



**DEPARTAMENTO DE ENSINO E INVESTIGAÇÃO EM HISTORIA**

**CURSO DE LICENCIATURA HISTORIA**

**JANETE ROSA CHICOMO**

**CRIAÇÃO DE UM CENTRO TURÍSTICO PARA A DIVULGAÇÃO DA  
EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO MUNICÍPIO DO LONGONJO**

**CAÁLA/ 2023**

**JANETE ROSA CHICOMO**

**CRIAÇÃO DE UM CENTRO TURÍSTICO PARA A DIVULGAÇÃO DA  
EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO MUNICÍPIO DO LONGONJO**

Trabalho de Conclusão do Curso, apresentado ao Departamento de Ensino e Investigação, como requisito para obtenção do grau de Licenciatura, em História no Instituto Superior Politécnico da Caála.

**Tutor:** Marcolino Semela Sawimbo

**CAÁLA, 2023**

À minha amada mãe Rosalina B. E. Marcelino (de feliz memória) aos meus filhos dedico este humilde trabalho, dedico este trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Á Deus pelo dom da vida...!

Aos meus queridos pais João Baptista Tchicomo e Rosalina Bernarda Elende Marcelino, ambos de feliz memória;

Ao Instituto Superior Politécnico da Caála, pelos vários incentivos. Em especial ao colectivo de professores do Departamento de História;

Ao meu tutor Marcolino Sawimbo Semela;

Aos meus irmãos e sobrinhos, familiares em geral;

Aos meus queridos amigos e colegas da turma 402, com maior realce aos meus colegas de luta Adriano Chingala, Paulino Pinheiro, Maravilho Mule Gonçalves, Edvaldo Luhongo e Feliciano Evambi pelo todo esforço para que este dia fosse um facto;

A todos que não foram mencionados mais que de modo directo e indirecto contribuíram para este trabalho.

## RESUMO

A presente projecto como requisita para obtenção do grau de licenciatura no instituto superior politécnico, faz uma abordagem sobre a criação de um centro turístico para a divulgação da evolução histórica do município do longonjo. O mesmo, tem como objectivo descrever o Percurso Histórico do mesmo, criando acervos para que as nossas comunidades e gerações vindouras possam obter conhecimentos sobre o assunto pelo acervos e também os possibilitem conhecer e reconhecer as potencialidades, em especial as históricas, culturais e políticas deste. Para a metodologia de investigação utilizaremos o método Histórico para da descrição para mesma pesquisa. Para materialização do mesmo iremos aplicar estudos baseados na pesquisa bibliográfica, entrevistas e outros. Tal como sabemos, o povo do Longonjo está ligado da mesma origem dos Ovimbundu que se instalam nesta região planáltica oriundo das migrações *bantu que ocorreu mil anos depois de Cristo*. Seguem as conclusões, recomendações, a bibliografia consultada e anexos.

**Palavras-chave:** - Percurso, História, Longonjo, Divulgação.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
1.1 DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA.....	9
1.2 - OBJECTIVOS .....	9
1.2.1 Geral: Criar a acções que contribuam para a divulgação da evolução histórica do município do Longonjo. ....	9
1.2.2 Específicos:.....	9
1.3 CONTRIBUIÇÃO DO TRABALHO .....	9
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – EMPÍRICA.....</b>	<b>11</b>
2.1 OS POVOS OVIMBUNDU .....	11
2.2 - A ORIGEM DOS OVIMBUNDU.....	12
2.3 - HISTORIAL DO MUNICÍPIO DO LONGONJO.....	16
2.3.1 Situação Geográfica .....	16
2.3.2 Fundação .....	17
2.3.3 Modo de Vida.....	17
2.3.4 Poder Tradicional .....	18
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>20</b>
3.1 MÉTODOS TEÓRICOS .....	20
3.2 MÉTODO EMPÍRICOS.....	20
<b>4. DESCRIÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>21</b>
4.1 SOBRE TURISMO NO MUNICÍPIO DO LONGONJO .....	21
4.2 SOBRE TURISMO NO MUNICÍPIO DO LONGONJO .....	22
4.3 DIVULGAÇÃO DA EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO MUNICÍPIO DO LONGONJO .....	23
4.3.1 Conceitos do Turismo .....	23
<b>5. PROPOSTAS DE CRIAÇÃO.....</b>	<b>25</b>
5.1 PRIMEIRA ACÇÃO:.....	25
5.2 SEGUNDA ACÇÃO:.....	25
5.3 TERCEIRA ACÇÃO: NA CRIAÇÃO DE GUIA TURÍSTICO.....	26
5.3.1 Requisitos para criação de empresa de guia turístico .....	26
5.3.2 Qualidades de um Guia Turístico.....	27
5.3.3 Capacidades de um guia turístico .....	27

5.4	QUARTA ACÇÃO: MARKETING TURÍSTICO .....	27
5.4.1	Na divulgação dos tipos de Turismo presente no município. ....	28
5.5	DIMENSÕES ESPECÍFICAS DIVULGADA NO MARKETING TURÍSTICO .....	28
5.5.1	Relevância destas acções .....	29
<b>6.</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>30</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>31</b>
	<b>APÊNDICES .....</b>	<b>33</b>
	<b>ANEXOS - INQUERITO POR QUESTIONARIO .....</b>	<b>33</b>
	ANEXOS - INQUERITO POR QUESTIONARIO.....	34
	<b>APÊNDICE.....</b>	<b>35</b>
	APENDICE 1.....	35
	APÊNDICE 2.....	36
	APÊNDICE 3.....	37

## 1. INTRODUÇÃO

O município do Longonjo é um dos 11 municípios da Província do Huambo, localizado a Oeste. Tem cerca de 2915 km<sup>2</sup> e com uma população total aproximadamente cerca de 91 mil habitantes, limitado a norte pelo município do Ekunha, a sul município de Caconda, a este município da Caála e oeste município do Ucuma, constituído pelas seguintes comunas do Lepi, da Chilata e a comuna de Catabola. O Longonjo é uma região que foi descoberta pelos colonos Portugueses, cuja primeira casa comercial pertenceu ao Português **Adriano Lourenço Maia**, que pelo facto de se dedicar à venda de entre outros artigos, missangas, a população alcunhou-o por “**Kamota**” que em português significa missanguinha assim como a sua própria residência, LUCIANO, (2023).

Esta Vila passou a chamar-se de **Longonjo**, pela sua proximidade da pequena montanha denominada “**Longonjo**”, localizada a cerca de três quilómetros a norte da vila, um local onde os viajantes que se dirigiam a Benguela descansavam e tiravam cascas das árvores denominadas “**ongondjo**”, utilizadas, na época, como objecto de transportação de mercadorias do interior do país para o litoral e vice-versa LUCIANO, (2023). A nossa pretensão é de procurarmos de forma profunda falar sobre a historiografia do município do Longonjo de forma a deixarmos algum acervo para que novas ou as gerações vindouras saibam sobre a história do seu passado o que contribuirá na preservação da memória colectiva da comunidade e da sociedade da etnia Ovimbundu não só e também trazermos os recantos turísticos do Longonjo de modo estimularmos o fomento do turismo local e regional.

O turismo é uma actividade marcante nas sociedades pós-industriais, um fenómeno económico, político, social e cultural dos mais significativos que se originou e se desenvolveu com o capitalismo. O mesmo gera actividades indirectas que atingem os mais variados sectores da economia, desde a indústria até a agricultura, apesar de pertencer ao sector terciário. O turismo melhora a capacidade de gerar empregos, distribuir renda, captar divisas e proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades, favorece na melhoria escassez de recursos, nas alta taxa de desemprego, serve como fonte de divisas prioritárias no direccionamento dos investimentos e na saída económica nacional.

A criação de um centro de divulgação turística consta também entre vários motivos, propagar acções que concorram para maior valorização e divulgação da História do Longonjo na escolha deste projecto, a nossa grande motivação é de promover o turismo local este

proporcione empregos para se alcançar o bem-estar dos munícipes e não só. Esta oferta turística inclui um conjunto de elementos, bens e serviços que não são possíveis de delimitar com rigor. Não são apenas os hotéis ou os restaurantes que fazem parte da oferta turística, os recursos naturais, as actividades recreativas ou os serviços prestados aos turistas também se devem incluir nessa oferta, (CUNHA, 2009, p. ).

### **1.1 Descrição da Situação problemática**

A fraca divulgação da historicidade do município do Longonjo, a escasses de acervos para gerações futuras assim como a falta da valorização plena das suas grandes potencialidades histórico-culturais levaram-no até ao presente projectos com finalidade de para proporcionar o desenvolvimento do turismo local rumo a dinamização da nossa economia regional e nacional.

### **1.2 - Objectivos**

1.2.1 **Geral:** Criar a acções que contribuam para a divulgação da evolução histórica do município do Longonjo.

#### **1.2.2 Específicos:**

- 1) Diagnosticar o estado actual sobre a evolução histórico do Longonjo e sua divulgação;
- 2) Descrever as potencialidades turístico-culturais e históricas do município para promoção do turismo local e regional de modo a contribuir para desenvolvimento económico proporcionando assim o bem-estar dos munícipes e não só.
- 3) Identificar um centro de divulgação e valorização das potencialidades histórico-culturais do município do Longonjo, para promoção do turismo local e regional.

### **1.3 Contribuição do trabalho**

O presente trabalho é de extrema importância porque visa proporcionar maior leque de informações sobre maior valorização e divulgação das potencialidades cultural, social e histórico do município do Longonjo por intermédio de criação de acervos, palestras em diversas instituições sobretudo nas datas festiva para a promoção do turismo local, garantindo assim o

bem-estar dos munícipes e não só. As medidas que levaremos avante tais acção, estaremos a contribuir para minimizar os problemas tais como:

1) Na minimização das dificuldades atinentes a falta de acervos sobre a divulgação da evolução histórico do Longonjo, assim como sua maior valorização pelos diversos investimentos;

2) Na concepção de um plano da criação de um centro que visa divulgar as áreas com maiores potencialidades quer seja desde o ponto de vista histórico assim como as áreas turísticas de modo atrair mais investidores e turistas vindos de qualquer parte do mundo;

3) Na mesma concepção podemos empreender ou criar empregos através de Planos para o Desenvolvimento turístico tendo em vista as políticas públicas vigentes, na criação de agências de guias turísticos adoptados de conhecimentos sólidos para o efeito e na elaboração de um inventário turístico.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – EMPÍRICA

### 2.1 Os povos Ovimbundu

O processo histórico do território de Angola foi marcado por disputas de terras. Como resultado, os descendentes dos Bosquímanos tiveram que se deslocar para o sul, por conta de uma invasão provocada pelo povo Bantu (origem étnica do povo angolano), oriundos do norte do país, precisamente no século VI d.C. O povo Bantu, segundo (HOHLFELDT e CARVALHO 2012, p. 87),

Eram caçadores e já dominavam algumas técnicas de metalurgia, cerâmica e agricultura. Ao longo da história angolana, houve sucessivos movimentos de migração semelhante, inclusive durante o século 20, sem que esses novos movimentos modificassem, essencialmente, aquilo que se configurara nos séculos anteriores, pelo menos até o século 13 (HOHLFELDT E CARVALHO, 2012, p. 87)

O ovimbundu é um povo cordial, humilde e solidário, com uma capacidade de adaptabilidade e de convivência com os outros povos que constituem o mosaico etnolinguístico de Angola. Tal como o mukongo, e fruto da sua descendência bantu, a tradição ovimbundu...”, (LIVAMBA, 2017).

“Os Ovimbundu representam uma das maiores populações de Angola, reunindo quarenta por cento dos habitantes desse país. Hoje majoritariamente na região conhecida hoje como Planalto Central Angolano, mas também podem ser encontrados em Luanda, Lubango e Namibe”. “Geograficamente o grupo etnolinguístico dos ovimbundu está localizado no planalto central, nas províncias do Bié, Huambo, Benguela, na parte norte, da província da Huíla, e na parte sul da província do Kwanza Sul, (LIVAMBA, 2017) ou melhor a região é composta pelas províncias político-administrativas do Huambo, Bié e Benguela, e estende-se ainda pelas províncias da Huíla, Kwanza Sul e Namibe. Tendo como língua o umbundo, o grupo é formado pelas seguintes variantes: Bié, Bailundo (Mbalundo), Sele, Zumbi, Sumbi, Mbuvi, Kacisanje, Obundu, Bumbu, Mdombe, Muhanya, Nganda, Huambo, Sambu, Kakonda e Cikuma. Com 37% da população do país, é o maior grupo etnolinguístico de Angola. (REDINHA, 1984)

Segundo LIVAMBA,

A região é composta pelas províncias político-administrativas do Huambo, Bié e Benguela, e estende-se ainda pelas províncias da Huíla, Kwanza Sul

e Namibe. Tendo como língua o umbundo, o grupo é formado pelas seguintes variantes: Bié, Bailundo (Mbalundo), Sele, Zumbi, Sumbi, Mbuvi, Kacisanje, Obundu, Bumbu, Mdombe, Muhanya, Nganda, Huambo, Sambu, Kakonda e Cikuma. Com 37% da população do país, é o maior grupo etnolinguístico de Angola. (LIVAMBA, 2017).

## 2.2 - A origem dos Ovimbundu

A origem dos Ovimbundu tem sido motivo de estudos apaixonados por parte de vários historiadores. Uma das razões tem a ver com o facto de se tratar de um grupo étnico que marcou (e continua a marcar), de modo profundo, a história económica, social, política e cultural da porção de território que hoje se chama Angola. (ISSÓ, 2008).

Segundo o mesmo autor, “os ovimbundu, tal como grande parte da população que vive a sul do equador, são Bantu por pertencerem ao grupo linguístico que utiliza a raiz *ntu* para se referir ao homem. O acréscimo do prefixo *Ba* (plural) (Bantu) designa, assim, esta população no seu todo”, (ISSÓ, 2008).

O mesmo pensamento pode ser notado nos argumentos de Amélio:

O termo Ovimbundu deriva da evolução semântica do termo *munto munthu* que em diversas expressões linguísticas africanas, próximas a este termo, assume o significado de pessoa. O termo *munto* constitui a raiz da origem linguística comum dos ditos povos Bantu ou *vanthu*. Trata-se de povos que têm semelhanças linguísticas com bastantes traços comuns, fazendo remontar a origem desses povos, não só de uma raiz linguística comum, mas também de uma origem étnica eventualmente mais próxima, em relação aos demais povos africanos... (LIVAMBA, 2017).

E, segundo ISSÓ,

Alguns investigadores têm avançado hipóteses segundo as quais os Bantu teriam vindo da Ásia, ou da região de Bahar-el-Ghazal, e que se teriam fixado nos grandes lagos. Muito para além das formulações hipotéticas é um facto comumente aceite entre os investigadores, que, provavelmente, os Bantu devem ter vindo das mesetas de Bauchi (Nigéria) e dos Camarões. Mas tudo aponta no sentido de serem originários do Noroeste da floresta equatorial (vale de Benué) e que durante milhares de anos se foram fixando em vários pontos da África, (ISSÓ, 2008)

Quanto a denotação da palavra *ovimbundu*, segundo Hambly, citado por COSTA (2014), a palavra *ovimbundu*, que em português significa *nevoeiro*, deve-se ao facto de o Planalto de Benguela ser coberto por uma densa névoa durante as madrugadas. As

características climáticas do altiplano de Benguela teriam contribuído para a utilização da palavra ovimbundu para se referir aos povos que habitam essa região” (COSTA, 2014, p. 38).

A origem do termo Ovimbundu tem a ver com o termo umbundo mbu que é uma partícula adjectivante que designa a qualidade do que é preto, negro ou escuro, que ainda o mesmo termo tem significado de poeira em umbundo ambundu ou nevoeiro, também a significar o nome da língua do grupo étnico. Ainda na origem migratória o termo Ovimbundu em termos da sua origem histórica, teria sido aplicado a um ou vários grupos sociais de hordas de guerreiros cuja aproximação, em ato de ataque, ou de resistência bélica, se fazia notar pelo levantamento de poeira que encontra um significado em umbundo okutumul’ombundu. Neste caso, o termo Ovimbundu teria sido aplicado não pelos atuais ovimbundu a si mesmo, mas sim, pelo proto Ovimbundos, ou o grupo dos recém-chegados, veio em seguida a ocupar. Nesse caso, o grupo do protoOvimbundos ou o grupo social que já se encontrava na região, observando a onda de poeira umbundo, caracterizava a fúria de ataque das hordas desses desconhecidos atacantes que os teria chamado de ovimbundu, do termo em umbundo: vana va tumula ombundu, [aqueles que levantam poeiras durante a batalha], (LIVAMBA, 2017).

Segundo MILDNER-S., CITADO POR LUANSI (2003), os Ovimbundu constituem a população bantu mais jovem do planalto central, e resultariam de sucessivas migrações de Imbangala – também conhecidos por Jagas – a partir do século XVI.

Depois de um século de aproximação étnica e associação de populações autóctones e de Imbangalas, formaram-se entre doze e vinte reinos independentes e autónomos, que até fins do século XVIII, estavam bem estabelecidos<sup>24</sup>. Entre eles, os reinos de Andulo, Bailundo, Bié, Chiyaka, Galangue e Huambo foram os mais fortes e mais importantes. (LUANSI, 2003, p. 4).

Segundo LUANSI, (2003)

Os historiadores são concordes em afirmar que o primeiro Estado teria sido o do Wambu, fundado por volta do ano 1600 por Wambu Kalunga proveniente da Esela. E teria a sua sede no lugar que hoje ocupa a cidade do Huambo. Com o tempo foram surgindo outros Estados (Reinos): Tchiyaka, em 1650; Andulo, em 1671; Kakonda Velha, em 1700; Viye, em 1760; Kakonda Nova, em 1760. Estes seriam os Estados mais importantes, ao lado dos quais se foram formando ainda outros, como Ngalangi, Sambu, Tchivula, Tchingolo, Tchikomba, Tchitata, Ekeketé, Tchikuma, Kalukembe, etc.

Os Estes Estados do Planalto Central de Angola, segundo Lukamba,

Tinham muitos habitantes, de maneira que havia muita força produtiva. Ocupavam-se principalmente da agricultura e do artesanato. Sabiam

igualmente aproveitar o mais possível os derivados da caça, como as peles, etc. Atraiam o óleo de palma, tinham uma grande indústria de ferro, extraíam a cerra e faziam importantes trabalhos em madeira. E assim se compreende que tivessem um comércio muito desenvolvido, a ponto de serem considerados na altura os maiores comerciantes da África Negra, depois dos Árabes de Zanzibar com os quais comerciavam também. (LUANSI, 2003).

Durante o movimento migratório *bantu*, segundo Pe. Altuna na sua obra *Cultura Bantu*, faz a sua acção no século X nos anos de 947. Estes povos emergiram da região dos grandes lagos que chegando ao território angolano ocuparam a faixa litoral, sobretudo aquelas áreas onde havia muito nevoeiro (*ombundu*). Então, por eles habitarem nestas áreas caracterizadas de nevoeiro passaram a denominar-se de *ovimbundu*. (ALTUNA, 2014).

Sempre que uma tribo procura hegemonia diante da outra, obrigando a alienação ou abandono do local dessa, tratar-se-á de razões políticas. Outras vezes, como se sabe que a natureza não é linear, ou seja, nem sempre oferece as mesmas condições onde pode, num determinado ano chover muito ou pouco, ou uma outra catástrofe natural, pode obrigar o homem a retirar-se de um determinado lugar para outro em busca de melhor oferta natural, garantindo a sua sobrevivência. A isso chamaríamos de razões económicas. (ISSÓ, 2008, p. 1).

Estes grupos partem da orla ocidental até à orla do oceano atlântico, o grupo *ovimbundu* faz parte da linha central aquela que saindo da região do chad ocupa a parte central. Exemplo Angola deu origem aos grupos etnolinguístico *cokwe, luena, luimbi, luxazi, bundas*, etc. quer dizer que do grupo central também encontramos o grupo dos *ovimbundu* que emergiu no planalto central.

A linha oriental deu origem aos grupos *herero, ovambo, nhaneca*. Fazendo um levantamento a esses grupos etnolinguístico é visível notar que a presença dos *ovimbundu* é proliferada devido à sua capacidade de se adaptar facilmente com os outros grupos. (CASESE, 2023).

Na perspectiva de Luansi diz que nos estudos sobre o desenvolvimento étnico em Angola, alguns autores efectuam uma classificação baseada na idade histórica do estabelecimento de cada grupo nesse país e distinguem, por conseguinte, de um lado o resto de uma população *Khoi* no sul de Angola e de outro lado, o grupo *bantu* composto por etnias diferentes, espalhadas em todo território. Enquanto outros se referem às pesquisas levadas a cabo por Redinha e Milheiros e classificam as populações do ponto de vista sociocultural.

A fundação do reino do Kongo está relacionada com as migrações *bantu*, que segundo as hipóteses saíram dum núcleo comum vindo do sudeste da actual Nigéria ou ainda de perto do lago Chad, no primeiro milénio da nossa era, e que prosseguem até hoje. Esse reino foi descoberto por Diogo Cão em 1482 fundado entre os séculos XIV e XV por um migrante Nimi-a-Lukeni. (Luansi, 2003, p. 2).

De acordo com Vansina, o fundador do reino do Kongo seria de origem aristocrática, de uma família real de Bungo ou Isangila, que ele abandonou em companhia dos seus adeptos por razões diversas, para se instalar do outro lado do rio, na região então habitada pelos *Ambundu*. Os primeiros contactos entre os migrantes e a população autóctone foram sem atritos, dado que entre ambas as partes se criaram laços de amizade e, finalmente acabaram por contrair laços matrimoniais. Randles afirma que Lukeni acabaria por se casar com a filha do Mani-Cabunga e ordenou aos seus homens de seguir o seu exemplo.

Embora haja fontes que apontam para os séculos XIV, XV, XVI, XVII e XVIII, Pe. Altuna diz que de uma forma geral os *bantu* chegaram ao Sul de África nos séculos XVI a XVII. Nos anos de 1500 os *bantu* eram estranhos nas terras afastadas do Sul do continente. Mas antes desse período, foi nos meados do século X que os *bantu* foram se aproximando do Sudeste. Os primeiros foram os *tongas*, e no século XV chegam os *xhosos*, depois os *bexuanas*, *pondos*, *swasi*, e os *bazutus*. (ALTUNA, 2014, p. 22)

A formação dos primeiros reinos que povoaram o planalto aponta-se para o século XVIII. Boa parte dos reinos são do Norte e Sul de Angola e o grupo etnolinguístico *umbundo* na sua formação vela sempre pelos grupos etnolinguístico que povoam o território angolano. Sublinha-se que esses reinos que compõem a tribo *umbundo* são os que mais formaram reinos ao longo da sua história. Os primeiros reinos têm: *Ngalangui*, *Kanjanja Calembe*, *Wambo*, *Chiyaca*, *Chingolo*, *Mbalundo*, *Sambo*, *Ndulu*, *Viye*, *Kalukembe*, *Kakonda* e outros. Estes também dependiam de outros estados. Huambo tinha como sufragâneo dependiam dele Ecunha e Elende. (CASESE, 2023).

Do Bailundo dependiam outros, sobretudo aqueles que estão ligado como a Província do Kwanza - Sul como é o caso de Quibala e outros são estes que compunham o planalto.

## 2.3 - Historial do Município do Longonjo

### 2.3.1 Situação Geográfica

O Município do Longonjo tem uma superfície de 2.915 quilómetros quadrados, cujos limites constam da Portaria 18.137/A de 13 de Dezembro de 1971, publicado no Boletim Oficial nº 290/71, I Série, suplemento e reconfirmados pelos Despachos nº 4 e 5/99 de 18 de Janeiro do Governador da Província do Huambo (AML, 2023).

O Município do Longonjo dista a 64 quilómetros a Oeste da cidade capital da Província do Huambo, localizando-se entre os Municípios da Caála a Este, a Oeste o do Ukuma, a Nordeste com o Município da Ekunha, a Sul com a Província da Huíla e a Sudeste com a Província de Benguela.

O clima do Município do Longonjo é tropical húmido com duas estações, sendo a chuvosa, mais longa que chega a durar sete meses e a seca com duração de cinco meses.

Os principais recursos naturais existentes no Longonjo são o fosfato, manganês, ouro, as fomasas terras Raras e outros, todos num estado virgem.

**Quadro 1** - Principais Recursos Naturais

N/O	LOCALIDADE	RECURSOS MINERAIS
01	SEDE	Fosfato, manganês, cobre, ouro, Terras raras (Neodímio e Praseodímio)
02	CATABOLA	Ouro
03	CHILATA	Ouro
04	LÉPI	Ouro, Diamantes

Fonte – (Autor, 2023)

#### Demografia

1 – População (número de habitantes)

Controla uma população estimada de 108.959 habitantes, segundo dados do Censo populacional.

**Tabela 1 - Demografia**

N/O	COMUNA	POPULAÇÃO	HOMENS	MULHERES	DISTÂNCIA	SUPERFÍCIE
01	Sede	33.731	15.616	18.115	64 Km	790 Km <sup>2</sup>
02	Lépi	27.038	12.906	14.132	22 Km	660 Km <sup>2</sup>
03	Catabola	16.086	7.547	8.539	30 Km	585 Km <sup>2</sup>
04	Chilata	32.104	15.012	17.092	64 Km	880 Km <sup>2</sup>
TOTAL		108.959	51.081	57.878		2.915Km <sup>2</sup>

Fonte – (Autor, 2023)

### **2.3.2 Fundação**

O Longonjo é uma região que foi descoberta pelos colonos Portugueses, cuja primeira casa comercial pertenceu ao Português Adriano **Lourenço Maia**, que pelo facto de se dedicar à venda de entre outros artigos, missangas, a população alcunhou-o por “**Kamota**” que em português significa missanguinha assim como a sua própria residência.

Esta Vila passou a chamar-se de Longonjo, pela sua proximidade da pequena montanha denominada “Longonjo”, localizada a cerca de três quilómetros a norte da vila, um local onde os viajantes que se dirigiam à Benguela descansavam e tiravam cascas das árvores denominadas “**Ongondjo**”, utilizadas, na época, como objecto de transportação de mercadorias do interior do país para o litoral e vice-versa.

No momento da abertura das estradas e do caminho-de-ferro, o Ongondjo passou também a servir para a transportação de brita.

### **2.3.3 Modo de Vida**

A população do Longonjo viveu em comunidade dirigida por um Soba, dedicando-se da agricultura principalmente de milho, batata-doce e rena, trigo e rícino, este último, que servia para lubrificar os seus artigos. Cultivavam também a “nacambiambia” onde extraíam um líquido que servia de óleo alimentar, feijão e outros cereais.

A população praticava também a apicultura e do mel que colhiam extraíam a cera que era aplicada na vedação de furos das lonas que lhes serviam de abrigo das chuvas, assim como dedicavam-se também da caça de animais e aves selvagens.

Os tempos livres eram ocupados de festas tradicionais como **Okayongo, Ombuiyo, Essakelo, Ondjindili, Ayele** e outras mais onde praticavam diversos tipos de danças como o **Onhatcho, Ondongo, Omangandu, Ondjando, Olivemba, Ongondo, Ombelufu** e outras que não só serviam para se distraírem, mas também tinham um carácter educativo para a população, principalmente jovens e adolescentes.

Na prática da agricultura, as Ombalas educavam as populações das Aldeias para o trabalho colectivo, em umbundo denominado “Ondjuluka”. Este sistema ajudou bastante o desenvolvimento das comunidades.

Com a concentração das populações e conseqüentemente a expansão da rede comercial, o Posto Administrativo do Lépi foi obrigado a colocar um cipaio, chamado Joaquim Kachinduli que passa a controlar esta localidade até 1959, data em que o Longonjo administrativamente deixa de depender do Lépi passando para Posto Administrativo. Antes, o Posto Administrativo do Lépi controlava o Longonjo, Robert-Wiliams, actual Caála e o Cuma, actual Ukuma.

Foi a 07 de Outubro de 1963, pela Portaria nº 10.955, do Distrito de Angola, o Longonjo ascende a categoria de Conselho do Município.

Em termos de desenvolvimento do Município, desde o alcance da PAZ, um bem aplaudido por toda comunidade, em Abril de 2002, foram implementadas diversas acções sociais, económicas e culturais, que de um modo geral visaram a melhoria e aumento da oferta de serviços sociais básicos às populações, quer no âmbito do PIP (Programa de Investimentos Públicos) assim como do PIM (Programa de Intervenção Municipal), das várias acções podemos aqui destacar as seguintes neste período da paz:

#### **2.3.4 Poder Tradicional**

O primeiro Soba chamava-se **Kanea** e era filho de Huambo Kalunga, oriundo da Kaála a procura de melhores zonas de caça o que obrigou a fixar residência na localidade de Kachilala área de Lomone-Bungue, cerca de 12 quilómetros à Norte da Vila do Longonjo. Depois da morte do Soba Kanea, nesta localidade reinaram os seguintes sobas: Kachio, Ndala, Ngandu, Kambungu, Ndikito, Kuingua, Likiliki, Mbangandja, Fasconta, Vieira, Domingos Kaloquilo, Samunda, Victorino

Bingu-Bingu, Henrique Mussili e Domingos Moreira. Este último, bastante conhecido por esta população.

De recordar que, as fontes orais a que nos apoiamos, não nos ditaram os nomes completos dos Sobas, assim como as datas ou períodos que cada um reinou.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para este trabalho optou-se por uma abordagem descritiva, onde se pretendeu Analisar os diversos factores históricos de modo a contribuírem para o desenvolvimento social, económico e cultural do mesmo até nos dias de hoje. O mesmo, também baseou-se nas técnicas de recolha de dados para tal, aplicamos os métodos a nível empírico e teórico como:

#### 3.1 Métodos teóricos

1) **Busca bibliográfico:** este, o aplicamos na consulta das literaturas de todos autores que já trataram o mesmo assunto. O mesmo parte do princípio de que, devemos começar uma pesquisa colectando toda informação que já tenha sido discutida e publicada, com finalidade de construirmos para um novo conhecimento (Serrano, 2004).

2) **Método histórico – lógico:** compreende um conjunto de procedimentos que os historiadores utilizam para investigar fenómenos passados, isto é um conjunto de técnicas para a colecta de dados por fontes primárias.

3) **Análise Síntese:** foi utilizada para fazer a dedução quer da revisão bibliográfica para a elaboração deste relatório na fundamentação teórica e chegar as generalidades e conclusões sobre o objecto ao estudo.

#### 3.2 Método Empíricos

1) **Técnica de observação:** e a técnica que permitiu-nos a colecta de dados de forma directa sem qualquer intermediação. Existem duas formas diferentes de efectuar a observação que são: a forma natural e a artificial (Gil, 2011, p. 104).

2) **Entrevista:** E uma das melhores técnicas das respostas para as características anteriormente referidas. A mesma coloca o investigador em contacto directo e aprofundado com o indivíduo a ser entrevistado e permite compreender com detalhe o que eles pensam sobre determinados assuntos em determinada circunstância (Serrano, 2004).

3) **Inquérito por questionário:** permite a colecta da informação directamente de um interveniente, durante a investigação. E o método que faz com que o investigador adopte um guia de concepção para o questionário, em função do tipo de análise e o mesmo e elaborado de forma prévia (Serrano, 2004).

#### 4. DESCRIÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No presente capítulo apresentaremos as questões atinentes aos conteúdos da entrevista e inquérito por questionário aplicada aos funcionários, aos munícipes, aos anciãos e na Administração Municipal do Longonjo. Collis & Hussey (2007, p.261) salientam que seja qual for o método adoptado para análise dos dados, independente do quanto são bons os sistemas e procedimentos que você adoptar, a qualidade da sua análise dependerá da qualidade dos dados colectados e de sua interpretação. A nossa população é do município sede do Longonjo de amostra foi mais de 28 indivíduos. A população de amostra para entrevistas e inqueritos foi de 33, sendo 2 da Administração area do urbanismo e turismo, 1 anciã e 25 estudantes finalistas.

**Tabela n 1.** Caracterização dos indivíduos Inquiridos e entrevistados.

<b>Indivíduos:</b>	<b>Idade Média</b>	<b>Cargos</b>	<b>Sexo</b>	<b>Grau Académico</b>
28	17 – 60			
2 funcionários da Administração	25 – 45 anos	1 Vice Administrador 1 funcionária na área do Urbanismo	1 M 1 F	1 Licenciado 1 Licenciado
1 Anciã	60 anos	Regedor	M	Tecnico Médio
25	17- 28 anos	Estudantes	20 M 5 F	Técnicos Médio

Fonte – (Autor,2023)

##### 4.1 Sobre turismo no Município do Longonjo

**Tabela -2 -** Sabes ou conheces um pouco da história do Longonjo?

<b>Nº</b>	<b>Indivíduos</b>	<b>Respostas</b>			<b>Percentagem</b>
		<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Neutro</b>	
<b>1</b>	<b>11</b>	<b>X</b>			<b>44 %</b>
<b>2</b>	<b>12</b>		<b>X</b>		<b>48 %</b>
<b>3</b>	<b>2</b>			<b>X</b>	<b>8 %</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>				<b>100 %</b>

Fonte – (Autor,2023)

A **tabela2**. Aqueles que disseram sim, conheceram por intermédio de algumas palestras nas datas festivas do município, porém de forma muito superficial. Sobre a - A origem

do nome de Longonjo surge pela sua proximidade da pequena montanha denominada “**Longonjo**”, localizada a cerca de três quilómetros a norte da vila, um local onde os viajantes que se dirigiam à Benguela descansavam e tiravam cascas das árvores denominadas “**ongondjo**”, utilizadas, na época, como objecto de transportação de mercadorias do interior do país para o litoral e vice-versa. Com chegada dos portugueses a localidade passou a se chamar com mesmo nome. O Município do Longonjo tem uma superfície de 2.915 quilómetros quadrados, cujos limites constam da Portaria 18.137/A de 13 de Dezembro de 1971, publicado no Boletim Oficial nº 290/71, I Série, suplemento e reconfirmados pelos Despachos nº 4 e 5/99 de 18 de Janeiro do Governador da Província do Huambo, o primeiro habitante era um caçador que vinha do Sambo a procura de melhores condições de vida.

#### 4.2 Sobre turismo no Município do Longonjo

**Tabela – 3-** Já ouviste ou frequentou alguns locais turísticos do município do Longonjo?

Nº	Indivíduos	Respostas			Percentagem
		Sim	Não	Neutro	
1	6	X			24 %
2	14		X		56 %
3	5			X	20 %
<b>Total</b>	<b>25</b>				<b>100 %</b>

**Fonte** – (Autor,2023)

A **tabela 3**. Sobre esta pergunta maior percentagem nunca tinha visitado nenhum local turístico por vários factores como falta de iniciativas locais, a falta de vias de acesso e sobre os investimentos inexistentes nos respectivos locais.

Porem de acordo LUSSIANO, (2023), AFIRMA QUE;

As áreas mais conhecidas são: as Mupas ou a ilha do rio Cuiva, as Mupas do rio Nguendje, nas Mupas do rio Apupa, as Mupas do Bongo, a Missão do Bongo fundada em 1921, Monte Tchimbilundo, a Pedra do Lepi, a Lagoa de Tchicanda Yesu, a Pintura Rupestres de Colola no Bongo, Mupas do rio Apupa do Ndumbo, a Pedra Essenje Liovita na aldeia de Emanha, Pedra de Mussinda na aldeia de Aendja, a Igreja Calotica funda em 1953, Pedra Cuvindi, Mupas do rio Cuando na comuna de Tchilata, Pintura rupestre da Pedra Hôya na aldeia de Samaria, Martir 8 de Dezembro, entre outros.

AML, (2023), No município do Longonjo estão identificados alguns locais como potencial turístico, porém o estado degradado das vias de comunicação tem dificultado a deslocação dos turistas naqueles locais. De referir que com a reabilitação das vias de comunicação o município terá afluxo de turistas internos como externos. Os locais mais visitados pelos turistas internos são as mupas do rio Cuiva, Mupas do rio Nguendje, as do Mande. A Missão do Bongo e as Mupas do Bongo.

### **4.3 Divulgação da evolução histórica do município do Longonjo**

#### **4.3.1 Conceitos do Turismo**

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

Para PADILHA (1997) define:

O turismo é um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma actividade lucrativa remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) sintetizando a colaboração de muitos estudiosos na versão traduzida para a língua portuguesa por OLIVEIRA (2001) no seu livro “Turismo e Desenvolvimento – Planeamento e Organização” definiu turismo como o fenómeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados.

Para OLIVEIRA (2001, p. 59) conceitua turismo da seguinte forma: Denomina-se turismo o conjunto de resultados de carácter económico, financeiro, político, social e cultural, produzidos numa localidade, decorrentes da presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos.

Segundo HUNZIKER E KRAPF (1942), definem o *turismo* como um conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que estas deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal. Segundo TORRE 1992, p.19);

“O turismo é um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma actividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural”. Para Cunha e Abrantes (2013), o turismo é “a actividade ou as actividades económicas decorrentes das deslocações e permanências dos visitantes, integra a produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços para satisfazer o cliente” (p.15).

O turismo é uma actividade marcante nas sociedades pós-industriais, um fenómeno económico, político, social e cultural dos mais significativos que se originou e se desenvolveu com o capitalismo. Ele tem representado nas últimas décadas como uma das mais promissoras actividades económicas mundiais, geradora de postos de trabalho e de divisas. O turismo gera actividades indirectas que atingem os mais variados sectores da economia, desde a indústria até a agricultura, no entanto estão localizadas no sector terciário. Ao Analisar o turismo sob os aspectos económico e social, é possível avaliar a sua capacidade de gerar empregos, distribuir renda, captar divisas e proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades.

Evidências apontando o turismo como grande gerador de riquezas e empregos, envolvendo as mais diferentes profissões num mundo de recursos naturais escassos e com alta taxa de desemprego, é natural que muitos países, principalmente aqueles em desenvolvimento, o vejam como fonte de divisas prioritárias no direccionamento dos investimentos e na saída económica nacional.

A sua importância vem sendo reconhecida tanto pelos países desenvolvidos como pelos que ainda estão em via de desenvolvimento. Estes últimos apostam que o incremento da actividade pode alçá-los ao primeiro mundo, em consequências das vantagens económicas que lhes são atribuídas, notadamente quanto à geração de empregos e à captação de divisas.

De fato, o turismo tem estimulado emprego e o investimento e tem modificado o uso da terra e a estrutura económica das áreas destino, ao mesmo tempo em que a nível global, efectua uma contribuição positiva para a balança de pagamentos dos países.

## 5. PROPOSTAS DE CRIAÇÃO

Para o efeito elaboramos uma série de acções que vão concorrer para a maior divulgação das potencialidades históricas, económicas, culturais e sociais assim como as áreas turísticas de modo atrair mais investidores e turistas domésticos e vindos de qualquer parte de angola e do mundo.

### 5.1 Primeira acção:

Proporcionar maior leque de informações sobre maior valorização e divulgação das potencialidades cultural, social e histórico do município do Longonjo por intermédio de criação de acervos, palestras, debates em diversas instituições sobretudo nas datas festiva para a promoção do turismo local.

Nesta senda, faremos um documento dirigido ao gabinete da repartição municipal da educação, como uma espécie de convénio, para que periodicamente se programe actividades extra-escolares, com pendor educativo e recreativo visitando os locais turísticos como uma forma de estabelecer um vínculo entre a teoria e a prática.

### 5.2 Segunda acção:

#### Na criação de centro virtual de informações turísticas

Segundo PERDUE, (1995), afirma que:

Centro virtual de Informações Turísticas são um componente importante para a maioria das campanhas de promoção de destinos turísticos. Afirma ainda que centros de informações turísticas ajudam o turista a estabelecer a primeira impressão de uma localidade, podendo ser primordial na decisão de retorno daquele turista à localidade noutra oportunidade.

MOSCARDO (1998, 1999) e PEARCE (1991) identificaram quatro funções básicas para Centro virtual de Informações Turísticas:

1) **Marketing e acesso** – promovem uma área e seus produtos. Fornece informação, envolve vendas, sugestões de onde ficar e do que fazer, como chegar.

2) **Aprimorar e informar** – aumentar a qualidade da estadia do visitante, fornecendo informações mais profundas.

3) **Controle e filtragem** – tenta reduzir os gastos desnecessários dos turistas e ajuda a informar o que ele não quer ver. Por exemplo, se o turista deseja permanecer mais tempo em determinado atractivo turístico, o Centro de Informações Turísticas deve informar as opções de hospedagem e alimentação nas imediações. Ou ainda, se existe alguma região em que os índices de violência estejam altos, compete ao CIT informar ao turista.

4) **Substituição** – sugere locais que não sejam indicados para que o turista visite – aconselhando a troca de atractivos em casos específicos.

As Tics nesta sendo, serão o nosso maior aliado, para o efeito com anuência administração local, criamos um canal que é **um site como: [www.turismonolongonjo.com](http://www.turismonolongonjo.com)** o mesmo expandir-se-á a outras páginas de redes sociais como instrumentos principais para **marketing turístico**.

De acordo com Bianchetti (2001, p.33) as novas tecnologias de informação e comunicação “oferecem a possibilidade de tratar num mesmo suporte informático o som, os textos, os dados, os gráficos, as imagens e também suprimir a distância, criando um novo dimensionamento espacial”. Para POON (1993) descreve;

Grandes mudanças na actividade turística resultantes das tecnologias da informação: elas alteram constantemente o papel de cada membro da actividade; facilitam a prestação de novos serviços turísticos, mais flexíveis, com mais qualidade, com custo mais competitivo; ajudam a transformar o turismo de massa, padronizado e rígido num turismo mais flexível e mais customizado. A autora demonstra que todos os segmentos da actividade turística utilizam cada vez mais a tecnologia.

### **5.3 Terceira acção: Na criação de guia turístico**

#### **5.3.1 Requisitos para criação de empresa de guia turístico**

Guia Turístico é um profissional habilitado para guiar visitantes por roteiros. Um guia turístico trata-se de um livro na qual é possível encontrar qualquer tipo de dados relacionado ao destino escolhido, assim incorpora no seu perfil informação variada sobre museus, património cultural restaurantes espectáculos, horários, transportes moeda tradições locais recomendações práticas para o viajante e tudo aquilo que pode ser útil para o turista.

### 5.3.2 Qualidades de um Guia Turístico

1) O GT deve ser um bom comunicador e, ao mesmo tempo um profundo conhecedor da história de um lugar, quando faz uma descrição de um edifício público precisa saber que, quando, e porque foi construído.

2) Os GT actuam, em organizações públicas e privadas do segmento do turismo, tais como agências de viagem, operadoras turísticas, museus, centros culturais, parques naturais e temáticos, por meio da prestação de serviços autónomos, temporários ou contrato efectivo.

### 5.3.3 Capacidades de um guia turístico

1. **Conhecimento** – Conhecimentos básicos de história, geografia cultura local, gastronomia.

2. **Empatia** – Essa é uma habilidade que muitas vezes não se aprende na sala de aulas ela precisa ser praticada diariamente, e ainda assim, nunca se chegara a perfeição.

3. **Preparação física** – É precisa estar com o condicionamento físico a toda e cuidando da alimentação para actuar como GT. Afinal serão muitas caminhadas, passeios, mudanças de clima, que se não cuidados podem acarretar cansaço, fadiga e até mesmo doença.

4. **Disponibilidade** – Com o bônus, há também o ónus, um GT precisa estar disponível para as mais diversas horas, se necessário levantando cedo e dormindo tarde a fim de garantir que seu grupo de turistas tenha uma viagem pra lá de inesquecível

### 5.4 Quarta acção: marketing turístico

O marketing turístico assenta nos elementos comuns de qualquer negócio – nomeadamente a análise do ambiente (micro e macro), a definição de estratégia – passando pela definição da proposta de valor, segmentação e escolha do mercado alvo, posicionamento e aplicação das ferramentas do marketing, de acordo KOTLER (2000) afirma;

Considerou o marketing turístico como o conjunto de actividades que facilitam a realização de troca entre os diversos agentes que actuam directamente no mercado de produtos turísticos; é para o autor, a adaptação sistemática e coordenada da política das empresas de turismo, tanto privadas como do Estado, no plano local, regional, nacional e internacional,

visando a satisfação das necessidades de determinados grupos de consumidores obtendo, com isso, um lucro apropriado.

#### **5.4.1 Na divulgação dos tipos de Turismo presente no município.**

1) **Ecoturismo:** segmento que utiliza, de forma sustentável, o património natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações.

2) **Turismo de Aventura:** compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de actividades de aventura de carácter recreativo e não competitivo.

3) **Turismo Cultural:** compreende as actividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do património histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura;

4) **Turismo Rural:** conjunto de actividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agro-pecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o património cultural e natural;

5) **Turismo de Estudos e Intercâmbio;** constitui-se da movimentação turística gerada por actividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional, (ANDRADE, 1992).

#### **5.5 Dimensões específicas divulgada no marketing turístico**

De acordo MIDDLETON (2001), descreve-os;

1) **Produto** significa valor de consumo: são os benefícios oferecidos para atender às necessidades e aos desejos do turista, como à qualidade do serviço recebido e ao valor de um bom negócio avaliado em relação à concorrência;

2) **Preço** significa custo: o preço é uma decisão da oferta, custo é o equivalente centrado no cliente também avaliado em relação à concorrência;

3) **Promoção** significa comunicação: englobando todas as formas de diálogo entre produto/consumidor, incluindo as informações e o marketing de relacionamento interactivo bidireccional, não apenas a persuasão da venda;

4) **Praça** significa conveniência: em termos de acesso dos consumidores aos produtos que compram.

### **5.5.1 Relevância destas acções**

Estas acções são de grande relevância, uma vez que concorrem para catapultar a diversificação económica; a promoção da imagem do município; na valorização de comunidades; na conservação da cultura e do meio ambiente; potencial para novos investimentos internos e externos; aumento na arrecadação de impostos; geração de rendas ou empregos; indução de desenvolvimento e crescimento; incentivo a melhorias de infra-estrutura local para a população; inclusão Social e Melhoria na qualidade de vida da população local.

## 6. CONCLUSÃO

1. O presente projecto visou a criação de um centro turístico para a divulgação da evolução histórica do município do Longonjo. Para o efeito elaboramos uma série de acções que vão concorrer para a maior divulgação. Para a tal materialização, apostaremos na promoção de palestra, debates periódico, estimular os munícipes para a realização do turismo. Para o melhor **marketing Turístico** optaremos a criação de um centro virtual para divulgação turística, para o enaltecendo assim as suas potencialidades, quer seja desde o ponto de vista histórico assim como turísticos de modo atrair mais investidores e turistas interno e assim como o internacional, isto é, tem como grande finalidade de se estimular o investimento privado para o fomento do turismo local para dinamização da economia. Pretendemos de igual modo com estas acções contribuir na preservação da nossa memória colectiva enquanto Ovimbundu assim em deixar escritos que serão transmitidos de geração a geração para a preservação da nossa memória enquanto Ovimbundu.
2. Na mesma concepção queremos também empreender criando empregos através de Planos para o Desenvolvimento turístico. As acções a serem desenvolvidas são de grande relevância uma vez que concorrem para catapultar a diversificação económica; a promoção da imagem do município; na valorização de comunidades; na conservação da cultura e do meio ambiente; potencial para novos investimentos internos e externos; aumento na arrecadação de impostos; geração de rendas ou empregos; indução de desenvolvimento e crescimento; incentivo a melhorias de infra-estrutura local para a população; inclusão Social e Melhoria na qualidade de vida da população local

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTUNA, R. R.. *Cultura Tradicional Bantu*. Portugal. 2ª Ed., Ed. Paulinas, 2014.
- ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DO LONGONJO (AML). No Longonjo, 2023.
- Andrade, J. V. (1992). *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática.
- ANDRADE, J.V. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 2. Ed., São Paulo, Ática, 1995.
- ANGOLA, R. d.. Publicação, Lei do Turismo 9/15 de 15 de Junho de 2015, na sua alinea a.
- BIANCHETTI, L. *Da chave de fenda ao laptop: tecnologia digital e novas qualificações: desafios à educação*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2001.
- CASESE, V.. *sobre os Ovimbundu*.Caala, 2023.
- COSTA, Cândido Ferreira. *Cem Anos dos Missionários do Espírito Santo em Angola. 1866-1966*, Ed. Espiritanos, Nova Lisboa, 1970, 430 pp.
- COLLIS & HUSSEY. *Um estudo exploratorio sobre as metodologias empregadas em trabalhos científicos*. 2007
- CUNHA, L.. *Introdução ao Turismo*. Lisboa - São Paulo, Editorial Verbo,2009.
- Hunziker, W.. Desenvolvimento do turismo no campo da ciência. *University of St. Gallen*, 34 - 88, 1942.
- GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa*. 6 Ed., São Paulo, 2008.
- HOHLFELDT, António; CARVALHO, Caroline Corso de. A imprensa angolana no âmbito da história da imprensa colonial de expressão portuguesa. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 35, n. 2, p. 85-100, 2012.
- ISSÓ, M. . *Origem dos Umbundu: Hipótese mais próxima da Realidade*. (N. Ovimbundu, Ed.) Berlim, Alemanha, Obtido em 27 de Junho de 2021
- KOTLER,P.. Kotler no Marketing: Como ser criativo ganhar e ter domínio no mercado. *Research Gate*, 1999.
- LIVAMBA, D. L. . *Antroponímia na Língua Umbundu: O Antropónimo como Fenómeno Cultural*. Lisboa, Portugal: Faculdade de Ciências Sociais e Huumanas, 2017 .
- LAKATOS, et al. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5 ed., São Paulo, 2003
- LUANSI, L.. *Movimento Migratório e Estados Pré-coloniais: Indentidade Nacional e Autonomia Regional*.2003.
- MIDDLETON, V. T.. *Marketing do Turismo: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro - Brasil: Campus, 2002

MOSCARDO, G. *Interpretação e o turismo e a sustentabilidade: funções, exemplos e princípios*. Journal of Tourism Studies, v. 9, n. 2, p. 13-28, 1998.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. *Turismo e desenvolvimento: planeamento e organização*. São Paulo: Atlas, 2001.

OMT, O. M. . *Concepts, Définitions et classifications pour les Statistiques du Tourisme, Manuel Technique*. paris, 1995.

PADILHA, O de la T. *O turismo: um fenômeno social*. México: Fundo de Cultura Económica, 1997.

PERDUE, R.R. Viagens preferidas pelo centro de informação e serviços. n.33, v. 4, 1995, p. 2-7.

POON, A. *O turismo e as informações tecnológicas*. v. 15, n. 5, p. 531-549, 1988.

\_\_\_\_\_. *O turismo e a tecnologia como estratégia competitiva*. Wallingford, CAB International, 1993.

REDINHA, J. . *Distribuição Étnica de Angola, Luanda, Centro de Informação e Turismo de Angola*. Angola.: 8.<sup>a</sup> ed., 1984.

SERRANO, N. M. *Metodologia de investigação Científica*. Texto Editora, soto Castilho, 2009.

TORRE, D. L.. *A gestão do turismo para o desenvolvimento local*. Revista de La Universidad de Puerto Rico, 24 - 66, 1992.

#### Os Entrevistados

LUCIANO, Aurélio. *Sobre Historial da fundação do Longonjo*. No Longonjo, as 13h hora do dia 15 de junho de 2023.

CAPINGALA, Emília. *Sobre Historial da fundação do Longonjo e Turismo*. No Longonjo, as 14h hora e 15mn, do dia 15 de junho de 2023.

GONSALVES, M. M. *Sobre Historial da fundação do Longonjo*. No Longonjo, as 10 horas e 30mn, do dia 05 de junho de 2023.

BARBOSA, P. C. *Sobre Historial do Longonjo; locais Turísticos*. No Longonjo, as 13h hora do dia 15 de junho de 2023.

## APÊNDICES

### ANEXOS - INQUERITO POR QUESTIONARIO

**(assinale com X, nos espaços depois do Sim ou Não)**

Grau Académico: Ens. Médio \_\_\_ Bacharel \_\_\_ Licenciado \_\_\_ Mestre \_\_\_

1. Sabes ou conheces um pouco da história do Longonjo?

Sim - \_\_\_ Não \_\_\_

a) – Por intermédio de Palestras \_\_\_ na Escola \_\_\_ e Outros \_\_\_\_\_

2. Sabes da origem do nome Longonjo

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim podes dizer a respeito?

---

---

3. Conheces o historial sobre a fundação do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim podes nos contar um pouco?

---

---

4. Sabes sobre a origem dos primeiros habitantes do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim podes nos contar um pouco?

---

---

5. Na vossa óptica, o que falta para se divulgar mais a história do município do Longonjo?

R. \_\_\_\_\_

---

---

#### **Sobre Turismo Município do Longonjo**

6. Já ouviste falar alguns locais turísticos do município do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim quais?

---

---

7. Já visitaste alguns locais turísticos município do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Quais foram? \_\_\_\_\_

8. Existe alguns lugares que gostarias de visitar no município do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Quais ? \_\_\_\_\_

9. Na sua óptica o que falta para se visitar mais os locais turísticos do município do Longonjo?

---

---

10. Quais os factores mais críticos que têm impedido o desenvolvimento do turismo no município do Longonjo?

---

---

## ANEXOS - INQUERITO POR QUESTIONARIO

**(assinale com X, nos espaços depois do Sim ou Não)**

Grau Académico: Ens. Médio \_\_\_ Bacharel \_\_\_ Licenciado \_\_\_ Mestre \_\_\_

11. Sabes ou conheces um pouco da história do Longonjo?

Sim - \_\_\_ Não \_\_\_

b) – Por intermédio de Palestras \_\_\_ na Escola \_\_\_ e Outros \_\_\_\_\_

12. Sabes da origem do nome Longonjo

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim podes dizer a respeito?

---

13. Conheces o historial sobre a fundação do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim podes nos contar um pouco?

---

14. Sabes sobre a origem dos primeiros habitantes do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim podes nos contar um pouco?

---

15. Na vossa óptica, o que falta para se divulgar mais a história do município do Longonjo?

R. \_\_\_\_\_

---

### **Sobre turismo no Município do Longonjo**

16. Já ouviste falar de alguns locais turísticos do município do Longonjo

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Se sim quais?

---

17. Já visitaste alguns locais turísticos do município do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Quais foram? \_\_\_\_\_

18. Existe alguns lugares que gostarias de visitar no município do Longonjo?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_

Quais ? \_\_\_\_\_

19. Na sua óptica o que falta para se visitar mais os locais turísticos do município do Longonjo?

---

20. Quais os factores mais críticos que têm impedido o desenvolvimento do turismo no município do Longonjo?

---

---

## APÊNDICE

### Apendice 1



**Figura n° 1.** - Mupas do rio Nguendje, localizado na aldeia de Lucamba, a sudeste do municípi sede.

## Apêndice 2



**Figura n° 2.** Ali o Ongodjo a casca de uma árvore que por sinal de nome ao município do Longonjo.

### Apêndice 3



**Figura n° 2.** Pedra do Lepi, localizado na comuna do Lepi.