em termos de implementação e desenvolvimento, foram agrupados três temas: “workshops de danças tradicionais”, “preservação e valorização da cultura local” e “participação nos workshops de danças tradicionais”.

##### **4.2.2.1. Workshops de danças tradicionais**

Este tema nos apresenta o resultado obtido sobre a importância e contributos dos workshops de danças tradicionais para a cultura e tradição do concelho de Santa Cruz, com base nos subtemas de acordo com a figura 4.

De acordo com os entrevistados *“os workshops de danças tradicionais serviriam para reforçar as danças tradicionais funaná, batuque e a tabanca, onde seria uma mais-valia para as danças e de certa forma, um workshop seria crucial na valorização e preservação do património existente em Santa Cruz [...]”*. (Entrevistado 2). De acordo com Marujo (2010, p. 357) são através dos eventos culturais que também podemos resistir à cultura dos outros, isto é, a preservação e difusão das manifestações tradicionais de uma região ou localidade são muitas vezes divulgadas através dos eventos culturais tais como, festas religiosas; festas populares; arraiais; festivais folclóricos; portanto, são eventos ao vivo e, por isso, eles podem ser um estímulo para fortalecer ou fazer renascer a identidade cultural de um povo.

E assim, os workshops de danças tradicionais no concelho de Santa Cruz, de acordo com os entrevistados “*seria uma oportunidade de partilhar a cultura local com outras pessoas [...]*”. (Entrevistado 5). Segundo Marujo, Borges, Serra, et al. (2020, pp. 39), os workshops são programas de atividades que proporcionam aos participantes uma oportunidade de envolvimento na cultura local, nomeadamente através de um conjunto de atividades de carácter formativo e experiencial associadas, nomeadamente, a algumas das manifestações culturais e tradicionais da identidade de uma determinada comunidade.

Os subtemas com maior destaque são as danças tradicionais funaná, batuque e tabanca. “*Os workshops de danças tradicionais, funaná, batuque e tabanca, seria de grande importância na preservação e valorização do património cultural em Santa Cruz [...]*”. (Entrevistado 1). De acordo com Santos (2017, p. 70) a criação de eventos culturais, como forma de preservar a memória cultural de um lugar, pode trazer grandes benefícios à comunidade local.

Para os entrevistados o subtema workshops de danças tradicionais funaná, batuque e tabanca contribuía para:

*[...] identificação cultural e social do concelho de Santa Cruz, tendo em conta que Santa Cruz é um concelho cultural que se identifica através das suas danças tradicionais funaná, batuque e tabanca [...].* (Entrevistado 4)

*[...] promover os ensinamentos da tradição do concelho aos mais jovens e dar a conhecer aos internacionais a parte mais cultural e histórica do concelho de Santa Cruz [...].* (Entrevistado 3)

*[...] transmissão da vivência e harmonia do passado e tornar presente através de uma demonstração de uma dança tradicional e típica do concelho de Santa Cruz [...].* (Entrevistado 1)

*[...] criar ofertas turísticas que proporciona uma experiência típica e autêntica do concelho de Santa Cruz [...].* (Entrevistado 4)

*[...] estimular e aumentar a procura turística em Santa Cruz [...]*”. (Entrevistado 5). Contudo, segundo Avighi (2001), citado por Marujo (2014, p. 6) os workshops seriam procurados por aquele turista que quer conhecer povos e se enriquecer culturalmente, procura relacionar-se com a comunidade, valorizar a cultura em toda a sua complexidade e singularidade.

Estes resultados podem demonstrar a importância e os contributos dos workshops de danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca) para a valorização e preservação da cultura e tradição do

concelho de Santa Cruz. Porém, ainda os resultados apresentam indícios de que os workshops de danças tradicionais criará ofertas turísticas e estimula a procura turística no concelho de Santa Cruz.



**Figura 4** - Nuvem de palavras Workshops de danças tradicionais

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.2.2.2. Preservação e valorização da cultura local

Este tema apresenta resultados sobre cuidados a ter com a cultura local, isto é, o seu uso de forma sustentável, com maior destaque as danças tradicionais funaná, batuque, tabanca e a tradição, assim como nos mostra a figura 5.

De acordo com os entrevistados “*no concelho de Santa Cruz se for possível realizar workshops de danças tradicionais seria grande possibilidade de preservar e valorizar o património cultural imaterial existente em Santa Cruz, sem perder a sua originalidade no seu estado mais puro e autêntica possível [...]*”. (Entrevistado 5). Para Ferreira, et al. (2018, p. 11) o fator de valorização de hábitos, tradições e costumes, ativando a consciência dos visitantes e residentes o respeito e salvaguarda do património histórico.

Segundo os entrevistados “*os workshops de danças tradicionais funaná, batuque e tabanca de concelho de Santa Cruz seria uma oportunidade de dar continuidade com as tradições, valores e as raízes do concelho [...]*”. (Entrevistado 2). De acordo com Geraldo, et al. (2010, p. 198) grandes desafios da Humanidade é o de permitir conservar o património herdado a partir dos seus antepassados e transmiti-los às gerações futuras.

*[...] Seria muito útil em Santa Cruz um projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais, uma vez que contribuía para uma maior valorização e preservação das danças tradicionais, onde poderia proporcionar formação de danças para crianças e jovens de Santa Cruz, realizar intercâmbios culturais, transmitir a cultura, despertar interesse e curiosidade em aprender e*

*conhecer o que é nossa, tudo isso de certa forma contribuía para valorização e preservação das danças tradicionais do concelho de Santa Cruz [...].* (Entrevistado 4). Segundo Gerardo e Pinheiro (2010, p. 209) uma das formas de transmitir a importância do património é através da sua exposição, que permite a transmissão de valores que necessitam de ser preservados e transmitidos para que estes não permaneçam em esquecimento. Ainda Carvalho (2017, p. 350) acrescenta que a implementação e o desenvolvimento deste tipo de turismo permitem novas visões e novas possibilidades para diferentes áreas, uma vez que proporcionam o aparecimento de novos modelos turísticos, o reaproveitamento e a revitalização de territórios turísticos já existentes, agora com outra roupagem, dando a conhecer novos pontos de interesse e diversificando a oferta.

De acordo com as respostas das entrevistas, foi possível verificar que a realização de workshop de danças tradicionais no concelho de Santa Cruz seria grande possibilidade de preservar e valorizar o património cultural imaterial existente em Santa Cruz, e por outro lado, seria uma forma de dar continuidade com a cultura e tradição local.



**Figura 5** - Nuvem de palavras Preservação e valorização da cultura local

**Fonte:** Elaboração própria

#### **4.2.2.3. Participação nos workshops de danças tradicionais**

Este tema nos revela quem pode participar nos workshops de danças tradicionais segundo os entrevistados, através dos subtemas apresentados na figura abaixo (ver Figura 6).

De acordo com a figura 6, os subtemas com mais destaque são os visitantes, funaná, batuque e tabanca, segundo os entrevistados *“os visitantes participariam nos workshops de danças tradicionais funaná, batuque e a tabanca, uma vez que a maioria dos visitantes procuram o concelho de Santa Cruz para conhecer a genuinidade local e viver tudo aquilo [...]”*. (Entrevistado 5). Para Sousa, et al. (2019, p. 66) o turista criativo pretende uma vivência mais próxima com a comunidade local ao querer experienciar na prática algo de característico e representativo dessa comunidade e lugares.

*[...] a participação nos workshops de danças tradicionais seria de parte dos residentes, dos*



*regionais, dos nacionais e dos internacionais [...].* (Entrevistado 2)

*[...] participaria nos workshops de danças tradicionais as crianças, jovens e adultos [...].*  
(Entrevistado 4)

*[...] é fundamental a participação dos residentes nos workshops de danças tradicionais e dão um outro brilho aos workshops e são mais bem recebidos pelos turistas, uma vez que, reconhecem que é uma atividade com envolvimento dos residentes com uma beleza genuína, e não uma atividade organizada só para fim lucrativo, ou apenas organizada para ser demonstrada as tradições e cultura local [...].* (Entrevistado 5). Segundo Marujo (2010, p. 360) a sobrevivência e valorização dos eventos culturais também dependem do envolvimento da comunidade anfitriã.

De acordo com os dados das entrevistas, foi possível verificar que os workshops de danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca) teriam participação dos locais, regionais, nacionais, internacionais e, assim como crianças, jovens e adultos.



**Figura 6** - Nuvem de palavras Participação nos workshops de danças tradicionais

**Fonte:** Elaboração própria

Sintetizando, a maioria dos entrevistados considera que a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo através das danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca) pode valorizar a cultura, captar mais turistas para a localidade e ter um maior envolvimento da comunidade.

#### **4.2.3. Desafios para o turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz**

Em termos do desafio, foram agrupados três temas: “proporcionar experiência”, “cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais” e “desenvolvimento das infraestruturas culturais”.

#### 4.2.3.1. Proporcionar experiência

Este tema permite identificar diferentes experiências que os workshops de danças tradicionais funaná, batuque e tabanca poderá proporcionar aos residentes, visitantes nacionais e internacionais.

De acordo com a figura 7, o subtema com maior destaque foi genuína, segundo os entrevistados “o workshop de danças tradicionais proporcionaria experiência típica e genuína do concelho de Santa Cruz [...]”. (Entrevistado 1). Para Pera (2017) citado por Sousa, et al. (2019, p. 66) toda a atividade desenvolvida procura fazer com que o participante experiencie a realidade local, através do contato direto com os produtores e a própria comunidade, de modo a conhecer e aprender sobre a identidade cultural de um outro povo utilizando os cinco sentidos. Ainda Marujo, Borges, Serra, et al. (2020, pp. 39) acrescentam que a oferta de atividades que ofereçam experiências genuínas associadas a momentos de aprendizagem, e assim, o turismo criativo liga a criatividade aos lugares.

Nas respostas dos entrevistados, pode-se ver uma clara coincidência quanto a “experiência” obtendo mais da metade das respostas. Algumas citações ilustram estas experiências:

*[...] uma experiência ativa e participativa, através das danças tradicionais com o envolvendo dos turistas com as danças tradicionais de modo a experienciarem a cultura e tradição do concelho de Santa Cruz com uma experiência autêntica e memorável [...].* (Entrevistado 5). Segundo Carvalho (2020) a procura de experiências autênticas baseadas na vida quotidiana do destino tornou-se primordial para os turistas modernos à procura de algo diferente.

*[...] uma experiência ativa e participativa e também uma experiência passiva dependendo dos tipos de turistas [...].* (Entrevistado 4)

*[...] uma experiência ativa e participativa para os turistas através dos workshops das danças tradicionais funaná e batuque [...].* (Entrevistado 2). Uma vez que para Remoaldo e Ribeiro (2019, p. 86) a motivação em turismo cultural e criativo está associada à educação e entretenimento, à experimentação da autenticidade da cultura, participando em workshops, dentro de pequenos grupos, que lhes permitam explorar a sua criatividade permitindo aos turistas um envolvimento mais profundo na vida quotidiana dos destinos visitados, sobretudo, que lhes permite o envolvimento ao nível emocional, educacional, social e participativa entre ambas as partes, por são motivados por uma sensação de autenticidade relativamente a uma cultura local, onde espera-se que as expressões culturais são únicas.

De acordo com estes resultados, verifica-se que os workshops de danças tradicionais funaná,

batuque e tabanca poderá proporcionar aos residentes, visitantes nacionais e internacionais uma experiência genuína ativa e participativa.



**Figura 7** - Nuvem de palavras proporcionar experiência

Fonte: Elaboração própria

#### 4.2.3.2. Cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais

Este tema nos apresenta grande importância em estabelecer qualquer tipo de parceria entre as associações culturais, entidades turísticas do concelho de Santa Cruz e criar uma rede local e nacional, assim como se apresenta na figura 8.

Nas respostas dos entrevistados, pode-se ver uma clara coincidência quanto a “cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais” obtendo a maioria das respostas. Algumas citações ilustram estas parcerias:

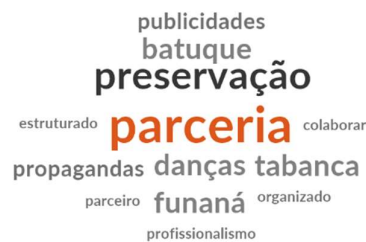
*[...] Associação Cultural, Desportiva, Recreativa Pedra Badejo - PB Show Santa Cruz participaria como parceiro relativamente ao projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais oferecendo workshops de danças tradicionais do concelho de Santa Cruz na sua total modalidade, isto é, workshops de funaná, batuque e tabanca [...]. (Entrevistado 1)*

*[...] Associação Komunidade Mosinhos D’Interior participaria enquanto parceiro do projeto de turismo cultural e criativo oferecendo aos participantes uma experiência com a participação nos workshops de dança batuque juntamente com os elementos da associação [...]. (Entrevistado 2)*

*[...] Agência MultiviagensTours teria a preocupação de mobilizar os turistas, os visitantes e os residentes a participarem nos workshops e comprometeria em fazer propagandas e publicidades do projeto enquanto parceiro do projeto de turismo cultural e criativo [...]. (Entrevistado 4)*

[...] Para Agência Kid Trekking Tours tomar parte do projeto de turismo cultural e criativo teria que ser algo trabalhado com profissionalismo e bem organizado e estruturado, assumindo a responsabilidade de atrair visitantes e turistas para o projeto e fazer propagandas e publicidades como forma de ter mais aderência por parte dos residentes, visitantes e os turistas, enquanto parceiro [...]. (Entrevistado 5). Uma vez que para Richards (2009), citado por Marujo (2015, p. 6), o turismo veio colocar novas oportunidades através do desenvolvimento estratégico como, promover o respeito pelo património cultural e natural, o qual deve prevalecer sobre qualquer outro argumento, nomeadamente os de natureza económica; estabelecer novas parcerias e formas de colaboração entre os responsáveis locais, as entidades com tutela sobre o património e os organismos de promoção do turismo.

Vale ressaltar que dentre o total de 5 entrevistados (associações culturais e entidades turísticas privadas) ambas participariam enquanto parceiros do projeto de turismo cultural e criativo.



**Figura 8** - Nuvem de palavras Cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.2.3.3. Desenvolvimento de infraestruturas culturais

Este tema assume como principal desafio contribuir para o desenvolvimento das principais infraestruturas culturais para concelho de Santa Cruz, e de acordo com a figura 9.

O subtema com maior destaque é o museu, ou seja, a maioria dos entrevistados concorda que concelho de Santa Cruz carece muito de um museu, com história e cultura local, onde o turismo cultural e criativo pode ser uma estratégia para contribuir para o desenvolvimento de Santa Cruz através da criação de infraestruturas culturais como:

[...] museu [...]. (Entrevistado 3). Uma vez que para Cravidão (2011), citado por Marujo, et al. (2013, p. 3) é considerado como uma atração para os turistas. Acrescenta Carvalho (2017, p. 351) que

o relacionamento com o passado é um dos factos sempre presente nas diversas possibilidades de apresentação do património, onde, atribui-se, por isso, à memória a indispensabilidade como elemento indivisível de todo o processo de apropriação turística de património, tangível e intangível, e os seus respetivos resultados concretos sobre as pessoas e sobre os objetos.

[...] *museu, empreendimento turístico como criação de agência de turismo, desenvolvimento e realização de eventos culturais e criativos, atividade de animação turística [...]*. (Entrevistado 5). Para Sousa, et al. (2019, p. 65) o desenvolvimento da criatividade também coloca um local em melhor posição para gerar produtos novos e inovadores para o consumidor.

[...] *museu, casa da cultura, centros interpretativos [...]*. (Entrevistado 2). E assim, de acordo com Salvado et al. (2020, p. 9) o turismo criativo conta com os recursos endógenos dos territórios para atrair visitantes ao destino, sendo também uma forma de desenvolvimento comunitário criativo, estimulando as indústrias criativas e melhorando a economia local.

De acordo com os entrevistados para o desenvolvimento das infraestruturas culturais “*seria necessário o envolvimento da autarquia local com o turismo cultural e criativo e a interação da comunidade com o turismo cultural e criativo. Uma vez que, contribuía para o desenvolvimento qualificado do concelho de Santa Cruz [...]*”. (Entrevistado 4)

De acordo com estes resultados, verifica-se que o projeto de turismo cultural e criativo teria como principal desafio contribuir para a criação de um museu no concelho de Santa Cruz.



**Figura 9** - Nuvem de palavras Desenvolvimento de infraestruturas culturais

**Fonte:** Elaboração própria

Sintetizando, a maioria dos entrevistados considera que um projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais em Santa Cruz Cabo Verde, teria como desafio proporcionar uma experiência genuína ativa e participativa, através da parceria entre as associações culturais e as entidades turísticas, por conseguinte, o projeto pode influenciar na criação da infraestrutura cultural como o museu.

### **4.3. Análise dos inquéritos por questionários**

Nos pontos seguintes será apresentada a análise e discussão dos dados quantitativos, o que dará luz aos fundamentos necessários para gerar as conclusões finais do projeto assim como a análise qualitativa realizada nos pontos anteriores.

A análise dos dados quantitativos foi estruturada em seis grandes temas tais como: caracterização sociodemográfica da amostra, grau de satisfação com os atributos de Santa Cruz, opinião dos participantes em relação ao projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz, participação dos participantes nos workshops de danças tradicionais, impactos do desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz e por último projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz associado as danças tradicionais.

#### **4.3.1. Caracterização sociodemográfica da amostra**

Quanto ao tema perfil sociodemográfico da amostra (ver Tabela 3), foram utilizadas diversas variáveis, como: género, idade, estado civil e o nível de estudo.

Relativamente ao género, das 136 amostras 52,2% prevalece o género feminino e 47,8% o género masculino. Considerando a idade, a maioria que corresponde a 80,9% tem entre 18 e 35 anos e 15,4% da amostra encontra-se na faixa etária dos 36 aos 53 anos e apenas 3,7% tem mais de 54 anos. Em relação ao estado civil, 86% são solteiros, 13,2% são casados ou vivem em união de facto e 0,07% são divorciados ou separados. No que diz respeito ao nível de estudo, cerca de 41,9% dos participantes são licenciados, 30,1% possuem o ensino secundário completo, ou seja, têm 12º ano, 13,2% dos participantes com formação profissional, 6,6% dos participantes com ensino secundário incompleto e 0,07% dos participantes com nível superior de doutoramento. Cerca de 77,2% dos participantes são residentes e 22,8% são participantes membros das associações culturais associados ao projeto.

**Tabela 3** - Caracterização sociodemográfica

Variáveis sociodemográficas	Frequência	%
<b>Género</b>		
Feminino	71	52,2
Masculino	65	47,8
<b>Estado civil</b>		
Casado (a)/União de Facto	18	13,2
Solteiro (a)	117	86
Divorciado (a)	1	0,07
<b>Idade</b>		
18-35	110	80,9
36-53	21	15,4
54-64	5	3,7
<b>Nível de estudo</b>		
Educação secundário (até 11º ano)	9	6,6
Educação secundário 12º ano	41	30,1
Formação profissional	18	13,2
Licenciatura	57	41,9
Mestrado/Pós-graduação	10	7,4
Doutoramento	1	0,07

Fonte: Elaboração própria

#### 4.3.2. Grau de satisfação com os seguintes aspetos/atributos de Santa Cruz

Para o tema grau de satisfação dos atributos de Santa Cruz, o resultado nos revela assim como se apresenta na tabela abaixo (ver Tabela 4). Podemos destacar de entre vários resultados obtidos que a totalidade dos inquiridos classifica com o grau de “totalmente satisfeito” para os seguintes atributos: património; comércio; espaço público de lazer; acolhimento e hospitalidade da população; e a gastronomia. Por outro lado, demonstram-se insatisfeitos com os eventos culturais; atividades culturais e criativas; informação turística sobre a cultura; e o artesanato (ver Apêndice VIII, p. 109). Portanto, é preciso trabalhar essas áreas no concelho de Santa Cruz, uma vez que para Marujo (2010, p. 357) os eventos com temas históricos, que comemoram algum facto de uma comunidade ou tradições de um grupo cultural despertam um interesse atual, e a valorização do diferente, do tradicional constitui, atualmente, um dos principais motivos dos fluxos turísticos para lugares que conservam uma tradição cultural.

**Tabela 4** - Grau de satisfação com os atributos de Santa Cruz

Variável/ Item	N	M <sup>(3)</sup>	SD <sup>(4)</sup>
Qual a satisfação com as seguintes atributos? <sup>(1)(2)</sup>			
Património	136	6,60	2,698
Eventos culturais	136	4,53	2,883
Atividades culturais e criativas	136	7,43	2,247
Informação turística sobre a cultura	136	6,99	2,243
Artesanato	136	5,36	2,775
Comercio	136	7,79	2,577
Espaço públicos e lazer	136	8,07	2,340
Acolhimento e hospitalidade da população	136	6,31	3,325
Gastronomia	136	4,15	2,494

Nota: <sup>(1)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(2)</sup> Escala de Likert varia de 0 - Nada Satisfeito a 10 – totalmente satisfeito; <sup>(3)</sup> Média; <sup>(4)</sup> Desvio Padrão.

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.3.3. A opinião dos inquiridos em relação ao projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz

Este tema apresenta a opinião dos inquiridos sobre o projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz de Cabo Verde (ver Tabela 5). As opiniões que obtiveram maior percentil de concordância com o grau de “concordo totalmente” segundo a visão dos inquiridos, foram as seguintes: pessoalmente, benefício com a atividade turística; gosto da presença dos turistas (ex. conhecem o meu concelho, gastam \$); Gostaria que Santa Cruz recebesse turistas durante o ano; o turismo cultural e criativo é bom para o meu concelho; apoio e concordo com o desenvolvimento de um projeto turismo cultural e criativo; um projeto em turismo criativo sobre danças tradicionais também deve contemplar os residentes e não apenas os turistas. E assim, estes resultados vão de encontro ao pensamento de Carvalho (2017, p. 350) quando afirma que a implementação e o desenvolvimento deste tipo de turismo permitem novas visões e novas possibilidades para diferentes áreas, uma vez que proporcionam o aparecimento de novos modelos turísticos, o reaproveitamento e a revitalização de territórios.

Por outro lado, os inquiridos discordaram com alguns fatores tais como: turismo em Santa Cruz é bom e quanto a satisfação da dinâmica da oferta turística no concelho. Contudo, concelho de Santa Cruz precisa-se estruturar e criar as dinâmicas turísticas no sentido de organizar melhor o setor turístico.

De uma forma resumida (ver Apêndice VIII, p. 109), cerca de 97,8% dos participantes concorda



totalmente que beneficiam com este tipo de projeto. Cerca de 77,9% dos participantes gosta da presença dos turistas, tanto para conhecer o concelho como também para gastar alguns valores (\$). Cerca de 78,9% dos participantes gostaria que Santa Cruz recebesse turistas durante o ano, e 78,7% apoia e concorda com o desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo. E 77,9% concorda que um projeto em Turismo Cultural e Criativo sobre danças tradicionais também deve contemplar os residentes e não apenas os turistas. Mas, também 19,1% dos participantes não possuem a boa opinião em relação ao turismo no concelho de Santa Cruz. E cerca de 77,8% dos participantes estão insatisfeitos com a dinâmica da oferta turística no concelho.

**Tabela 5** - Opinião dos inquiridos em relação ao projeto de turismo cultural e criativo

Variável/ Item	N	M <sup>(7)</sup>	SD <sup>(8)</sup>
<b>Opinião dos inquiridos em relação ao projeto</b> <sup>(5) (6)</sup>			
Pessoalmente, beneficio com a atividade turística	136	9,58	1,244
A opinião geral que tenho sobre o turismo no meu concelho é boa	136	4,14	2,842
Gosto da presença dos turistas (ex. conhecem o meu concelho, gastam \$)	136	9,41	1,552
Gostaria que Santa Cruz recebesse turistas durante todo o ano	136	9,41	1,503
Estou satisfeito com a dinâmica da oferta turística do meu concelho	136	9,47	1,304
O turismo cultural e criativo é bom para o meu concelho	136	9,41	1,503
Apoio e concordo com o desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo (danças tradicionais) no meu concelho	136	9,41	1,503
Um projeto em Turismo Criativo sobre danças tradicionais também deve contemplar os residentes e não apenas os turistas	136	9,47	1,304

Nota: <sup>(5)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(6)</sup> Escala de Likert varia de 0- Discordo totalmente a 10 - Concordo totalmente; <sup>(7)</sup> Média; <sup>(8)</sup> Desvio Padrão.

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.3.4. Participação dos inquiridos nos workshops de danças tradicionais

Quanto ao tema participação dos inquiridos nos workshops de danças tradicionais (ver Tabela 6), segundo o resultado a maioria dos inquiridos participaria nos workshops de danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca). Relativamente ao workshop de dança tradicional funaná cerca de 77,9% dos inquiridos participaria, embora cerca de 22,1% não participaria. 78,7% dos inquiridos participaria no workshop de dança tradicional batuque, contudo, 21,3% dos inquiridos demonstra-se que não participaria. E cerca de 77,9% dos inquiridos participaria no workshop de dança tradicional tabanca,

apesar de 22,1% dos inquiridos não participaria no workshop de dança tradicional tabanca. Contudo, estes resultados encontram-se alinhados com os referidos por Sousa, et al. (2019, p. 66) que os workshops permitem aos visitantes explorar a sua criatividade durante o processo de aproximação à comunidade local.

**Tabela 6** - Participação dos inquiridos nos workshops de danças tradicionais

Variável/Item		N	Frequência	%
Participaria num workshop de danças tradicionais funaná	Sim	136	106	77,9
	Não		30	22,1
Participaria num workshop de danças tradicionais batuque	Sim	136	107	78,7
	Não		29	21,3
Participaria num workshop de danças tradicionais tabanca	Sim	136	106	77,9
	Não		30	22,1

**Fonte:** Elaboração própria

No que se refere ao cruzamento de variável participação num workshop de dança tradicional e as características sociodemográficas dos inquiridos, tem como intuito analisar se a participação dos inquiridos nos workshops de danças tradicionais depende das suas características sociodemográficas. As tabelas de 7 a 10 sistematizam um conjunto de resultados da participação nos workshops de danças tradicionais que obtiveram maior e menor grau de avaliação por parte dos inquiridos.

No cruzamento entre as duas variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e o género (ver Tabela 7), obtivemos o valor do p-value ( $\alpha$ ) (,072) maior que  $\alpha= 0,05$ , então não se rejeita a H0 (hipótese nula), porque não existe evidência estatística para rejeitar a hipótese nula, mas sim o resultado do qui-quadrado confirma que as variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e o género são independentes. Com base no resultado do cruzamento entre a variável participaria num workshop de dança tradicional batuque e variável género o valor do p-value (,042) é menor que 0,05, portanto, rejeitamos a H0 (hipótese nula) e aceitamos a H1 (hipótese alternativa) pelo que existe uma dependência entre a variável participaria num workshop de dança tradicional batuque e a variável género. Quanto as variáveis participaria num workshop de dança tradicional tabanca e o género o resultado de qui-quadrado nos comprova que existe uma dependência entre as duas variáveis, sendo o valor do p-value (,009) é inferior a 0,05, em que nos permite dizer que é estatisticamente significativo,

onde podemos confirmar que existe uma dependência entre as duas variáveis, isto é, os inquiridos de género masculino têm mais preferência em participar nos workshops de danças tradicionais batuque e a tabanca de que os inquiridos de género feminino (ver Apêndice IX, pp. 113-114).

**Tabela 7 - Participação no workshop de danças tradicionais versus género**

		Género		Total	p-value <sup>(a)</sup>
		Feminino	Masculino		
Participaria num workshop de dança tradicional funaná?	Sim	51 (55,3)	55 (50,7)	106	,072
		-,6	,6		
	Não	20 (15,7)	10 (14,3)	30	
		1,1	-1,1		
Participaria num workshop de dança tradicional batuque?	Sim	51 (55,9)	56 (51,1)	107	,042
		-,7	,7		
	Não	20 (15,1)	9 (13,9)	29	
		1,2	-1,3		
Participaria num workshop de dança tradicional tabanca?	Sim	49 (55,3)	57 (50,7)	106	,009
		-,9	,9		
	Não	22 (15,7)	8 (13,3)	30	
		1,6	-1,7		

**Fonte:** Elaboração própria

No cruzamento entre as duas variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e a idade (ver Tabela 8), com base nos testes qui-quadrado o valor de p-value (,927) é maior que  $\alpha=0,05$ , então não se rejeita a  $H_0$  (hipótese nula), porque não existe evidência estatística para rejeitar a hipótese nula, mas sim o teste qui-quadrado confirma que as variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e a idade são independentes. Assim como, a variável participaria num workshop de dança tradicional batuque (p-value = 0,958) e a variável participaria num workshop de dança tradicional tabanca (p-value  $\alpha=0,589$ ), uma vez que ambas as variáveis apresentam um valor de p-value maior que 0,05, então, nos permite dizer que não são estatisticamente significativos, contudo, podemos confirmar que não existe uma dependência entre a variável participaria num workshop de dança tradicional batuque e a variável idade e nem entre a variável participaria num workshop de dança tradicional tabanca e a variável idade (ver Apêndice IX, pp. 114-115). Para se efetuar o cruzamento das variáveis foi necessário agrupar as variáveis “idade 36-53” e “idade 54-64” porque apresentavam um número de respostas bastante reduzido.

**Tabela 8** - Participação no workshop de danças tradicionais versus idade (cont.)

		Idade		Total	p-value <sup>(<math>\alpha</math>)</sup>
		18-35	36-64		
Participaria num workshop de danças tradicionais tabanca?	Sim	87 (85,7)	19 (20,3)	106	,927
		,1	-,6		
	Não	23 (24,3)	7 (5,7)	30	
		-,3	,11		
Participaria num workshop de danças tradicionais funaná?	Sim	85 (85,7)	21 (20,3)	106	,958
		-,1	,3		
	Não	25 (24,3)	5 (5,7)	30	
		,1	-,4		
Participaria num workshop de danças tradicionais batuque?	Sim	86 (86,5)	21 (20,4)	107	,589
		-,1	,1		
	Não	24 (23,5)	5 (5,6)	29	
		,1	-,3		

**Fonte:** Elaboração própria

Com base no cruzamento das variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e o nível de estudo (ver Tabela 9), o resultado de qui-quadrado nos apresenta o valor de p-value ( $\alpha$ ) = ,516 superior a 0,05. Uma vez que o p-value ( $\alpha$ ) = ,516 é maior que  $\alpha = 0,05$ , então não se rejeita a H0 (hipótese nula), porque não existe evidência estatística para rejeitar a hipótese nula, mas sim o teste qui-quadrado confirma que as variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e o nível de estudo são independentes. Assim como, a variável participaria num workshop de dança tradicional batuque (p-value = ,807, maior que 0,05) e a variável participaria num workshop de dança tradicional tabanca (p-value = ,617, maior que 0,05) não se rejeita a H0 (hipótese nula), porque o resultado do qui-quadrado confirma que há uma independência entre participaria num workshop de dança tradicional batuque e variável nível de estudo e entre variável participaria num workshop de dança tradicional tabanca e a variável nível de estudo (ver Apêndice IX pp. 115-116). Para se efetuar o cruzamento das variáveis foi necessário agrupar variáveis “educação secundário até 11º anos” e “educação secundária 12º anos”, também, foram agrupadas variáveis “mestrado/Pós-graduação/doutoramento” porque apresentavam um número de respostas bastante reduzido.

**Tabela 9** - Participação no workshop de danças tradicionais versus níveis de estudos (cont.)

		Nível de estudo				Total	p-value <sup>(a)</sup>
		Educação Secundária até 11º e 12º anos	Formação profissional	Licenciatura	Mestrado/Pós-graduação/Doutoramento		
Participaria num workshop de danças tradicionais funaná?	Sim	36 (36,6)	14 (12,5)	47 (48,3)	9 (8,6)	106	,516
		-,5	,4	-,2	,1		
	Não	11 (10,4)	2 (3,5)	15 (13,7)	2 (2,4)	30	
		,9	-,8	,4	-,6		
Participaria num workshop de danças tradicionais batuque?	Sim	37 (37)	14 (12,6)	47 (48,8)	9 (8,7)	107	,807
		-,2	,4	-,3	,2		
	Não	9 (10)	2 (3,4)	15 (13,2)	2 (2,3)	29	
		,4	-,8	,5	-,6		
Participaria num workshop de danças tradicionais tabanca?	Sim	38 (36,6)	14 (12,5)	46 (48,3)	8 (8,6)	106	,617
		,0	,4	-,3	-,3		
	Não	9(10,4)	2 (3,5)	16 (13,7)	3 (2,4)	30	
		-,1	-,8	,6	,0		

**Fonte:** Elaboração própria

Por fim a tabela 10 sublinha a análise da variável participação no workshop de dança tradicional em relação ao estado civil. E assim, com base no cruzamento entre a variável participaria num workshop de dança tradicional funaná e a variável estado civil o resultado de testes qui-quadrado nos apresenta uma valor de p-value (,088) maior que 0,05, então não se rejeita a H0 (hipótese nula), porque não existe evidência estatística para rejeitar a hipótese nula, mas sim o teste qui-quadrado confirma que as variáveis participaria num workshop de dança tradicional funaná e o estado civil são independentes. Também, é notável que a variável participaria num workshop de dança tradicional batuque (p-value= ,088, maior que 0,05) e a variável participaria num workshop de dança tradicional tabanca (p-value= ,168, maior que 0,05) são independentes, contudo, não se rejeita a H0 (hipótese nula), porque o resultado do qui-quadrado confirma que há uma independência entre variável participaria num workshop de dança tradicional batuque e a variável estado civil e entre a variável participaria num workshop de dança tradicional tabanca e a variável estado civil (ver Apêndice IX pp. 116-117). Para se efetuar o cruzamento das variáveis foi necessário agrupar a variável “Divorciado (a)” e a variável “solteiro (a)” porque apresentavam um número de respostas bastante reduzido.

**Tabela 10** - Participação no workshop de danças tradicionais versus estado civil (cont.)

		Estado Civil:		Total	p-value <sup>(a)</sup>
		Casado(a)/União de facto	Solteiro (a)/ Divorciado (a)		
Participaria num workshop de danças tradicionais funaná?	Sim	16 (14,0)	90 (92)	106	,088
		,5	-,10		
	Não	2 (4,0)	28 (26)	30	
		-1,0	1,9		
Participaria num workshop de danças tradicionais batuque?	Sim	16 (14,2)	91 (92,9)	107	,088
		,5	-,10		
	Não	2 (3,8)	27 (25,1)	29	
		-,9	1,9		
Participaria num workshop de danças tradicionais tabanca?	Sim	14 (14,0)	92 (92)	106	,168
		,0	-,8		
	Não	4 (4,0)	26 (26)	30	
		,0	1,9		

Fonte: Elaboração própria

#### 4.3.5. Impactos do desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz

Relativamente ao tema dos impactos do desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz (ver Tabela 11), o resultado demonstra que do total de 136 inquiridos, a maioria concorda totalmente que este projeto contribuiria para, manter a autenticidade cultural; aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, ...); a valorização e preservação da identidade cultural; desenvolver atividades criativas que incentivem o conhecimento e aprendizagem cultural; valorizar o património imaterial (ex. as danças tradicionais: funaná, batuque e a tabanca); melhorar as infraestruturas culturais (ex. espaços para exposições e feiras); ajudar a manter vivas as tradições, o modo de vida, e as raízes; divulgar e promover as suas gentes e as tradições; despertar o interesse local na participação das atividades criativas; desenvolver as atividades económicas locais/típicas; criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócios; aumentar o comércio tradicional e estabelecimentos comerciais; mercantilizar a cultura; melhorar a imagem do destino; aumentar a qualidade dos serviços prestados. Entretanto, estes resultados encontram-se alinhados com os referidos por Marujo, Borges, Serra, et al. (2020, p. 39) no que refere o sucesso do turismo criativo está,

particularmente, associado aos recursos patrimoniais culturais e naturais de uma região, ao grau de envolvimento dos turistas com a comunidade e, também, à oferta de atividades que ofereçam experiências genuínas associadas a momentos de aprendizagem, e assim, o turismo criativo liga a criatividade aos lugares.

Apesar dos participantes concordarem que este projeto dificultaria o acesso dos residentes às iniciativas de âmbito cultural e eventuais, cerca de uma boa parte dos inquiridos concordaram que este projeto contribuiria para atrair novos investidores locais a oferta de alojamento local e para criar postos de trabalhos para os residentes. Refira-se que estes resultados encontram-se alinhados com os referidos por Ferreira et al. (2018, p. 13), onde sublinham que o turismo criativo tem um papel importante no desenvolvimento local, porque aumenta o número de postos de trabalho; integra dimensões económicas, culturais, sociais e tecnológicas; desenvolve as indústrias criativas; estimula a inovação, com as exigências de alguns serviços turísticos poderá implicar uma adequada formação dos recursos humanos, facto que constitui uma oportunidade para fixar mão-de-obra qualificada ou para a existente; com potenciais benefícios que merecem referência como os novos investimentos públicos e privados, a instalação de equipamentos e o desenvolvimento de infraestruturas e acessibilidades.

Por outro lado, a maioria dos inquiridos discorda totalmente que este projeto contribuiria para aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural, apesar de uma boa parte concordam no aumento do nível global de custo de vida (ver Apêndice IX, p. 110). De acordo com Gerardo, et al. (2010, p. 199) não basta recuperar património para obter lucros financeiros para a comunidade local, é importante, sim, a consciência que o património seja respeitado e conservado, de modo a permitir a sua correta utilização e respetivos dividendos para o próprio património, os turistas e a comunidade local.

**Tabela 11** - Impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural

Variável/ Item	N	M <sup>(11)</sup>	SD <sup>(12)</sup>
Impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz <sup>(9)</sup> <sup>(10)</sup>			
Manter autenticidade local	136	9,04	1,582
Aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, ...)	136	9,24	1,422
Valorização e preservação da identidade cultural	136	9,25	1,402
Desenvolver atividades criativas que incentivem o conhecimento e aprendizagem cultural	136	9,37	1,338
Valorizar o património imaterial (ex. as danças tradicionais: funaná, batuque e a tabanca)	136	8,99	1,628
Melhorar as infraestruturas culturais (ex. espaços para exposições e feiras)	136	9,30	1,307
Ajudar a manter vivas as tradições, o modo de vida, e as raízes	136	8,69	1,983
Explorar recursos culturais pouco valorizados pelos turistas	136	9,13	1,460
Divulgar e promover as suas gentes e as tradições	136	4,35	3,431
Dificultar o acesso dos residentes às iniciativas de âmbito cultural e eventuais	136	8,78	1,444
Despertar o interesse local na participação das atividades criativas	136	9,05	1,497
Criar postos de trabalhos para os residentes	136	4,68	3,434
Aumentar o nível global de custo de vida	136	8,83	1,603
Desenvolver as atividades económicas locais/típicas	136	8,90	1,584
Criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócios	136	8,73	1,728
Aumentar o comércio tradicional e estabelecimentos comerciais	136	8,70	1,867
Atrair novos investidores locais a oferta de alojamento local	136	4,93	3,443
Aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural	136	5,26	3,400
Mercantilizar a cultura	136	9,09	1,498
Melhorar a imagem do destino	136	9,11	1,484
Aumentar a qualidade dos serviços prestados	136	6,51	2,954

Nota: <sup>(9)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(10)</sup> Escala de Likert varia de 1- Discordo totalmente a 10 - Concordo totalmente; <sup>(11)</sup> Média; <sup>(12)</sup> Desvio Padrão.

**Fonte:** Elaboração própria

#### **4.3.6. Projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz associado às danças tradicionais (Workshops)**

No que se refere ao tema projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais (workshops) (ver Tabela 12), os resultados revelam que a maioria dos inquiridos concorda totalmente



que este projeto pode contribuir para o concelho de Santa Cruz de seguinte modo: aumentar a oferta do turismo cultural e criativo; partilhar a cultura, tradição, raízes e as histórias do concelho de Santa Cruz; criar experiências únicas aos turistas e visitantes; oferecer aos visitantes e turista um processo de aprendizagem e conhecimento sobre as danças tradicionais; trazer benefícios culturais, económicos e sociais; valorizar e conservar a cultura local das danças tradicionais; cooperação entre as demais associações e grupos cultural local; estabelecer parcerias com as entidades e operadores de turismo local e nacional; estabelecer parceria com a Autarquia local; aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, exposições, ...); valorizar a autenticidade das danças tradicionais; atrair turistas nacionais e internacionais; divulgar e promover as suas gentes e as tradições; criar postos de trabalhos para os residentes; atrair novos investidores locais; criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócios; melhorar a imagem do destino; despertar interesse na comunidade local em participar nas atividades culturais e criativas; também, os inquiridos consideram que um projeto de turismo criativo associado às danças tradicionais pode contribuir para aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural (ver Apêndice IX, p. 111).

Deste modo, estes resultados encontram-se alinhados com os resultados obtidos nos estudos de Santos (2017, p. 70) em que sublinha que a criação de eventos culturais, como forma de preservar a memória cultural de um lugar, pode trazer grandes benefícios à comunidade local. Para tal, segundo Marujo (2015), é necessário um bom planeamento e o envolvimento por parte da comunidade local, atender aos anseios e necessidades não só dos turistas, mas também da comunidade local, com a expressão das características únicas das suas comunidades, bem como o envolvimento destas, por isso todas as organizações públicas e privadas devem desenvolver esforços para envolver as comunidades locais quer na fase do planeamento de evento, quer na fase da sua implementação, realização e avaliação.

**Tabela 12** - As contribuições de um projeto de turismo criativo associado às danças

Variável/ Item	N	M <sup>(15)</sup>	SD <sup>(16)</sup>
<b>Projeto de turismo criativo associado às danças tradicionais contribui para<sup>(13)(14)</sup></b>			
Aumentar a oferta do turismo cultural e criativo	136	9,14	1,516
Partilhar a cultura, tradição, raízes e as histórias do Concelho de Santa Cruz	136	9,18	1,419
Criar experiências únicas aos turistas e visitantes	136	9,24	1,214
Oferecer aos visitantes e turista um processo de aprendizagem e conhecimento sobre as danças tradicionais	136	9,34	1,200
Trazer benefícios culturais, económicos e sociais	136	8,92	1,501
Valorizar e conservar a Cultura local das danças tradicionais	136	8,99	1,393
Cooperação entre as demais associações e grupos cultura local	136	8,93	1,474
Estabelecer parcerias com as entidades e operadores turístico local e nacional	136	9,09	1,527
Estabelecer parceria com a Autarquia local	136	9,26	1,346
Aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, exposições, ...)	136	5,00	3,280
Valorizar a autenticidade das danças tradicionais	136	9,10	1,327
Aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural	136	9,20	1,365
Atrair turistas nacionais e internacionais	136	9,10	1,500
Divulgar e promover as suas gentes e as tradições	136	9,11	1,348
Criar postos de trabalhos para os residentes	136	9,08	1,311
Atrair novos investidores locais	136	9,33	1,311
Criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócio	136	9,18	1,284
Melhorar a imagem do destino	136	9,30	1,282
Despertar interesse na comunidade local em participar nas atividades culturais e criativas	136	9,18	1,284

Nota: <sup>(13)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(14)</sup> Escala de Likert varia de 0 - Discordo totalmente a 10 - Concordo totalmente; <sup>(15)</sup> Média; <sup>(16)</sup> Desvio Padrão.

**Fonte:** Elaboração própria

#### 4.4. Discussão dos resultados

Após a apresentação e análise dos dados obtidos, emerge o momento de discutir os resultados tendo em atenção a contextualização teórica, evidenciando assim a importância deste estudo e os contributos que pode dar face a sugestões de nova oferta turística para o concelho de Santa Cruz.

#### 4.4.1. Resultados das entrevistas

Os temas dentro da categoria “contexto do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz” foram “concelho cultural e criativo” e o “fator de atratividade no concelho”. Os entrevistados consideram que Santa Cruz é um concelho cultural por diversas razões, entre elas as mais destacadas foram as “danças tradicionais funaná, batuque e a tabanca”. Segundo Richards (2018a, p. 17) citado por Naval e Serra (2019, p. 10) falando de turismo cultural é fundamental falar da cultura e entender melhor a sua ligação com o turismo, as suas vantagens, benefícios e os seus contributos para o desenvolvimento e crescimento de uma comunidade, cidade, regiões e país. E assim, a cultura é considerada, de certa forma, o “motor” do turismo, mas também é um facto que ela é, em muitos casos, ressuscitada através do turismo (Marujo, 2019, p. 72).

Os principais fatores de atratividades do concelho de Santa Cruz mencionados pelos entrevistados são a “cultura” e as “danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca)”. Para Richards (2009), citado por Marujo (2015, p. 6), atrair turistas culturais é uma das estratégias mais comuns de muitos países e regiões para conservar as suas culturas tradicionais, criar uma imagem cultural e desenvolver novos recursos culturais.

Os temas tratados na categoria “implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz” foram “workshops de danças tradicionais”, “preservação e valorização da cultura local” e a “participação nos workshops de danças tradicionais”. Assim, para o tema “workshops de danças tradicionais”, os subtemas com maior destaque pelos entrevistados foram as “danças tradicionais funaná, batuque e a tabanca”. Segundo Marujo, Serra, Borges, Macedo, et al. (2020, p. 69) para implementar um programa de atividades criativas, é preciso recorrer aos valores patrimoniais presentes no território e que ofereçam atividades de carácter experiencial, formativo e criativo e que ofereça, também, ao participante um envolvimento com a cultura local.

Para o tema “preservação e valorização da cultural local”, o subtema mais mencionado pelos entrevistados foi o património imaterial das danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca). De acordo com Toselli (2006, p. 176), citado por Marujo (2014, p. 6), o turismo cultural pode contribuir para gerar uma tomada de consciência em relação à preservação do património, tanto tangível como intangível, compreendendo que este é a herança que o distingue e o afirma individualmente e pode ser um estímulo para revalorizar, afirmar e recuperar os elementos culturais que caracterizam e identificam cada comunidade perante um mundo globalizado.

Quanto ao tema “participação nos workshops de danças tradicionais” os subtemas com maior destaque pelos entrevistados foram “visitante” e “locais”. De acordo com Sousa et al. (2019, p. 66) o

turista criativo pretende contactar e aprender mais sobre aspetos específicos da cultura da comunidade que está a visitar, ao expressar e desenvolver as suas capacidades criativas através da participação e interação ativa com a comunidade local.

Na categoria “desafios para o turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz” foram destacados os seguintes temas, “proporcionar experiência”, “cooperação entre as entidades turísticas e as associações culturais” e o “desenvolvimento de infraestruturas culturais”.

Para o tema “proporcionar experiência” foi destacado o subtema “genuíno”. Segundo Marujo, Borges, Serra, et al. (2020, p. 39) o sucesso do turismo criativo está, particularmente, associado aos recursos patrimoniais culturais e naturais de uma região, ao grau de envolvimento dos turistas com a comunidade e, também, à oferta de atividades que ofereçam experiências genuínas associadas a momentos de aprendizagem, e assim, o turismo criativo liga a criatividade aos lugares (Marujo, Borges, Serra, et al., 2020, p. 39).

No tema “cooperação entre entidades turísticas e as associações culturais”, o subtema com maior destaque foi “parceria”. Para Gerardo et al. (2010, p. 199), o turismo veio colocar novas oportunidades através do desenvolvimento estratégico como, estabelecer novas parcerias e formas de colaboração entre os responsáveis locais, as entidades com tutela sobre o património e os organismos de promoção do turismo.

Para o tema “desenvolvimento de infraestruturas culturais” o subtema mencionado pelos entrevistados foi “museu”. De acordo com Cravidão (2011), citado por Marujo, et al. (2013, p. 3), o consumo das culturas faz parte das práticas turísticas e, por isso, existe hoje uma cultura planetária que promove novas relações com o território, com o património tangível e intangível de um lugar, num sentido mais restrito, é algo que pode ser considerado como uma atração para os turistas como, por exemplo, os museus.

#### **4.4.2. Resultados dos inquéritos por questionários**

O resultado dos inquéritos por questionários deu-se em seis grandes temas. Para o tema “caracterização sociodemográfica da amostra” obteve-se seguinte resultado, a maioria dos inqueridos é do género feminino, com a faixa etária entre os 18 e 35 anos, solteiros e com a escolaridade do nível superior a licenciatura.

No tema “grau de satisfação com os atributos de Santa Cruz”, a maioria dos inquiridos estão satisfeitos com os atributos do concelho de Santa Cruz, como património, comércio, espaços públicos de lazer, acolhimento e hospitalidade da população e a gastronomia. De acordo com Blapp (2015) citado por Salvado et al. (2020, p. 8) o turismo criativo oferece aos visitantes a oportunidade de participar de uma ampla gama de atividades ligadas ao destino em áreas como música, artes visuais, drama, desporto, gastronomia, atividades espirituais, idiomas, oficinas de arte ou escrita e há forte interação entre anfitrião e convidados.

Os resultados revelam também a insatisfação dos inquiridos perante eventos culturais, atividades culturais criativas, informação turística sobre a cultura e artesanato no concelho de Santa Cruz. Uma vez que, para Marujo (2010, p. 360) a criação de eventos culturais, como forma de preservar a memória cultural de um lugar, pode trazer grandes benefícios à comunidade local.

Quanto ao tema “opinião dos participantes em relação ao projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz”, um número considerável de inquiridos concordaram que pessoalmente, beneficiam com a atividade turística. E grande parte concordam com o desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo, sobretudo, que um projeto em turismo criativo sobre as danças tradicionais também deve ser contemplado pelos residentes e não apenas pelos turistas. Por outro lado, os inquiridos discordaram que o turismo em Santa Cruz é positivo e demonstraram insatisfeitos quanto à dinâmica da oferta turística no concelho. Portanto, nota-se um défice quanto à oferta turística e à infraestrutura de turismo no concelho.

Para o tema “participação dos participantes nos workshops de danças tradicionais”, os inquiridos participariam nos workshops de danças tradicionais funaná, batuque e tabanca. Segundo Richards (2011) os turistas revelam um interesse crescente em ser parte ativa, coprodutores da sua experiência de férias, o que implica que os agentes devem começar a compreender o papel das experiências cocriadas para reforçar o apelo de um destino.

No tema “impacto do desenvolvimento de um projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz” a maioria dos inquiridos concorda totalmente que este projeto contribuiria para, manter a autenticidade cultural; aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, ...); a valorização e preservação da identidade cultural; desenvolver atividades criativas que incentivem o conhecimento e aprendizagem cultural; valorizar o património imaterial (ex. as danças tradicionais: funaná, batuque e a tabanca); melhorar as infraestruturas culturais (ex. espaços para exposições e feiras). De acordo com Ferreira et al. (2018, p. 11) o setor do turismo criativo tende a proporcionar um valor acrescentado ao património local garantindo uma valência económica, e proporciona o desenvolvimento local através do sistema produtivo local, contudo, o turismo criativo utiliza recursos do território e poderá ser um

importante fator de valorização de hábitos, tradições e costumes, ativando a consciência dos visitantes e residentes o respeito e salvaguarda do património histórico, arquitetónico e natural.

Apesar, de uma parte dos inquiridos concordarem que este projeto dificultaria o acesso dos residentes às iniciativas de âmbito cultural e eventuais. Cerca de uma boa parte dos inquiridos concordam que este projeto contribuiria para atrair novos investidores locais a oferta de alojamento local e para criar postos de trabalhos para os residentes.

Para o tema “projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz associado às danças tradicionais (workshops)”, segundo os inquiridos este projeto seria um grande contributo para aumentar a oferta do turismo cultural e criativo; partilhar a cultura, tradição, raízes e as histórias do concelho de Santa Cruz; criar experiências únicas aos turistas e visitantes; oferecer aos visitantes e turista um processo de aprendizagem e conhecimento sobre as danças tradicionais; trazer benefícios culturais, económicos e sociais; valorizar e conservar a cultura local das danças tradicionais; cooperação entre as demais associações e grupos cultural local; estabelecer parcerias com as entidades e operadores de turismo local e nacional; estabelecer parceria com a Autarquia local; atrair turistas nacionais e internacionais; divulgar e promover as suas gentes e as tradições; criar postos de trabalhos para os residentes; atrair novos investidores locais; melhorar a imagem do destino; despertar interesse na comunidade local em participar nas atividades culturais e criativas. Ohridsa-Olson e Ivanov (2009), citado por Sousa, et al. (2019, p. 66) refira-se que o turismo criativo é a próxima geração do turismo cultural que satisfaz as necessidades de autorrealização, com enfoque no desenvolvimento das competências, com base em recursos que são processos como dançar; cantar; produzir peças de artesanato; pintar; participar em festivais; evitando, deste modo, impactos negativos gerados pelo consumo do espaço construído.

#### **4.4.3. Notas conclusivas**

Baseando nos resultados obtidos se destaca aqui a importância que um projeto de turismo cultural e criativo apresenta em termos de oferta turística e na imagem do concelho de Santa Cruz. De acordo com os resultados um projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca) seria uma estratégia para o desenvolvimento do turismo no concelho de Santa Cruz, uma vez que contribuiria para a criação de ofertas turísticas, infraestruturas culturais e o empreendimento turístico envolvendo as tradições, gastronomia, artesanato e arte, música, produtos

locais, e tudo isso gerando a economia no concelho e salvaguarda o saber-fazer tradicional.

Por conseguinte, e segundo os resultados, os workshops de danças tradicionais poderão preservar e comemorar as singularidades produzindo uma melhor vivência entre os residentes e os visitantes proporcionando experiência genuína ativa e participativa num ambiente criativo e contextualizado, com base nos programas de atividade de manifestações culturais e tradicionais do concelho de Santa Cruz. Por outro lado, os resultados revelaram que este projeto contribuiria para o aumento da procura turística no concelho.

Os resultados sublinham-se algumas relevâncias do projeto de turismo cultural e criativo para o concelho de Santa Cruz como desenvolver atividades criativas que incentivem o conhecimento da cultura e as tradições; divulgar e promover as suas gentes e tradições, com base no conhecimento e aprendizagem sobre os patrimónios imateriais de Santa Cruz; despertar o interesse local na participação das atividades criativas dinamizando e conservando a tradição; proporcionar novas experiências aos residentes que causem sensações e despertem sentimentos; e sensibilizar o público em geral para a importância que o turismo cultural e criativo apresentam em termos da oferta turística, na economia e na imagem do destino em geral.

De acordo com os resultados é um projeto que seria muito bem-recebido e apoiado perante os residentes, as associações culturais e as entidades turísticas do concelho de Santa Cruz. Portanto, no concelho de Santa Cruz deveria fortemente ser apostado no projeto de turismo cultural e criativo, onde seria uma alavanca para o desenvolvimento cultural, económico e social do concelho, assim como nos revela o quadro abaixo (ver Quadro 8).

**Quadro 8** - Resumo das principais conclusões

<b>Grupos</b>	<b>Principais conclusões</b>
Contexto do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz	Os entrevistados consideram que o turismo criativo associado às danças tradicionais pode contribuir para uma maior afirmação da cultura em Santa Cruz e Cabo Verde.
Implementação e Desenvolvimento do turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz	A maioria dos entrevistados considera que a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo através das danças tradicionais (funaná, batuque e tabanca) pode valorizar a cultura, captar mais turistas para a localidade e ter um maior envolvimento da comunidade.
Desafios para o turismo cultural e criativo no concelho de Santa Cruz	A maioria dos entrevistados considera que um projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais em Santa Cruz Cabo Verde, teria como desafio proporcionar uma experiência genuína ativa e participativa, através da parceria entre as associações culturais e as entidades turísticas, por conseguinte, o projeto pode influenciar na criação da infraestrutura cultural como o museu.

**Fonte:** Elaboração própria



## **CAPÍTULO V- Projeto “Viver Santa Cruz”**

### **5.1. Introdução e justificação**

Santa Cruz é um Concelho rico pela sua história, património e a cultura e com as atratividades ideais para a implementação do turismo cultural e turismo criativo. Além do mais é, um concelho convidativo, porque nele se encontra uma boa parte da história, da cultura e das tradições cabo-verdianas, e assim, visitar Santa Cruz é deixar-se levar numa viagem única entre passado e presente, repleto de experiência e vivência inesquecíveis. Um concelho que se classifica pela “morabeza”, essa palavra que define a arte de bem receber, reviver a história, ouvir a música, conhecer as tradições e degustar sabores que são verdadeiros convites as sensações. Contudo, o presente projeto consiste na implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo em Santa Cruz através das atividades criativas culturais consideradas históricas pela sua história e raízes culturais, ou seja, um projeto que consiste no workshop que está associado à cultura, história e a tradição, com o objetivo de recordar, aprender algo ou então para fins de entretenimento. Santa Cruz é um concelho que necessita de ofertas turísticas para atrair visitantes e despertar interesse nos residentes em investirem e requalificarem o concelho. Deste modo, decidiu-se desenvolver um projeto de turismo cultural e turismo criativo em Santa Cruz porque há a necessidade de uma oferta turística para valorizar mais a cultura, a tradição e diversificar as atividades existentes e até porque é fundamental existir uma opção que diversifique e complemente a oferta da atividade existente.

O projeto é baseado no turismo cultural e criativo onde pretende-se que seja aplicado aos recursos e locais que apresentam histórias e características genuínas, criando desta forma uma alternativa em termos culturais, históricos e educacionais para a oferta turística. Para além disto, considera-se que o projeto é uma oportunidade de trazer para o presente, eventos passados, partilhando informação e evocando emoções, e ampliando a discussão sobre o lado mais cultural e histórico do concelho de Santa Cruz. Contudo, Santa Cruz apresenta um grande potencial para o desenvolvimento deste tipo de turismo, por ser um concelho com fortes raízes culturais e históricas, com lugares marcados pela tradição, pela música, dança, gastronomia e a sua gente. A gastronomia em Santa Cruz é muito diversificada, existem os pratos tradicionais cabo-verdianos, mas também outros pratos sobretudo estrangeiros. Existe o tradicional prato “caldo de peixe com banana verde”. A nível do artesanato existem artesãos que confeccionam vários objetos utilizando os materiais reciclados. Para além dos trabalhos de artesãos, há algumas oficinas de carpintarias que confeccionam objetos e produtos de boa qualidade. Em relação à cultura, várias são as manifestações: desde batuque, tabanca, funaná e outras. Existem vários artistas em diferentes domínios; existe uma escola municipal de música e em várias localidades existem grupos de batucadeiras, e associações culturais. Há uma biblioteca municipal, um cinema que foi transformado

numa casa de cultura. De referir os grandes nomes da cultura de Santa Cruz e de Cabo Verde em geral, como “Nhá Nácia Gomes”, “Katchás”, “Sema Lope”, “Antão Barreto”, etc.. São realizados vários eventos culturais em Santa Cruz, em quase todas as localidades são organizadas atividades sobretudo em ocasião das festas de romarias. Dos mais importantes temos a destacar o festival “Um Concelho Três Ritmos” que inclui os espetáculos de funaná, batuque, e a Tabanca. São organizadas várias atividades tais como: o concurso de Miss Santa Cruz, o concurso de vozes “Todo Santa Cruz Canta” e ainda a grande corrida tradicional de cavalos. De destacar o grande festival de música da areia grande que começa a ter um impacto positivo não só nacional, mas também internacional, pois são convidados artistas nacionais e estrangeiros.

O principal objetivo deste projeto é atrair um novo segmento de mercado para Santa Cruz, dinamizando a atividade turística local contribuindo para a procura de Santa Cruz enquanto destino turístico. Considera-se, deste modo que a missão do projeto ‘Viver Santa Cruz’ será oferecer um novo tipo de experiência turística aos visitantes e aos residentes de Santa Cruz. Mas, o projeto em si não deixa de ser um convite aos residentes para que se envolvam com o património e a cultura, como um importante elo de ligação entre gerações, no processo de transmissão da herança cultural. Por outro lado, procura chamar atenção dos técnicos envolvidos com a cultura, a autarquia local, os operadores turísticos do seu uso e a sua valorização de modo a garantir a sustentabilidade cultural. Contudo, o projeto visa proporcionar o conhecimento preponderante de uma temática de grande valor e importância para o concelho, capaz de interpelar o sentimento, o pulsar da vida cultural, de despertar a adesão, de mobilizar a sua preservação e valorização e a sua conservação, e de ajudar através dela a entender o sentido que os residentes imprimem à sua existência.

## **5.2. Caracterização do projeto**

O projeto “viver Santa Cruz” é uma oferta de animação turística com base na cultura e criatividade, concretamente através dos workshops de danças tradicionais (Funaná, Batuque e a Tabanca) do concelho de Santa Cruz. Neste sentido, o projeto disponibiliza aos visitantes uma experiência autêntica, no universo do recurso cultural do concelho de Santa Cruz. É um projeto com a ideia de dar resposta às necessidades, motivações e desejos dos visitantes culturais e, especialmente, os visitantes criativos que pretendem visitar e conhecer o concelho de Santa Cruz. Uma oferta turística que pretende estimular a criatividade dos participantes levando-os a conhecer a história do concelho de uma forma mais profunda. Ou seja, o projeto “viver Santa Cruz” cria uma interligação entre os participantes e o concelho de Santa Cruz, através da aprendizagem, envolvimento com a comunidade, participação ativa e a autoexpressão criativa.

O workshop será realizado para cada modalidade das danças tradicionais, e cada sessão de workshop será desenvolvido em três fases (ver Quadro 9), na iniciativa de que os participantes procuram conhecer os pormenores histórico e cultural sobre as tradições e raízes do concelho de Santa Cruz. O workshop de dança tradicional funaná, na primeira fase será realizado uma visita guiada para o centro cultural Sema Lopi, e na segunda fase seria uma palestra sobre a música e a dança funaná em forma de *Storytelling*. E na terceira fase será realizado a dança funaná com os participantes (residentes e turistas), com a orientação de dois bailarinos pertencentes aos grupos e associações culturais do concelho de Santa Cruz. O workshop de batuque também seria desenvolvido em três fases, na primeira fase seria uma palestra sobre a música e a dança batuque organizada pelos representantes de grupos de batuque e membros da entidade da cultura de concelho de Santa Cruz, na segunda fase seria um convívio entre os grupos de batucadeiras e os participantes (visitantes/turistas), e na terceira fase seria a dança tradicional batuque com os grupos de batucadeiras e os participantes (visitantes/turistas). E o workshop de dança tradicional tabanca também se divide em três fases, na primeira fase seria uma palestra sobre a música e a dança tradicional tabanca com apresentação de grupos de tabanca do concelho de Santa Cruz e os membros da entidade de cultura de concelho de Santa Cruz, na segunda fase seria a dança tabanca com os participantes (residentes e turistas), e na terceira fase seria um desfile de tabanca com batucadas e com a participação dos turistas/visitantes e os residentes do concelho de Santa Cruz, ou seja, uma peregrinação pelo centro do concelho de Santa Cruz com participação dos turistas/visitantes e os residentes, assim como é realizado uma verdadeira tabanca no concelho de Santa Cruz, com personagens e criatividades que fazem parte da tradição de tabanca.

O workshop pretende dar aos participantes a oportunidade de conhecerem as diversas manifestações das danças que existem no concelho de Santa Cruz em Cabo Verde, um país marcado pela sua grande herança cultural. Sobretudo, procura oferecer um ingrediente indispensável para o sucesso que é a diversão, sem desvalorizar também a grande partilha de conhecimento que irá decorrer durante o mesmo através da aprendizagem. Os participantes irão ter a oportunidade de dançar, cantar, brincar e entre outras diversões que irão desenrolar durante os workshops. Portanto, tudo isso incentiva uma experiência autêntica e genuína das danças tradicionais do concelho de Santa Cruz, através da aprendizagem, envolvimento com a comunidade, participação ativa e a autoexpressão criativa.

**Quadro 9** - Proposta de programa dos workshops

<b>Workshops</b>	<b>Proposta de programa dos workshops</b>
Danças tradicional Funaná	<i>1ª Fase</i> - Visita guiada para centro cultural Sema Lopi
	<i>2ª Fase</i> - Palestra sobre a música e a dança funaná em forma de storytelling
	<i>3ª Fase</i> - Dança de funaná com participação de residentes e turistas
Dança tradicional Batuque	<i>1ª Fase</i> - Palestra sobre a música e dança batuque em forma de storytelling
	<i>2ª Fase</i> - Convívio com os grupos de batucadeiras e os participantes
	<i>3ª Fase</i> - Dança de batuque com participação de residentes e turistas
Dança tradicional Tabanca	<i>1ª Fase</i> - Palestra sobre a música e dança de tabanca em forma de storytelling
	<i>2ª Fase</i> - Dança de tabanca com os participantes (residentes e turistas)
	<i>3ª Fase</i> - Desfile de tabanca com batucada e com participação dos turistas/visitantes e os residentes pelo centro do concelho de Santa Cruz

**Fonte:** elaboração própria

Para melhor proporcionar a experiência e de forma que os participantes possam usufruir melhor dos workshops irá ter limites de participantes. O grupo para workshop de dança tradicional funaná deverá ter no mínimo um número de quatro participantes e no máximo dez participantes. Para o grupo de workshop de dança tradicional batuque deverá ter no mínimo seis participantes e no máximo doze participantes. E para o grupo de workshop de dança tradicional tabanca deverá ter no mínimo dez participantes e no máximo vinte participantes. Os workshops de danças tradicionais funaná e a batuque terão uma duração de uma hora e quarenta e cinco minutos, e o workshop de dança tradicional tabanca terá uma duração de duas horas.

O objetivo também consiste em oferecer um ambiente alegre, divertido e acolhedor de modo que os residentes e os turistas entendam a componente física da dança, a sua parte espiritual e artística assim como a sua componente social e de integração em grupo. Para tal, as sessões dos workshops serão realizados no “centro cultural Sema Lopi”, com salas e auditórios de grandes dimensões com boas condições para a prática dos workshops das danças tradicionais.

O projeto “viver Santa Cruz” representa uma marca própria e é representado por seguinte Slogan “start the adventure here”, pois, o projeto oferece a oportunidade de divertir-se e aventurar-se através

da cultura e património imaterial do concelho de Santa Cruz em grupo e de aprender as danças tradicionais e real história por de trás de cada modalidade das danças tradicionais. Deste modo, o concelho de Santa Cruz será o palco de grande eventos e momentos culturais com participação dos locais, regionais, nacionais e internacionais.

O projeto “viver Santa Cruz” representa a seguinte marca:



**Figura 10** - Imagem de marca do projeto Viver Santa Cruz

**Fonte:** Elaboração própria

A figura 10 representa a imagem de marca do projeto Viver Santa Cruz, tal como uma pessoa, uma marca tem uma identidade física ou formal. Como uma pessoa, ela tem um carácter, uma personalidade ligada à sua história e aos seus valores fundamentais (Lindon et al., 2004). Contudo, a marca Viver Santa Cruz é constituída por: *nome, assinatura e slogan, símbolos e cores.*

O *nome* da marca associa-se ao nome do Concelho nesse caso Santa Cruz e projetado no panorama turístico local e nacional com propósito à descentralização ao nível do concelho e da ilha e dos tipos de turismo existente no concelho e no país. Esta descentralização do turismo do concelho e da ilha de Santiago, tem em mira a tentativa de inclusão dos recursos culturais e patrimoniais do destino turístico Santa Cruz em Cabo Verde, com produtos para além de “sol e mar”, alargando o seu mercado de forma a ser um destino apelativo para diferentes públicos. O *slogan* “start the adventure here” pois, o projeto oferece a oportunidade de divertir-se e aventurar-se através da cultura e património imaterial do concelho de Santa Cruz em grupo e de aprender as danças tradicionais e real história por de trás de cada modalidade das danças tradicionais. Os *símbolos* na marca, apresentam os patrimónios imateriais

do concelho, as danças e a música em diferentes modalidades e a outra parte que apela o abandono da zona de conforto para aventurar-se em Santa Cruz através das sua danças tradicionais. Ainda os símbolos, procuram apresentar a variedade do concelho e recorrendo à uniformidade do concelho, todavia com especificidades e diversidades de cada localidade. A marca Viver Santa Cruz é constituída por diferentes *cores*, como vermelho, verde, amarelo, laranja, azul, roxo, etc., verifica-se cores quentes, relacionadas com região de um clima tropical, quente, com povo alegre e ainda as diferentes cores fortalece a ideia da variedade de escolhas dentro do concelho com uma identidade comum.

O nome da marca Viver Santa Cruz cria valor para a marca, e pretende aumentar a sua notoriedade e contribuir para transmitir um conjunto de associações desejáveis tanto fortes, como positivas e únicas. O nome é curto e é relativamente fácil de memorizar, o que é importante para o potencial consumidor. Trata-se de uma marca que é autêntica e que pode diferenciar o destino. O *slogan* “start the adventure here”, ajuda os visitantes e potenciais visitantes a perceber o significado da marca e o que a torna distintivo e convincente apelativo. O slogan está escrito em inglês, o que torna a mensagem mais universal. O *símbolo* que a marca Viver Santa Cruz representa, tem uma imagem visual e verbal rica e forte o que prende melhor a atenção dos visitantes e potenciais visitantes, ou seja, um símbolo agradável, divertido e interessante e com a facilidade no processamento através dos recursos mentais com a exigência mínima possíveis. O símbolo procura estimular o reconhecimento da marca e representa visualmente o que a marca é em si, com a possibilidade de ser distinguida através da sua caligrafia, cores e desenhos. É adaptável, isto é, o símbolo é flexível com facilidade de modernizar ou evoluir. As *cores* estão a transmitir a informação sobre as especificidades e variedades do concelho e da ilha de Santiago em Cabo Verde, de forma a provocar respostas emocionais, sendo o tipo de emoções provocadas pelas cores está relacionado com a “temperatura” da cor, isto é, a marca representa cores quentes com o intuito de criar excitação nos visitantes e potenciais visitantes, isto é, uma cor agradável e interessante. A cor da marca por sua natureza procura influenciar no reconhecimento e recordação devido às suas qualidades, ou seja, a marca representa uma cor quente, colorido e alegre, em que facilita a memorização na mente dos visitantes e potenciais visitantes.

### **5.3. Associações e organizações associados ao projeto**

O presente projeto conta com a participação e parceria de três associações culturais, uma vez que trata-se de um projeto de base cultural local, e duas organizações da entidade turística, onde teve essa necessidade de envolver as entidades turística porque, é um projeto turístico com enfoque na cultura e criatividade, e procura saber o que as entidades tem para oferecer e as suas relações com o projeto, de modo a perceber os seus contributos e participação no projeto, sobre a responsabilidade dos

representantes das associações e proprietários das entidades turística. Trata-se da Associação Cultural Berso de Santa Cruz – ACBSC, Associação Cultural, Desportiva, Recreativa Pedra Badejo - PB Show Santa Cruz, Associação Komunidade Mosinhos D’interior (KMDI) – Comunidade Gentes de Interior, Agência Multiviagens Tour - Viagens e Turismo de Santa Cruz, e Agência Kid Trekking Tours. No âmbito do projeto, os representantes e os membros das associações e organizações assumiram um papel importante e foram considerados “amostras” porque, foram aplicadas entrevistas sobre a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo em Santa Cruz Cabo Verde, e também contribuíram ativamente para a realização das análises do projeto e, deste modo, para o seu sucesso.

#### **5.4. Atividades-chave**

O projeto pretende promover atividades criativas com a inspiração cultural, através dos workshops de danças tradicionais com três estilos de danças como o funaná, o batuque e a tabanca. Com propósito de fazer com que os visitantes possam vivenciar a cultura e apreciar a história de Santa Cruz. Também, leva em conta a preocupação de estabelecer uma relação de convivência entre os residentes e os visitantes, de forma a compartilharem a cultura, de modo a fazer com que os visitantes façam parte do momento e da história de forma a adquirir uma verdadeira experiência e a aprendizagem, através da dança.

No âmbito das dinâmicas do projeto “viver Santa Cruz”, foram selecionadas as três modalidades de danças tradicionais, batuque, funaná e a tabanca, seguidamente descritas de forma sumária.

##### **5.4.1. Dança tradicional batuque**

###### **Uma sessão de batuque**

O batuque desenrola-se por meio de um conjunto de intérpretes (quase sempre mulheres) organiza -se em círculo num cenário chamado “*tereru*” como nos mostra a figura 11. Esse cenário não tem de ser necessariamente um lugar específico, por exemplo, pode ser num quintal ou na rua de uma casa até mesmo num espaço exterior ou numa praça pública (Nogueira, 2011, p. 32).

Gomes (2011, p. 1906) descreveu uma sessão de batuque de seguinte modo, as mulheres sentam-se em círculo e colocam um pano enrolado entre as pernas, para imitar a percussão do tambor, ou seja, inicia-se lentamente a “*tchabeta*” (é a parte principal do batuque, que consiste em bater as palmas sobre

uma redondilha que se tem entre as pernas, de modo a produzir um som cavo tum tum, seguido de palmas com mãos ambas no ar, num ritmo desordenado, mas simétrico em conjunto) num ritmo com a cantadeira e vai acelerando, até que se chega à parte em que o canto do “*finaçom*” (uma sucessão de provérbios, conselhos ou paródias declamadas com inflexões vocais pela cantadeira) é executado por uma “*finadeira*” (indivíduo quase sempre do sexo feminino que inicia e comanda o Batuque), a “*finadeira*” dá conselhos, transmite provérbios ou emite críticas sociais, acompanhado pelo coro do resto grupo. Depois da “*finaçom*”, no êxtase da “*tchabeta*”, uma dançarina ao centro executa o ‘torno’ (é uma dança tipicamente africana, vê-se o rebolar das nádegas, com o auxílio de um pano para contrair mais força), com um pano à volta da cintura para destacar os movimentos dos quadris, braços em direção ao céu, bate-se com mais força a “*tchabeta*”, entoa o coro “*rapica tchabeta*” e a dançarina mexe a cintura, cada vez com mais força, entoa o coro “*da ku torno*”, incentivam os assistentes, o ambiente aquece, a excitação é geral e as pessoas à volta da roda gritam e aplaudem.



**Figura 11** - Dança tradicional batuque

**Fonte:** Expresso das Ilhas

#### **5.4.2. Dança tradicional funaná**

##### **Uma sessão do funaná**

O funaná, é um ritmo quente que de certa forma exprime o sentimento popular santiaguense e dos santa-cruzenses. É dançado aos pares, com os executantes com um braço enlaçando o parceiro, enquanto com o outro braço mantêm as mãos dadas (ver Figura 12). A dança é efetuada imprimindo rápidas e fortes flexões alternadas de cada um dos joelhos, marcando os tempos do compasso. No modo



de dançar mais rural, os corpos estão ligeiramente inclinados para frente (havendo contacto nos ombros), e os pés levantam-se do chão. No modo de dançar mais urbano, mais estilizado, os corpos estão na vertical (havendo contacto na zona peitoral), e os pés arrastam-se pelo chão. (Barros, 2007, pp. 18-19).



**Figura 12** - Dança tradicional funaná

**Fonte:** Instituto do Património Cultural – IPC

### **5.4.3. Dança tradicional tabanca**

#### **Uma sessão da tabanca**

Segundo Moniz (2007) a tabanca trata-se mais de uma peregrinação dançante ao som de cantigas, rufar de tambores, apitos e uma certa euforia de pessoas (ver Figura 13). A dança tradicional tabanca é dançada a partir de um desfile que consiste num cortejo, que se inicia à porta de uma igreja (ou capela) e vai percorrendo as ruas da cidade (ou comunidade). Esse desfile, chamado “buska santu” (buscar o santo), destina-se a, simbolicamente, recuperar um santo (representado simbolicamente por uma bandeira) que foi previamente roubado no ato chamado “cumpra santu” (comprar o santo). Cada elemento desse cortejo representa um elemento de uma comunidade de Santa Cruz, com cada um a desempenhar uma função específica. Na realização dessa dança existem os seguintes elementos fundamentais como: a) o rei da tabanca; b) a rainha; c) o padre; d) os cativos; e) os forros; f) o médico; g) o ladrão; h) o doido; i) os tocadores de tambor; j) os tocadores de cornetas; k) e as cantadeiras que

vão cantando e dançando ao longo do desfile.



**Figura 13** - Dança tradicional tabanca

**Fonte:** Instituto do Património Cultural – IPC

### **5.5. Integração das associações e organizações no projeto**

O primeiro passo para integrar as associações e grupos culturais do concelho de Santa Cruz foi o convite endereçado aos representantes das associações e grupos culturais de parte da autora do Projeto. As associações e os grupos culturais foram selecionados pelo conhecimento das suas diversas atividades culturais e criativas e os seus relacionamentos com os agentes culturais e os residentes, direta ou indiretamente com a cultura e a criatividade em Santa Cruz e principalmente por se tratar das associações que realizam as suas atividades com a preocupação de preservar e valorizar a cultura e as tradições do concelho de Santa Cruz. No segundo passo, foram identificadas as entidades turísticas que poderiam estar interessadas em envolver-se num projeto desta natureza, e logo depois foram feitos os convites para participarem como parceiros do projeto, onde foram selecionadas duas agências, com base nos seguintes critérios de seleção: as ofertas turísticas de base cultural e criativa; atratividades culturais para os visitantes; valor cultural das ofertas oferecidas; benefícios para a comunidade local; tipos de atividades culturais; tipos de atividades criativa dinamizada; as formas da realização das atividades culturais e criavas.

O envolvimento das associações culturais no projeto é importante pela estrutura do projeto e pelo papel que cada uma assumiriam a desempenhariam enquanto parceiros do projeto, de modo a envolver a comunidade na valorização e preservação do património material e imaterial do concelho de Santa Cruz. O envolvimento das entidades/organizações turísticas deriva das suas ofertas de turismo

cultural e criativo, na dinamização das suas atividades, a interação com outras entidades, ou seja, as conexões que cada uma delas tem a nível institucional, portanto, oferecem um potencial de grande interesse na colaboração com o desenvolvimento do projeto, um vez que reúnem as condições de estabelecer uma rede regional de oferta capaz de atender melhor à procura, cumprindo a missão do projeto e salvaguardando o interesse das comunidades e dos atores envolvidos. De facto, o envolvimento das associações e das entidades/organizações turísticas será de grande potencialidade para o projeto viver Santa Cruz e com o sucesso garantido.

## **5.6. Potencial público-alvo**

Conforme os tipos de turistas culturais e criativos apresentado na revisão da literatura no capítulo I, e de acordo com vários assuntos que são tratados no turismo cultural e no turismo criativo no presente estudo, chegou-se à conclusão que para o mercado externo/internacional o projeto viver Santa Cruz baseado nas danças tradicionais deve ser direcionado para turistas já na fase de idade adulta, essencialmente adultos, casados, com elevadas habilitações literárias e que apresentam motivações históricas, culturais e sociais variadas. Que segundo Serra, Borges e Marujo (2020, p. 135) são pessoas na sua maioria com idades entre os 36 e 53 anos que gostam de realizar atividades mais envolventes e menos rotineiras de preferência acompanhados, em grupo organizado, com amigos, com filhos e em família. E, de acordo com o resultado obtido através do inquérito por questionário, consideramos que para o mercado interno/nacional o projeto viver Santa Cruz baseado nos workshops de danças tradicionais deve ser direcionado para turistas essencialmente jovens que apresentam motivações históricas, culturais e sociais variadas. Isto é, jovens na faixa etária entre 18 e 35 anos de idade, com interesse em participar nos workshops de danças tradicionais funaná, batuque e a tabanca, sendo jovens do sexo masculino e feminino, motivados pela cultura, história e a tradição do concelho de Santa Cruz. Ou seja, aquele que quer conhecer povos diferentes e enriquecer culturalmente, aquele que procura relacionar-se com a comunidade, procura a autenticidade nas experiências culturais, aquele motivado pelo desejo de ver realidades novas, aumentar os conhecimentos com aprendizagem.

O projeto viver Santa Cruz será essencialmente procurado pelo turista cultural e criativo, que será o turista geral, e em termos específicos será procurado pelo turista cultural motivado/intencional, que se procura envolver nas atrações culturais que visita e adquirir conhecimento sobre elas (Marujo, 2014). E pelos turistas que pretendam contactar e aprender mais sobre aspetos específicos da cultura da comunidade que estão a visitar, ao expressar e desenvolver as suas capacidades criativas através da participação e interação ativa com a comunidade local (Richards, 2011). Ou seja, turistas que são

totalmente motivados pela cultura de um determinado destino ou atração cultural e envolvem-se numa experiência profunda, com uma maior vontade em viajar e conhecer outras culturas e um livre acesso à cultura, que procuram essencialmente experiências que tenham caráter pessoal, que sejam autênticas e que lhes permitam criar relações interpessoais ao fazer amizades, também procuram conhecer e interagir com povos locais, experienciando algo novo e diferente da vida quotidiana e, ao mesmo tempo, aprendendo diferentes culturas e estilos de vida, isto é, para eles, é fundamental que participem no estilo de vida local e experimentem, de forma a criar desafios físicos, mentais e emocionais (Sousa et al., 2019, p. 66).

### **5.7. Plano de comunicação/promoção**

A comunicação tem uma elevada importância para se dar a conhecer o projeto viver Santa Cruz, permitindo alcançar os objetivos do mesmo. Esta comunicação deve, inicialmente, ser feita através dos meios de comunicação locais, regionais e nacionais, apelando ao turismo doméstico e, aos operadores turísticos locais, nacionais e internacionais, para que o incluam nos pacotes turísticos do concelho, da ilha e do país. Ao nível local, será necessário informar todas as autoridades/entidades competentes, juntas de freguesia, unidades de alojamento e postos de informação turística para que possa funcionar como intermediários na promoção do projeto turístico viver Santa Cruz aos turistas. Também, serão utilizadas as tecnologias da informação, como as redes sociais, e ferramentas de web marketing para promover o projeto aos utilizadores que se considerem potenciais visitantes. Toda a informação do projeto turístico estará disponível online, através do website, de forma a torná-lo acessível a qualquer potencial visitante, para que possam ter conhecimento do projeto e tudo o que este envolve, permitindo a inclusão do projeto na visita à ilha e ao concelho e ao país. Marcar presença nas redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, para atrair clientes e divulgar as atividades realizadas, criar folhetos para distribuição no Posto de Turismo e estabelecimentos parceiros do projeto Viver Santa Cruz e participar em feiras de turismo como forma de promover e divulgar o projeto.

O projeto viver Santa Cruz posiciona-se como um produto diferenciador na medida em que utiliza modernas tecnologias da informação para comunicar com os visitantes, disponibilizando vasta informação relativa aos interessados. Alia-se o Turismo Cultural e Criativo, à tecnologia disponível, permitindo enriquecer culturalmente os visitantes do concelho de Santa Cruz e da ilha de Santiago em Cabo Verde. A utilização de tecnologias de informação e comunicação modernas irá caracterizar a orientação estratégica do produto, que será desenvolvida e aplicada nos vários canais de comunicação, permitindo atingir os objetivos da proposta do projeto.

O website onde o projeto viver Santa Cruz irá estar disponível será adaptado a dispositivos móveis, possibilitando o acesso e utilização da mesma em todos os dispositivos de forma prática e rápida. Serão disponibilizados diferentes separadores que permitam ao utilizador o acesso ao programa geral do projeto, à história, tradição e a cultura do concelho de Santa Cruz, permitindo uma contextualização dos pontos de interesse do projeto viver Santa Cruz. Os workshops terão um separador individual para cada modalidade, onde estará toda a informação sobre as danças, fotografias e vídeos dos workshops realizados, acesso direto ao Google Maps, um mapa do projeto viver Santa Cruz que indique onde se encontra o ponto de interesse e quais os pontos de interesse mais próximos, e um último separador onde constarão sugestões do projeto viver Santa Cruz divididas por áreas geográficas, época histórica, tipo de monumentos e a gastronomia local.

## CONCLUSÃO

O turismo é chamado indústria da paz pela dinâmica dos serviços que comporta. É um setor de atividade económica que aproxima os povos e culturas, movimenta milhões de cidadãos estimulando a relação intercontinental e intercultural, em paralelo tem gerado milhões de empregos contribuindo para a redução de bolsas de pobreza devido ao seu efeito multiplicadores na economia. Tem contribuído também para o equilíbrio da balança de pagamento de muitos países, designadamente os estados insulares e costeiras. A tendência de crescimento sustentável de chegada de turista tem sido um facto a nível mundial, posicionando o turismo como 3ª maior indústria exportadora do mundo. Todavia, o ritmo de crescimento acelerado deste setor acarreta na mesma proporção novos desafios que interpela as sociedades e os governos a atuar de forma consistente e com políticas estruturadas para amortecer os efeitos negativos em áreas quais sejam o ambiente, a sociedade e a cultura.

E assim, o mercado turístico tem sofrido as mudanças com a dinâmica de novos turistas, com a grande expectativa para a melhoria de vida das comunidades, com as exigências do mercado e com a preocupação de dar resposta à procura através da criação da oferta inovadora e criativa que proporciona a criação de experiências memoráveis e inesquecíveis. Entretanto, o turismo cultural e criativo tem vindo a conquistar o mercado turístico, surgindo novos produtos como o projeto em turismo cultural e criativo através dos workshops de danças tradicionais. A atividade turística tem diversificado a sua oferta, apresentando produtos mais diversificados e relacionados com a cultura local e regional. Partindo deste pressuposto, a programação delineada para o concelho de Santa Cruz no projeto viver Santa Cruz, disponibiliza produtos turísticos associados a cultura e a tradição, capazes de dar resposta às diferentes motivações que impulsionam os indivíduos a procurá-la. Assim, a incorporação desta forma alternativa de turismo em Santa Cruz, teve como ideia principal a dinamização da oferta turística no concelho.

Verificou-se através das entrevistas e do questionário que as danças tradicionais de Santa Cruz de Cabo Verde podem contribuir através de workshops para a implementação e desenvolvimento do turismo cultural e criativo. Refira-se que o turismo cultural é um tipo de turismo que se baseia nos recursos culturais materiais e imateriais, como experienciar as raízes e tradições de diferentes destinos, assim como, o turismo criativo está envolvido na cultura local com a participação e aprendizagem através da cocriação e coprodução da experiência ativa e participativa. Assim sendo, o workshop de danças tradicionais permitiria ao participante descobrir a cultura local participando de atividades artísticas e criativas; permitiria vivenciar uma experiência que lhe permita sentir-se integrado ao destino; disponibiliza aos visitantes uma experiência autêntica, no universo do recurso cultural do concelho de Santa Cruz; pretende estimular a criatividade dos participantes levando-os a conhecer a história do concelho de uma forma mais profunda.

O workshop de danças tradicionais pretende também dar aos participantes a oportunidade de conhecer as diversas manifestações das danças tradicionais que existem no concelho de Santa Cruz em Cabo Verde, um país marcado pela sua grande herança cultural. Deste modo, a implementação e desenvolvimento do projeto em turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais seria uma estratégia de valorização e preservação da cultura de Santa Cruz onde se privilegia o desenvolvimento das atividades criativas que incentivem o conhecimento e aprendizagem da cultura e as tradições, assim como, divulgar e promover as suas gentes e tradições, com base no conhecimento e aprendizagem sobre os patrimónios materiais e imateriais de Santa Cruz.

Para tal, seria necessário estabelecer parcerias com as entidades e operadores de turismo local e nacional e com os grupos e associações culturais e a Autarquia local, para que seja possível tirar proveito de forma equilibrada e sustentável do turismo do concelho de Santa Cruz, de modo a criar valores e empregos para um concelho onde a força da juventude é o maior ativo existente. Espera-se ainda que o projeto “viver Santa Cruz” seja envolvido no processo de desenvolvimento do concelho e disponível para colaborar perante parcerias numa caminhada que é a construção de um Santa Cruz livre, acolhedora, fraterna, de paz e de estabilidade para todos aqueles que escolheram para residir ou usufruir da sua riqueza humana, cultural, ambiental e social. Por outro lado, o projeto viver Santa Cruz seria um trunfo para o concelho, uma vez que Santa Cruz deseja fazer do turismo o impressionador predileto da economia e do processo de desenvolvimento económico e social. Sublinhe-se que os inquiridos concordam que o turismo cultural e criativo é um setor essencial para o desenvolvimento de Santa Cruz, e que possui um elevado potencial para estimular o desenvolvimento social, económico do concelho no seu todo, ainda que seja preciso na medida do possível diversificar a atividade económica, e isso implica uma cooperação entre as Câmaras central e local. De certo modo, a cooperação entre os principais atores turísticos e sociais são indispensáveis. Para tal, será preciso que essa desejável parceria entre os atores seja acompanhável por um conjunto dos produtos/serviços turísticos de forma a responder à procura cada vez mais exigente. Alias, esta condição necessária para que se inicia o processo de melhoria da imagem do concelho de Santa Cruz e de Cabo Verde.

O concelho de Santa Cruz deve apostar na sinergia entre o turismo e a cultura como impulsionador, mas para tal exige um elevado grau de criatividade conducente à diferenciação do produto oferecido localmente com aquilo que a concorrência oferece, devendo ainda tantas decisões políticas quanto dos operadores estarem totalmente avisados de que no que diz respeito ao turismo porque a oferta do produto cultural tende a crescer mais rapidamente de que a procura com agravamento de não se ousar devidamente aventura da diversificação da oferta. Contudo, o projeto viver Santa Cruz é um projeto que valoriza recursos culturais, sociais, ambientais e económicos. Por isso, a parte da preservação e valorização da cultura de Santa Cruz é essencial na produção de um bem cultural destinado aos turistas. Com os impactos do projeto em turismo cultural e criativo nas economias locais será

importante sobretudo com repercussões na criação de empregos e é neste quadro que Santa Cruz pretende inovar no aproveitamento das sinergias entre o turismo e a cultura. Sim, o mercado santacruzense pode ser um nicho importante e muito rentável, grande e aliciante e de facto um desafio para o concelho de Santa Cruz em Cabo Verde.

E o turismo é uma das formas das quais Santa Cruz dispõe para o crescimento e desenvolvimento do concelho, economicamente, socialmente, culturalmente e politicamente. Assim, cultura e turismo tornam-se conceitos interdependentes em prol de um concelho, uma sociedade, um país autossustentável, com mais qualidade de vida, e mais humana. Assumindo-se como uma atividade que reconhece nos turistas um dos mais relevantes mercados para a cultura, este tipo de turismo assume um papel determinante na conservação e realização do valor do património, do intercâmbio cultural e do encorajamento do florescimento da diversidade cultural. Em que pode ser constatado que o projeto viver Santa Cruz para além de ter uma estratégia de valorização da cultura do concelho, está a promover o concelho como um destino de turismo cultural e criativo, contribuindo para o aumento de número de visitantes, numera da estada e atrair potenciais visitantes. Ou seja, para configurar com êxito o projeto viver Santa Cruz tende a contar com apoio do setor público e o privado, e com a participação da comunidade sendo um elemento-chave no processo, onde a verdadeira qualidade de qualquer produto turístico está nas pessoas que nele atuam.

## **Limitações**

Destacamos que a principal dificuldade com que nos deparamos foi em encontrar grandes referências bibliográficas sobre as danças tradicionais do concelho de Santa Cruz, mesmo apesar das orientações que nos foram fornecidas pelos amigos e conhecidos e de termos tentado estabelecer contacto com algumas entidades, mas não obtivemos nenhuma resposta. O que também originou uma grande dificuldade foi decidir de acordo com as nossas necessidades e objetivos de investigação qual seria a melhor metodologia a utilizar, tal como os instrumentos de recolha e análise mais adequados.

No momento da análise e tratamento dos dados, foi deparado com alguns constrangimentos como a variedade e distintas técnicas, pois cada uma tem a sua especificidade e particularidade, tornando ainda mais difíceis a escolha da técnica a ser utilizado. A limitação de tempo e de liberdade de movimentação causada pelo COVID causou constrangimentos a nível da recolha de questionários.

## **Sugestões/recomendações**

Em relação às sugestões para investigação futura, será conveniente o desenvolvimento de novos estudos com tal enfoque – turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais cabo-verdianas,



no sentido de contribuir para a valorização e preservação da cultura e as raízes cabo-verdianas, e por outro lado, um estudo que permitirá uma comparação do perfil dos participantes que procuram uma experiência cultural e criativa em Cabo Verde, tanto os locais, os nacionais como os internacionais. De salientar que os estudos deverão igualmente considerar uma análise profunda às destoantes motivações que irão levar os turistas a procurar esse tipo de turismo em Cabo Verde enquanto destino cultural e criativo, pois só assim, se conseguirá idealizar uma correta promoção.

Seria interessante a implementação deste projeto de turismo cultural e criativo associado às danças tradicionais no concelho de Santa Cruz através dos workshops. Para tal, recomenda-se a criação de uma rede de turismo cultural e criativo agregando a colaboração da Câmara Municipal de Santa Cruz, Ministério da Cultura, Instituto do Património Histórico, associações e grupos culturais, entidades turísticas, tanto as empresas públicas como privadas e a comunidade em geral. Materializando o planeamento de eventos com uma vasta utilização da cultura local, estes eventos seria uma estratégia forte para ajudar a estabelecer uma imagem criativa do turismo no concelho, na ilha e no país.

## BIBLIOGRAFIA

- Afonso, A. & Nunes, C. (2019). *Probabilidades e estatística, aplicações e soluções em SPSS: versão revista e aumentada*. Universidade de Évora.
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo* (3rd ed.). Edições 70.
- Bardin, L. (2008). *Análise de conteúdo* (5nd ed.). Edições 70.
- Barros, N. F. C. (2007). *Contributo de “bulimundo” na música tradicional Cabo-verdiana - Caso do Funaná* [Tese de licenciatura, Universidade de Cabo Verde]. Instituto Superior de Educação da Universidade de Cabo Verde.
- Bell, J. (1997). *Como realizar um projecto de investigação*. Lisboa: Gradiva.
- Beeton, S. (2005). The case study in tourism research: A multi-method case study approach. In B. Ritchie, P. Burns and C. Palmer (Eds.). *Tourism Research Methods*, 37- 48. <https://www.researchgate.net/publication/287690696>
- Borges, M. R., Marujo, N., Serra, J., Coelho, R. & Marques, S. (2020). Associações de desenvolvimento local e turismo criativo: a marca-ADL. In N. Marujo, M. R. Borges & J. Serra (Eds.), *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 89-114). Caderno do Século.
- Cabral, M., Moura, A. F., Mira, M. R. & Cabral, A. R. (2017). Turismo Criativo para todos: uma base para o planeamento sustentável de destinos. *Revista de educação e humanidades*, (12), 11- 32. ISSN: 2182-018X
- Câmara Municipal de Santa Cruz. (2013). *Concelho de Santa Cruz – inventário dos recursos turísticos*. Turismo. <https://www.cmscz.cv/index.php/2013-01-31-06-37-23/turismo>
- Câmara Municipal de Santa Cruz. (2021). *Historial do Município*. <https://www.cmscz.cv/index.php/2013-01-31-06-37-23/historia>
- Campos, C. J. G. (2009). Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *American journal of roentgenology*, 192, 611-614.
- Campubí, R. & Coromina, L. (2016). Content analysis in tourism research. *Tourism management perspectives*, 18, 134-140.
- Carvalho, R. (2014, novembro). *A literature review of the role of cultural capital in creative tourism* [Conference Paper]. Contemporary Issues in Tourism & Management Studies TMS Conference Series 2014, University of the Algarve. <https://www.researchgate.net/publication/268871949>
- Carvalho, G. (2017). Turismo cultural. In F. Silva & J. Umbelino (Eds.), *Planeamento e desenvolvimento turístico* (1th ed., pp. 349-361). Edições técnicas, Lda. ISBN 978-989-752-230-7
- Carvalho, R. & Figueira, L. M. (2002). Turismo criativo no território do Médio Tejo. *Atas do 1º*

*congresso de turismo lusófono de turismo cultural.*

Carvalho, R. & Ferreira, A. M. (2016). Cultural and Creative Tourism in Portugal. *Passos, Revista Turismo & Património Cultural*, 14 (5), 1075-1082. DOI:10.25145 / j.steps.2016.14.071

Carvalho, R. M. F., Ferreira, A. M. & Figueira, L. M. (2011, janeiro). *The contribution of cultural and creative events to the creation of a distinctive image of the mature touristic destination. The case of the festival med in Loulé, Algarve* [Conference session]. International conference on tourism & management studies, Algarve. <https://www.researchgate.net/publication/236345152>

Carvalho, R. M. F., Costa, C. M. M. & Ferreira, A. M. A. P. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15, 11-22. DOI: <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15SI02>

Carvalho, M., Lima, J., & Kastenholz, E. (2013). *Rural Tourism and cultural creativity – new opportunities for rural destinations*. In Conference: Proceedings of the International Conference on Rural Tourism: Re-inventing rural tourism and the rural tourism experience - Conserving, innovating and co-creating for sustainability, University of Aveiro.

Carvalho, M., Lima, J., Kastenholz, E., & Sousa, A. J. (2019). *Co-creative rural tourism experiences-connecting tourists, community and local resources*. In I. N. S. An, P. Olalao, D. E. Edro & A. Rgentina (Eds.). *Jornal R Ural T Ourism and P Overty R Education*.

Carvalho, R. (2020). Understanding the creative tourism experience in cultural and Creative events/festivals. *ISLA Multidisciplinary e-Journal*, 3(1), 1-18. ISSN 2184-299X

Colaboradores (2012, janeiro 31). As diferenças entre pesquisa descritiva, exploratória e explicativa. *Blog Académico*. <http://posgraduando.com/diferencas-pesquisa-descritiva-exploratoria-explicativa/>

Corsi, E. (2004). Patrimónios histórico-culturais: Uma nova perspectiva para o urbano e o rural através do turismo sustentável. *Caminhos de Geografia*, 2(10), 22-34. ISSN 1678-6343

Cunha, L. & Abrantes, A. (2019). *Introdução ao turismo* (6nd ed). Lidel - Edições técnicas, Lda.

Dantas, A. R. (2016). Análise de conteúdo: um caso de aplicação ao estudos dos valores e representações sociais. *Metodologia de investigação sociológica*, 261-286.

Expresso das ilhas (2021). *Cultura*, disponível em: <https://expressodasilhas.cv/>, acessado em 19 de julho de 2021.

Erlingsson, C. & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African journal of emergency medicine*, 7(3), 93-99.

Ferreira, A. M., González, E. A. & Liberato, D. (2018). Creative tourism and territorial

sustainability. 1-17.

Fortin, M. F. (2009). Fundamentos e Etapas no Processo de Investigação. *Loures: Lusodidacta*.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. *Washington Monthly*, pp. 15-25.

Gerardo, R., Inácio, L. & Pinheiro, E. (2010). Turismo e património: estudo de caso do mosteiro de Santa Clara -A - Velha. In M. G. P. Santos (Ed.), *Turismo cultural, territórios e identidades* (1316, pp. 197-206). Instituto Politécnico de Leiria e Afrontamento.

Gerardo, R. & Pinheiro, E. (2010). A valorização turística do Mosteiro de Santa Maria da Vitória. In M. G. M. Santos (Ed.), *Turismo cultural, territórios e identidades* (1316, pp. 207-217). Instituto Politécnico de Leiria e Afrontamento.

Gomes, S. C. (2011). Cape Verde and the pearls of the Atlantic: literature as a means of rescue and preservation of cultural heritage. *Estudos linguísticos*, 40 (3), 1900-1912.

Gonçalves, A. (2012). *A cultura material, a musealização e o turismo. A valorização da experiência turística nos museus nacionais* [Dissertação de Doutoramento]. Universidade de Évora.

Guerreiro, M., Mendes, J. & Henrique, C. (2014). Turismo cultural em análise. Contributos metodológicos para a inventariação de recursos turísticos de base cultural. *TMS Algarve*. ISBN: 78-989-8472-61-8

Hall, C. M. & Valentin, A. (2005). Content analysis. *Tourism research methods: integrating theory with practice*, 191-209.

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde - INE. (2010). *Censo 2010*, disponível em: <http://ine.cv/censo-2010>, acessado em 15 de fevereiro de 2020.

Instituto do Património Cultural - IPC. (2021). *Património Imaterial*. Disponível em: <https://ipc.cv/>, acessado em 20 de janeiro de 2021.

Koerich, G. H., Sousa, R. P L. & Fialho, F. A. P. (2018). Gastronomy as a brand identity for tourist destinations in creative cities. *Cultur*. 12 (2), 88-102.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 12, 267-291.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing*, 15, 232-238. ISBN 978-0-13-325541-6

Korunovski, S. & Marinoski, N. (2012). Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism development. *44*, 104-113. ISSN: 18770428

Lencastre, Paulo & Pedro, Margarida. *A marca*. 20-33.

Lindon, D., Lévy, J., Dionisio, P. & Rodrigues, J. (2004). *Mercator XXI, Teorias e Páticas do Marketing*, (10nd ed.). Dom Quixote. 10, 165-181. ISBN: 972-20-2744-1

Lisboa, M. L. (2013). Turismo criativo: Quando a criatividade, a inovação, a cultura e o turismo tornam-se a força motriz para o desenvolvimento local. *Universidade de Santa Cruz do sul*.

Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (5nd ed). Atlas, S. A. ISBN 85-224-3397-6

Marujo, M. N. (2010). Eventos culturais, identidade e comunidade local: a festa do vinho na Madeira. In M. G. M. Santos (Ed.), *Turismo cultural, territórios e identidades* (pp. 355-361). Instituto Politécnico de Leiria e Afrontamento.

Marujo, N. (2014). A cultura, o turismo e o turista: que relação?. *Revista de investigacion en turismo y desarrollo local*, 7, (16), 1-12.

Marujo, N. (2015). O estudo académico do turismo cultural. *Revista turismo y desarrollo local*, 8, (18), 2-18.

Marujo, N. (2019). Turismo e Cultura: que relação?. In V. P. Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital. Diálogos Interdisciplinares* (2, pp. 69-82). LabCom. IFP. ISBN 978-989-654-580-2 (pdf)

Marujo, N., Serra, J. & Borges, M. R. (2013). Turismo cultural em cidades históricas: a cidade de Évora e as motivações do turista cultural. *Revista de investigacion en turismo y desarrollo local*, 6, (14),1-10.

Marujo, N., Borges, M. R. & Serra, J. (2020). *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do projeto creatour*. Caderno do século, Lda – Portugal. ISBN 978-989-54750-5-6

Marujo, N., Serra, J., Borges, M. R., Macedo, M. J., Tomé, A., Rolha, J. & Paulo, J. (2020). Municípios e turismo criativo: o caso de Reguengos de Monsaraz, Beja e Mértola. In N. Marujo, M. R. Borges & J. Serra (Eds.), *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 57-75). Caderno do Século.

Marujo, N., Borges, M. R., Serra, J., Martins, J. & Wolfram, M. (2020). Empresas de animação turística e turismo criativo: o caso da 'Genuine Alentejo' e da 'Vagar Walkingtours'. In N. Marujo, M. R. Borges & J. Serra (Eds.), *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 39-55). Caderno do Século.

Marujo, N., Borges, M. R. & Serra, J. (2020). Turismo criativo e artesanato: a experiência do projeto 'mãos de cá'. In N. Marujo, M. R. Borges & J. Serra (Eds.), *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 115-126). Caderno do Século, Lda - Portugal.

Marujo, N., Borges, M. R. & Serra, J. (2020). *O Projeto CREATOUR*. In N. Marujo, M. R. Borges & J. Serra (Eds.), *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 17-38). Caderno do Século, Lda - Portugal.

Melo, A. & Cardozo, P. F. (2015). Património, turismo cultural e educação patrimonial. *Educ. Soc., Campinas*, 36, (133), 1059-10 75.

Moniz, M. F. (2007). *Manifestações culturais no concelho de santa cruz* [Dissertação de licenciatura]. Instituto Superior da Educação.

Monteiro, J. M. S. (2006). *Funaná: de tradição à inovação - uma análise literária*, [Dissertação de licenciatura]. Instituto Superior da Educação.

Monteiro, G. C. (2010). Turismo cultural e património. Uma reflexão em torno do tópico da interpretação do património enquanto instrumento de valorização de bens culturais. In M. G. M. Santos (Ed.), *Turismo cultural, territórios e identidades* (pp. 141-158). Instituto Politécnico de Leiria e Afrontamento.

Morais, C. (2005). Descrição análise e interpretação de informação quantitativa: Escalas de medida, estatística descritiva e inferência estatística. *Escola Superior de Educação Instituto Politécnico de Bragança*, 15, 1-30.

Marôco, J. (2014). *Análise estatística com o SPSS Statistics* (6nd ed.). ReportNumber - Análise e Gestão de Informação, LDA.

Marôco, J. (2021). *Análise estatística como o SPSS Statistics* (8nd ed). ReportNumber - Análise e Gestão de Informação, LDA.

Mozzato, A. R. & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica da análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. *Revista de administração temporânea*, 15(4), 761-765.

Naval, V. P. & Serra, J. P. (2019). *Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital. Diálogos Interdisciplinares*. Editora LabCom.IFP.

Nilnoppakun, A. e Ampavat, K. (2015). Integrating Cultural and Nostalgia Tourism to Initiate A Quality Tourism Experiences at Chiangkan, Leuy Province, Thailand. *Elsevier B.V.*, 23, 763-771.

Nogueira, G. A. (2011). *Batuko, património imaterial de cabo verde. Percurso histórico-musical* [Dissertação de mestrado]. Universidade de Cabo verde.

Pereira, F. (2018, janeiro 24). *Documentos relevantes para investigação em educação*. Blog Académico. <https://fabriciopereiraieul.wixsite.com/omeuapa/single-post/2018/01/26/Livros-relevantes--Investiga%C3%A7%C3%A3o-em-educa%C3%A7%C3%A3o>

Pestana, M. e Gageiro. (1998). *Análise dos dados para ciências sociais - A complementaridade do SPSS*. Sílabo, Lisboa.

Portal do conhecimento de Cabo Verde. (2021). *Cultura, História e Património de Cabo Verde*, disponível em: <http://portaldoconhecimento.gov.cv>, acessado em 25 de janeiro de 2021.

QSR International. (2021). *Análise qualitativa de dados*. <https://www.qsrinternational.com/nvivo-qualitative-data-analysis-software/about/nvivo>

Raymond, C. & Richards, G. (2000). Creative tourism. *Atlas News*, 23, 16-20.

Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Gonçalves, A., Cabeça, S. & Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal. *Elsevier*, 36. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100746>

Remoaldo, P., & Ribeiro, J. C. (2019). Creative Tourism as a New Challenge to the Development of Destinations: The Portuguese Case Study. In M. P. Ortiz, M. R. C. Flores & A. S. Santoyo (Eds.), *Cultural and Creative Industries, A Path to Entrepreneurship and Innovation* (pp. 81-99). Innovation, Technology, and Knowledge Management. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-99590-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-99590-8_5)

Reis, E. e Moreira, R. (1988). *Pesquisa de Mercados*. Sílabo, Lisboa.

Richards, G. (2000a). Tourism and the world of culture and heritage. *Tourism research*, 25(1), 9-17. DOI: 10.1080 / 02508281.2000.11014896

Richards, G. (2000b). The European Cultural Capital Event: Strategic Weapon in the Cultural Arms Race? *International Journal of Cultural Policy*, 6(2), 159-181.

Richards, G. (2001). The experience industry and the creation of attractions. In G. Richards (Ed.), *Cultural attractions and European*, 55-70. Wallingford: Cabi.

Richards, G. (2005). Textile tourists in the European periphery: new markets for disadvantaged areas?. *Tourism Review International*, 8, 323-338.

Richards, G. & Wilson, J. (2006a). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.06.002

Richards, G. & Wilson, J. (2006b). The creative turn in regeneration: Creative spaces, spectacles and tourism in cities. In M. Smith (Ed.), *Tourism, Culture and Regeneration*, (pp. 12-24). CAB International.

Richards, G. (2009a). Turismo cultural: Padrões e implicações. In de P. Camargo & G. da Cruz (Eds.), *Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências*, (pp. 25-48). UESC: Bahia.

Richards, G. (2009b). Creative tourism and local development. In R. Wurzbürger, A. Pattakos & S. Pratt (Eds.), *Creative Tourism: A global conversation* ((16), 78-90). Santa Fe: Sunstone Press.

Richards, G. & Munsters, W. (2010). Cultural tourism research methods. In *métodos de pesquisa de turismo cultural*. CAB International DOI: 10.1079 / 9781845935184.0209

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.

Richards, G. & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: introduction. *Journal of tourism consumption and practice*, 4(2), 1-11.

Richards, G. (2016). The challenge of creative tourism. *Etnologias*, 38(1-2), 31-42. DOI: 10.7202 / 1041585ar

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Publisher Elsevier*, 85. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>.

Richards, G. (2021). Rethinking Cultural Tourism. *Edward Elgar*. DOI: 10.4337 / 9781789905441

Santos, J. F., Carvalho, R. & Figueira, L. M. (2012). A importância do turismo cultural e criativo na uma imagem de um destino turístico. *Revista turismo & desenvolvimento*, (17/18), 1559-1572.

Santos, J. M. F. (2017). *Património e turismo: o poder da narrativa* (1nd ed.). Edições Colibri.

Santos, M. G. M. P. (2010). *Turismo cultural, territórios e identidades*. Instituto Politécnico de Leiria e edições Afrontamento. ISBN 978-972-36-1110-6

Salvado, J., Ferreira, A. M., Serra, J. & Marujo, N. (2020). Cultural Tourism ecosystem: Searching new creative models. 1-40.

Serra, J., Borges, M. R. & Marujo, N. (2020). Perfil do turista criativo na Região Alentejo: análise exploratória às suas características sociodemográfica e motivacionais. In N. Marujo, M. R. Borges & J. Serra (Eds.), *Turismo criativo no Alentejo: a experiência do Projeto CREATOUR*. Caderno do Século (pp. 127-150). ISBN: 978-989-54750-5-6

Silva, F. & Umbelino, j. (2017). *Planeamento e desenvolvimento turístico* (1nd ed.). Lidel - Edições Técnicas, Lda. ISBN 978-989-752-230-7

Smith, S. L. J. (2017). Content Analysis in *Practical Tourism Research* (2nd ed.). Cabi Tourism texts.

Sousa, B. M. B., Vareiro, L. M. C., Coelho, D. A. G., Mota, L. & Silva, F. S. (2019). Criatividade no turismo e envolvimento do visitante: o estudo de caso de Loulé (Portugal). *Revista Iberoamericana de turismo – RITUR*, 9(1), 62-77. DOI: 10.2436/20.8070.01.129

Veal, A. (2006). *Research methods for leisure and tourism: a practical guide* (3nd ed.). London, Pearson Education.



## **APÊNDICES**

**Apêndice I - Associação Cultural, Desportiva, Recreativa Pedra Badejo - PB Show Santa Cruz**

Surgimento	1987
Descrição da Associação	Consiste num conjunto de atuação transversal na área social, cultural, desportiva e recreativa, que têm por base a conservação e preservação da cultura, ambiente e a comunidade, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento qualificado do concelho.
Número de membros	56
Nome da atividade	Danças tradicionais Funaná, batuque e tabanca
Descrição da atividade	Promover atividades que incentivem o conhecimento e difusão da atividade cultural e as tradicionais do Concelho de Santa Cruz. O principal objetivo é despertar nos residentes o interesse do espírito participativo, atrair visitantes para o Concelho e introduzir a sustentabilidade do património e a cultura local. Desenvolve atividades criativas de modo a chamar atenção dos jovens e promove a interação entre as demais comunidades do Concelho de Santa Cruz.
Localização	Pedra Badejo - Santa Cruz

**Apêndice II - Associação Komunidade Mosinhos D'Interior (KMDI)**

Surgimento	2014
Descrição da Associação	Uma associação com uma perspetiva de atuação na área cultural, preservação e valorização do património, têm a preocupação de contribuir para o desenvolvimento e qualificação da cultura, sobretudo a articulação das comunidades, estabelecimento de cooperação, parceria com os outros territórios de modo a promover a cultura e o seu desenvolvimento.
Número de membros	37
Nome da atividade	Dança tradicional Batuque
Descrição da atividade	Consiste na realização da dança tradicional batuque, que têm por base o património e parcerias com entidades locais, o principal objetivo é atrair os novos visitantes ao Concelho e garantir a sustentabilidade cultural, contribuindo para a dignificação dos produtos locais e a gastronomia do Concelho. Com principal destaque a interação de toda a comunidade, para uma Santa Cruz cada vez melhor.
Localização	Matinho – Interior do Concelho de Santa Cruz

**Apêndice III - Associação Cultural Berso de Santa Cruz – ACBSC**

Surgimento	2018
Descrição da Associação	Contribui para o desenvolvimento das atividades culturais, da história e dos patrimónios do concelho, num conjunto de atuação transversal na área social, cultural, desportiva e recreativa, com objetivo de conservar e preservar a cultura, ambiente e a comunidade, de modo a proporcionar um desenvolvimento qualificado do concelho.
Número de membros	26
Nome da atividade	Dança tradicional Funaná
Descrição da atividade	Promovem atividades culturais como a dança tradicional Funaná, com a participação de jovens e adolescentes da comunidade local, com a parceria e cooperação com as entidades locais e a comunidade vizinha. As atividades praticadas têm incentivado o conhecimento e a difusão da cultura e as tradições do Concelho de Santa Cruz.
Localização	Achada Igreja – Concelho de Santa Cruz

**Apêndice IV – Agência Multiviagens Tour - Viagens e Turismo de Santa Cruz**

Surgimento	2020
Descrição da Entidade	Assume a realização de diversas atividades, isto é, é uma agência que agrega a oferta de animação turística, entre as quais se destaca atividades de caráter cultural, gastronómica, patrimonial e artística, com a preocupação de preservar e valorizar os produtos locais através da cooperação e do estabelecimento de redes, promovendo a cidadania participativa e o desenvolvimento qualificado do concelho.
Nome da atividade	“Um dia cultural”
Descrição da atividade	Promover atividades culturais, com passeio guiado pelos locais históricos e culturais do concelho, que disponibiliza aos visitantes o conhecimento dos diferentes patrimónios culturais local, com a degustação da gastronomia local com a música e a dança ao vivo, de modo a proporcionar uma experiência única. A atividade inclui a exploração do produto local (observação e a compra), de modo que os visitantes podem levar uma lembrança do concelho.
Localização	Achada Fátima – Concelho de Santa Cruz

**Apêndice V – Agência Kid Trekking Tours**

Surgimento	2019
Descrição da Associação	Uma associação com uma perspetiva de atuação na área cultural, preservação e valorização do património, têm a preocupação de contribuir para o desenvolvimento e qualificação da cultura, sobretudo a articulação das comunidades, estabelecimento de cooperação, parceria com os outros territórios de modo a promover a cultura e o seu desenvolvimento.
Nome da atividade	“Visitas Guiadas; Storytelling”
Descrição da atividade	Promover atividades que incentivem o conhecimento e difusão da cultura e as tradições do Concelho de Santa Cruz, tais como, visita guiada pelo concelho; visita as oficinas de artesanatos; experimentação da gastronomia local; envolvimento com as comunidades; com o intuito de despertar interesse e curiosidade nos visitantes e potenciais visitantes do Concelho, e introduzir a sustentabilidade do património e a cultura local. Ainda, procura desenvolver atividades criativas de modo a chamar atenção e interação entre os participantes e as comunidades do Concelho de Santa Cruz, isto é, proporcionar experiência autêntica e local.
Localização	Salto Abaixo – Interior do Concelho de Santa Cruz

## **Apêndice VI – Guião de entrevista**

A entrevista enquadra-se numa investigação científica para o Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos da Universidade de Évora (Portugal). O principal objetivo é recolher informações sobre a cultura, atividade cultural e criativa para a criação de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz. Assegura-se a todos o anonimato sobre os dados fornecidos, os quais se destinam exclusivamente à concretização do estudo indicado. O que é o turismo criativo? É um turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver as suas competências criativas, através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são características do destino de férias, no qual os visitantes se encontram (Richards e Raymond, 2000, p. 18), como por exemplo um workshop de dança tradicional onde os turistas aprendem a dançar, tal como acontece com o tango na Argentina ou o Samba no Brasil.

1. Já ouviu falar do turismo cultural e criativo? Sim/Não.
2. Na sua opinião Santa Cruz é um concelho cultural e criativo? Sim/Não. Porquê?
3. De que forma o turismo cultural e criativo pode ser uma estratégia para o desenvolvimento de Santa Cruz?
4. Como é que as danças tradicionais podem contribuir para a identidade cultural e social de Santa Cruz?
5. De que forma um workshop de danças tradicionais poderá preservar e valorizar o património cultural em Santa Cruz?
6. Qual o tipo de dança tradicional que mais se adequa ao desenvolvimento de workshops: Funaná, Tabanca e Batuque?
7. Que tipo de experiências poderia a sua Associação proporcionar aos turistas através das danças tradicionais? Uma experiência ativa onde os turistas aprendem a dançar ou uma experiência passiva em que os turistas se limitam apenas a observar?
8. Na sua opinião os residentes também devem realizar os workshops de danças tradicionais? Porquê?
9. Na sua opinião um projeto de turismo criativo associado às danças tradicionais pode aumentar a procura turística em Santa Cruz? Porquê?
10. Na sua opinião um projeto de turismo criativo associado às danças tradicionais pode contribuir para uma maior valorização e preservação das danças tradicionais em Santa Cruz?
11. A sua associação está disponível para trabalhar as danças tradicionais para os turistas através do turismo criativo como, por exemplo, a partir de workshops sobre danças tradicionais? Porquê?



12. Quais seriam as suas exigências/condições para que a sua associação/propriedade fizesse parte do projeto?
13. Qual seria a sua participação relativamente ao projeto em turismo criativo associado às danças tradicionais?
14. Quais atributos a sua associação/estabelecimento apresenta de diferencial para que seja incluído no projeto, tanto como fonte de entretenimento e educação?

Obrigada pela sua colaboração!

**Apêndice VII - Questionários aplicados aos residentes e membros das associações culturais do  
concelho de Santa Cruz em Cabo Verde**

Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde

Turismo Criativo - Santa Cruz (Cabo Verde)

O presente questionário enquadra-se numa investigação científica para o Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos da Universidade de Évora (Portugal). O principal objetivo é recolher informações sobre a perceção dos residentes relativamente aos impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz. Assegura-se a todos o anonimato sobre os dados fornecidos, os quais se destinam exclusivamente à concretização do estudo indicado.

Existe(m) 11 questão(ões) neste questionário.

My first question group

Indique até que ponto concorda com as seguintes afirmações sobre impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz: Numa escala de "1Discordo totalmente" a "10- Concordo totalmente"

(O que é o **turismo criativo**? É um turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver as suas competências criativas, através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são características do destino de férias, no qual os visitantes se encontram (Richards e Raymond, 2000, p. 18), como por exemplo um workshop de dança tradicional, onde os turistas aprendem a dançar, tal como acontece por exemplo, com o tango na Argentina ou o Samba no Brasil.)

\*

Por favor, seleccione a posição apropriada para cada elemento:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Manter a autenticidade cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A valorização e preservação da identidade cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolver atividades criativas que incentivem o conhecimento e aprendizagem cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizar o património imaterial (ex. as danças tradicionais: funaná, batuque e a tabanca)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melhorar as infraestruturas culturais (ex. espaços para exposições e feiras)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajudar a manter vivas as tradições, o modo de vida, e as raízes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explorar recursos culturais pouco valorizados pelos turistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Divulgar e promover as suas gentes e as tradições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificultar o acesso dos residentes às iniciativas de âmbito cultural e eventuais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Despertar o interesse local na participação das atividades criativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar postos de trabalhos para os residentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar o nível global de custo de vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolver as atividades económicas locais/típicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar o comércio tradicional e estabelecimentos comerciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrair novos investidores locais a oferta de alojamento local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercantilizar a cultura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melhorar a imagem do destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar a qualidade dos serviços prestados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O que é o turismo criativo? É um turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver as suas competências criativas, através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são características do destino de férias, no qual os visitantes se encontram (Richards e Raymond, 2000, p. 18), como por exemplo um workshop de dança tradicional, onde os turistas aprendem a dançar, tal como acontece por exemplo, com o tango na Argentina ou o Samba no Brasil.

## Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde

Como avalia o seu grau de satisfação com os seguintes aspetos/atributos de Santa Cruz? (1- Nada satisfeito; 10- Extremamente satisfeito)

\*

Por favor, seleccione a posição apropriada para cada elemento:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Património	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades culturais criativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informação turística sobre a cultura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artesanato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comércio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espaços públicos de lazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acolhimento e hospitalidade da População	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indique em que medida concorda com as seguintes afirmações: Numa escala de "1 - Discordo totalmente" a "10 - Concordo Totalmente"

Por favor, seleccione a posição apropriada para cada elemento:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pessoalmente, benefício com a atividade turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A opinião geral que tenho sobre o turismo no meu concelho é boa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gosto da presença dos turistas (ex. conhecem o meu concelho, gastam \$)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gostaria que Santa Cruz recebesse turistas durante todo o ano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estou satisfeito com a dinâmica da oferta turística do meu concelho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O turismo cultural e criativo é bom para o meu concelho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoio e concordo com o desenvolvimento de um projecto em turismo cultural e criativo (danças tradicionais) no meu concelho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Um projecto em Turismo Criativo sobre danças tradicionais também deve contemplar os residentes e não apenas os turistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Faz parte de alguma associação cultural? \*

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- Sim  
 Não

Se respondeu sim, indique qual?

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

Participaria num workshop de danças tradicionais?

Por favor, seleccione a posição apropriada para cada elemento:

	Sim	Incerto	Não
Funaná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Batuque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tabanca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Turismo Cultural e Criativo: o caso de Santa Cruz em Cabo Verde

Indique em que medida concorda com as seguintes afirmações: Numa escala de "1 - Discordo totalmente" a "10 - Concordo Totalmente"

No meu Concelho um projecto de turismo criativo associado às danças tradicionais (Workshops, etc) pode contribuir para...

\*

Por favor, seleccione a posição apropriada para cada elemento:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aumentar a oferta do turismo cultural e criativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partilhar a cultura, tradição, raízes e as histórias do Concelho de Santa Cruz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar experiências únicas aos turistas e visitantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferecer aos visitantes e turista um processo de aprendizagem e conhecimento sobre as danças tradicionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trazer benefícios culturais, económicos e sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizar e conservar a Cultura local das danças tradicionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cooperação entre as demais associações e grupos cultural local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estabelecer parcerias com as entidades e operadores de turismo local e nacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estabelecer parceria com a Autarquia local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, exposições, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizar a autenticidade das danças tradicionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrair turistas nacionais e internacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Divulgar e promover as suas gentes e as tradições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar postos de trabalhos para os residentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrair novos investidores locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melhorar a imagem do destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Despertar interesse na comunidade local em participar nas atividades culturais e criativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Género: \***

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- Feminino  
 Masculino

**Idade: \***

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**Estado Civil: \***

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**Nível de estudos: \***

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

Muito obrigado pela sua colaboração!

Submeter o seu inquérito  
 Obrigado por ter concluído este inquérito.

## **Apêndice VIII – Análises Estatísticas**

**Tabela I - Grau de satisfação com os atributos de Santa Cruz**

Variável/ Item	N	%											M <sup>(3)</sup>	SD <sup>(4)</sup>	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Qual a satisfação com as seguintes atributos? <sup>(1)(2)</sup>															
Património	136	0	3,7	3,7	7,4	9,6	14,7	8,8	8,8	11,0	11,8	20,6	6,60	2,698	
Eventos culturais	136	0	17,6	12,5	11,8	13,2	14,0	8,1	4,4	2,9	5,1	10,3	4,53	2,883	
Atividades culturais e criativas	136	0	8,8	15,4	19,1	23,5	11,8	,7	1,5	1,2	8,8	8,1	7,43	2,247	
Informação turística sobre a cultura	136	0	16,2	12,5	16,9	15,4	10,3	7,4	2,2	1,5	3,7	14	6,99	2,243	
Artesanato	136	0	8,8	11,8	8,8	11,8	11,0	10,3	11,8	10,3	5,9	9,6	5,36	2,775	
Comercio	136	0	2,9	2,2	5,1	2,9	6,6	8,1	5,9	11,8	16,9	37,5	7,79	2,577	
Espaço públicos e lazer	136	0	1,5	,7	3,7	4,4	5,9	10,3	5,1	8,1	19,1	41,2	8,07	2,340	
Acolhimento e hospitalidade da população	136	0	5,1	3,4	5,1	2,2	7,4	12,5	10,3	16,9	17,6	16,2	6,31	3,325	
Gastronomia	136	0	15,4	3,7	5,1	4,4	5,9	5,1	7,4	14,7	6,6	23,5	4,15	2,494	

Nota: <sup>(1)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(2)</sup> Escala de Likert varia de 0 - Nada Satisfeito a 10 – totalmente satisfeito; <sup>(3)</sup> Média; <sup>(4)</sup> Desvio Padrão.

**Tabela II - Opinião dos participantes em relação ao projeto de turismo cultural e criativo em Santa Cruz**

Variável/ Item	N	%											M <sup>(7)</sup>	SD <sup>(8)</sup>	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Opinião dos participantes em relação ao projeto <sup>(5)(6)</sup>															
Pessoalmente, benefício com a atividade turística	136	0	0	,7	,7	0	,7	1,5	2,2	4,4	5,1	97,8	9,58	1,244	
A opinião geral que tenho sobre o turismo no meu concelho é boa	136	0	19,1	15,4	18,4	9,6	5,6	6,6	5,1	5,1	5,1	6,6	4,14	2,842	
Gosto da presença dos turistas (ex. conhecem o meu concelho, gastam \$)	136	0	1,5	,7	0	0	,7	1,5	3,7	5,9	7,4	77,9	9,41	1,552	
Gostaria que Santa Cruz recebesse turistas durante o ano	136	0	,7	,7	0	,7	1,5	2,2	2,9	4,4	7,4	78,7	9,41	1,503	
Estou satisfeito com a dinâmica da oferta turística do meu concelho	136	0	0	0	77,9	0	,7	2,9	2,2	5,1	5,9	2,2	9,47	1,304	
O turismo cultural e criativo é bom para o meu concelho	136	0	0	0	0	,7	2,2	1,5	2,2	4,4	5,1	97,8	9,41	1,503	
Apoio e concordo com o desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo (danças tradicionais) no meu concelho	136	0	,7	,7	0	,7	1,5	2,2	2,9	4,4	7,4	78,7	9,41	1,503	
Um projeto em Turismo Criativo sobre danças tradicionais também deve contemplar os residentes e não apenas os turistas	136	0	2,2	0	0	0	,7	2,9	2,2	5,1	5,9	77,9	9,47	1,304	

Nota: <sup>(5)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(6)</sup> Escala de Likert varia de 0- Discordo totalmente a 10 - Concordo totalmente; <sup>(7)</sup> Média; <sup>(8)</sup> Desvio Padrão.

**Tabela III - Impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz**

Variável/ Item	n	%											M <sup>(11)</sup>	SD <sup>(12)</sup>	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Impactos do desenvolvimento de um projeto em turismo cultural e criativo em Santa Cruz <sup>(9)(10)</sup>															
Manter autenticidade local	136	0	,7	1,5	0	0	2,2	,7	3,7	16,9	18,4	55,9	9,04	1,582	
Aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, ...)	136	0	,7	0	0	,7	1,5	2,9	4,4	8,1	16,2	65,4	9,24	1,422	
Valorização e preservação da identidade cultural	136	0	0	,7	0	0	3,7	,7	2,2	8,8	19,1	64,0	9,25	1,402	
Desenvolver atividades criativas que incentivem o conhecimento e aprendizagem cultural	136	0	0	,7	0	,7	1,5	2,2	1,5	8,8	14,0	70,6	9,37	1,338	
Valorizar o património imaterial (ex. as danças tradicionais: funaná, batuque e a tabanca)	136	0	0	2,2	,7	0	1,5	2,9	3,7	11,8	25,0	52,2	8,99	1,628	
Melhorar as infraestruturas culturais (ex. espaços para exposições e feiras)	136	0	0	,7	0	0	2,9	1,5	2,9	6,6	21,3	64,0	9,30	1,307	
Ajudar a manter vivas as tradições, o modo de vida, e as raízes	136	0	1,5	1,5	,7	,7	4,4	2,9	8,1	8,8	20,6	50,7	8,69	1,983	
Explorar recursos culturais pouco valorizados pelos turistas	136	0	0	1,5	0	0	2,2	2,2	5,1	8,1	23,5	57,4	9,13	1,460	
Divulgar e promover as suas gentes e as tradições	136	0	14,7	12,5	13,2	7,4	2,9	6,6	,7	1,5	10,3	30,1	4,35	3,431	
Dificultar o acesso dos residentes às iniciativas de âmbito cultural e eventuais	136	0	0	,7	0	0	3,7	2,2	10,3	15,4	27,2	40,4	8,78	1,444	
Despertar o interesse local na participação das atividades criativas	136	0	,7	0	0	,7	1,5	5,1	4,4	12,5	17,6	57,4	9,05	1,497	
Criar postos de trabalhos para os residentes	136	0	6,6	11,8	8,8	4,4	6,6	5,1	6,6	5,9	28,7	15,4	4,68	3,434	
Aumentar o nível global de custo de vida	136	0	,7	,7	0	1,5	1,5	3,7	3,7	20,6	21,3	46,3	8,83	1,603	
Desenvolver as atividades económicas locais/típicas	136	0	,7	0	0	1,5	2,9	3,7	6,6	10,3	25,0	49,3	8,90	1,584	
Criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócios	136	0	,7	,7	0	1,5	4,4	2,9	5,9	16,9	20,6	46,3	8,73	1,728	
Aumentar o comércio tradicional e estabelecimentos comerciais	136	0	,7	2,2	0	1,5	2,9	2,2	8,8	13,2	20,6	47,8	8,70	1,867	
Atrair novos investidores locais a oferta de alojamento local	136	0	4,4	12,5	11,8	2,9	6,6	7,4	5,1	23,5	8,1	17,6	4,93	3,443	
Aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural	136	0	19,9	16,2	5,1	2,2	8,1	5,9	7,4	11	8,1	16,2	5,26	3,400	
Mercantilizar a cultura	136	0	,7	0	0	,7	2,9	2,9	3,7	11,8	19,1	58,1	9,09	1,498	
Melhorar a imagem do destino	136	0	,7	0	0	1,5	,7	3,7	4,4	13,2	15,4	60,3	9,11	1,484	
Aumentar a qualidade dos serviços prestados	136	0	8,1	5,1	4,4	7,4	15,4	6,6	7,4	14,0	6,6	25,0	6,51	2,954	

Nota: <sup>(9)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(10)</sup> Escala de Likert varia de 0 - Discordo totalmente a 10 - Concordo totalmente; <sup>(11)</sup> Média; <sup>(12)</sup> Desvio Padrão.



**Tabela IV - As contribuições de um projeto de turismo criativo associado às danças tradicionais para Santa Cruz**

Variável/ Item	N	%											M <sup>(15)</sup>	SD <sup>(16)</sup>
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Aumentar a oferta do turismo cultural e criativo	136	0	0	,7	,7	0	2,2	4,4	5,1	8,1	14,7	64	9,14	1,516
Partilhar a cultura, tradição, raízes e as histórias do Concelho de Santa Cruz	136	0	0	,7	0	,7	2,2	2,2	4,4	12,5	14	63,2	9,18	1,419
Criar experiências únicas aos turistas e visitantes	136	0	0	,7	0	0	1,5	,7	2,9	15,4	19,9	58,8	9,24	1,214
Oferecer aos visitantes e turista um processo de aprendizagem e conhecimento sobre as danças tradicionais	136	0	0	,7	0	0	,7	1,5	5,1	8,1	19,1	64,7	9,34	1,200
Trazer benefícios culturais, económicos e sociais	136	0	,7	0	,7	0	3,7	,7	5,9	15,4	26,5	46,3	8,92	1,501
Valorizar e conservar a Cultura local das danças tradicionais	136	0	0	0	,7	0	3,7	2,2	6,6	11,8	25,7	49,3	8,99	1,393
Cooperação entre as demais associações e grupos cultura local	136	0	0	,7	0	,7	2,9	3,7	5,9	11	27,9	47,1	8,93	1,474
Estabelecer parcerias com as entidades e operadores turístico local e nacional	136	0	0	1,5	,7	0	2,9	,7	2,9	12,5	22,8	55,9	9,09	1,527
Estabelecer parceria com a Autarquia local	136	0	,7	0	0	0	2,2	2,2	3,7	7,4	21,3	62,5	9,26	1,346
Aumentar a oferta de eventos culturais (ex. festas, concertos, exposições, ...)	136	0	12,5	11,8	11	5,1	10,3	4,4	5,9	7,4	11	20,6	5,00	3,280
Valorizar a autenticidade das danças tradicionais	136	0	0	,7	0	,7	1,5	1,5	2,9	19,1	19,9	53,7	9,10	1,327
Aumentar o preço de acesso às atrações de âmbito cultural	136	0	0	,7	0	0	1,5	6,6	0	9,6	21,3	60,3	9,20	1,365
Atrair turistas nacionais e internacionais	136	0	,7	,7	0	0	2,2	2,2	4,4	11,8	11,3	56,6	9,10	1,500
Divulgar e promover as suas gentes e as tradições	136	0	0	,7	0	,7	2,2	1,5	2,9	14	25	52,9	9,11	1,348
Criar postos de trabalhos para os residentes	136	0	0	,7	0	0	2,9	1,5	3,7	11,8	30,9	48,5	9,08	1,311
Atrair novos investidores locais	136	0	0	,7	0	0	2,9	2,2	,7	8,8	17,6	66,9	9,33	1,311
Criar oportunidades de ofertas de novos serviços/negócio	136	0	0	0	0	,7	2,2	2,9	3,7	12,5	18,4	59,6	9,18	1,284
Melhorar a imagem do destino	136	0	0	,7	0	0	2,9	2,2	,7	8,8	17,6	66,9	9,30	1,282
Despertar interesse na comunidade local em participar nas atividades culturais e criativas	136	0	0	0	0	,7	2,2	2,9	3,7	12,5	18,4	59,6	9,18	1,284

Nota: <sup>(13)</sup> Pergunta de múltipla escolha, permitindo mais de uma opção de resposta; <sup>(14)</sup> Escala de Likert varia de

0 - Discordo totalmente a 10 - Concordo totalmente; <sup>(15)</sup> Média; <sup>(16)</sup> Desvio Padrão.

## **Apêndice IX - Testes Qui-quadrado**

**Tabela I** – Teste qui-quadrado Participação no workshop de dança tradicional funaná versus género

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	3,226 <sup>a</sup>	1	,072
Razão de verossimilhança	3,284	1	,070
Associação Linear por Linear	3,202	1	,074
Nº de Casos Válidos	136		
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 14,34.			

**Tabela II**- Teste qui-quadrado Participação no workshop de dança tradicional batuque versus género

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	4,149 <sup>a</sup>	1	,042
Razão de verossimilhança	4,248	1	,039
Associação Linear por Linear	4,119	1	,042
Nº de Casos Válidos	136		
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 13,86.			

**Tabela III-** Teste qui-quadrado Participação no workshop de dança tradicional tabanca versus género

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	6,886 <sup>a</sup>	1	,009
Razão de verossimilhança	7,133	1	,008
Associação Linear por Linear	6,835	1	,009
Nº de Casos Válidos	136		
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 14,34.			

**Tabela IV -** Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional funaná versus idade

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,152 <sup>a</sup>	2	,927
Razão de verossimilhança	,156	2	,925
Associação Linear por Linear	,120	1	,730
Nº de Casos Válidos	136		
a. 3 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,10.			

**Tabela V -** Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional batuque versus idade

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,086 <sup>a</sup>	2	,958
Razão de verossimilhança	,088	2	,957
Associação Linear por Linear	,065	1	,799
Nº de Casos Válidos	136		
a. 3 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,07.			

**Tabela VI** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional tabanca versus idade

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	1,058 <sup>a</sup>	2	,589
Razão de verossimilhança	,933	2	,627
Associação Linear por Linear	,795	1	,373
Nº de Casos Válidos	136		
a. 3 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,10.			

**Tabela VII** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional funaná versus níveis de estudos

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	4,238 <sup>a</sup>	5	,516
Razão de verossimilhança	4,175	5	,524
Nº de Casos Válidos	136		
a. 5 células (41,7%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,22.			

**Tabela VIII** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional batuque versus níveis de estudos

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	2,293 <sup>a</sup>	5	,807
Razão de verossimilhança	2,516	5	,774
Nº de Casos Válidos	136		
a. 5 células (41,7%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,21.			

**Tabela IX** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional tabanca versus níveis de estudos

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	3,541 <sup>a</sup>	5	,617
Razão de verossimilhança	3,835	5	,573
Nº de Casos Válidos	136		
a. 5 células (41,7%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,22.			

**Tabela X** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional funaná versus estado civil

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	4,859 <sup>a</sup>	2	,088
Razão de verossimilhança	4,555	2	,103
Nº de Casos Válidos	136		
a. 3 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,22.			

**Tabela XI** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional batuque versus estado civil

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	4,865 <sup>a</sup>	2	,088
Razão de verossimilhança	4,444	2	,108
Nº de Casos Válidos	136		
a. 3 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,21.			

**Tabela XII** - Teste qui-quadrado Participação no workshop de danças tradicional tabanca versus estado civil

<b>Testes qui-quadrado</b>			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	3,566 <sup>a</sup>	2	,168
Razão de verossimilhança	3,056	2	,217
Nº de Casos Válidos	136		
a. 3 células (50,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,22.			

## **ANEXOS**



## Anexo I - Processo de projeto de pesquisa

