

# dos algarves

12

revista da ESGHT / UALG

ISSN: 0873-7347

dos algarves , Revista da Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo , Universidade do Algarve . nº 11 . 2003 . € 2,50

## **viagens de incentivo em Portugal**

Suzy Vieira | Cláudia de Almeida

## **a formação em produtos turísticos complementares**

num destino turístico tradicional de 'sol e praia'

Alexandra Rodrigues Gonçalves

## **o relato ambiental electrónico**

Francisco Alegria Careira | Fernando Pereira Dias

## **organização e composição da paisagem românica**

Sílvia Quinteiro

## **algoritmos genéricos**

Marisol Correia

## **tecnologias da informação e comunicação na região do Algarve**

gestão das TIC

Núria Porras Bueno

## **descoberta de conhecimentos em base de dados**

Célia Ramos | Fernando Lobo

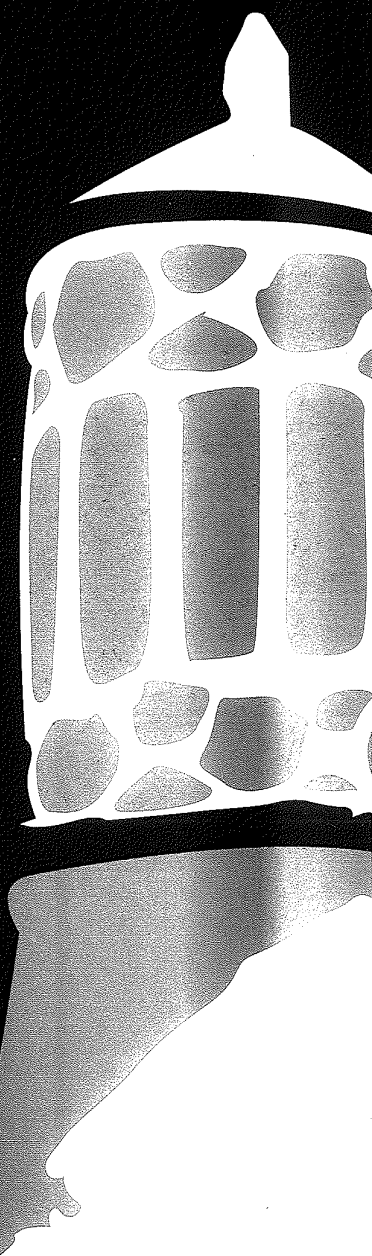
## **a página do português**

Filipa Perdigão | Rita Baleiro

## **as rotas do sul**

rota do Baixo Guadiana

José António Santos



# A Formação em Produtos Turísticos Complementares

num destino turístico  
tradicional de 'sol e praia'

Alexandra Rodrigues Gonçalves | ESGHT



**Este trabalho insere-se na discussão das problemáticas da formação superior em Turismo, debruçando-se em particular sobre novas ofertas de formação, sobretudo em domínios que se possam tornar complementares/alternativos (produtos culturais como recursos turísticos) a uma formação do tipo mais tradicional que caracteriza os destinos do Mediterrâneo.**

É altura de repensar a oferta de ensino superior em Portugal (Declaração de Bolonha), mas também de reflectir sobre o caso particular do Turismo, em relação ao qual se vive um momento de grande preocupação face à instabilidade política e económica internacional (11 de Setembro, atentado da Tailândia, Guerra do Iraque, epidemia de SRAS - pneumonia atípica, entre outros), que tem afectado os mercados emissores de turistas e contribuído para a quebra da procura turística internacional de uma forma que já não acontecia há anos.

Para além destas questões gerais e comuns a todos os destinos turísticos, temos a acrescer as necessidades de diversificação da oferta turística tradicional dos destinos do Mediterrâneo (baseada no produto principal 'sol e praia'), que há muito é anunciada como necessária. Entre as razões apontadas encontram-se:

- a sazonalidade, resultante de uma pressão da procura concentrada na estação mais quente;
- a criação de ofertas complementares que possibilitem o rejuvenescimento do produto envelhecido;
- uma melhor distribuição geográfica e social das riquezas criadas (assimetrias litoral/interior, cidade e praias vs meio rural);
- a criação de ofertas complementares capazes de satisfazer um perfil de turista mais informado e exigente;
- as necessidades de férias mais activas e culturais; entre outras.

Se nos centrarmos na oferta de produtos de Turismo Cultural verificamos que o número destes produtos disponíveis tem crescido de forma assustadora nos últimos anos (Richards, 1994; Swarbrooke, 1994), devido:

- à abertura de muitas atracções nas últimas décadas;
- a indústria turística tem constituído mais programas combinados com produtos culturais.

Em relação a este segundo factor temos que acrescentar que para um número elevado de atracções, o Património Cultural é o seu 'core product', existindo muitos destinos que se desenvolveram com base no seu apelo histórico e cultural.

Os produtos turístico-culturais emergiram como parceiros privilegiados na relação destino/necessidade de diversificação, indo ao encontro das necessidades de diferenciação da oferta, mas também de identificação das comunidades face ao movimento de globalização das economias e processos produtivos (Gonçalves, 2001).

A investigação aplicada ao Turismo tem procurado debruçar-se sobre o possível desenvolvimento de novas ofertas não só face às mudanças e às características da sociedade pós-moderna, mas também para inovar a imagem dos destinos tradicionais.

No que diz respeito, às questões associadas à educação em Turismo, estas fazem parte de uma discussão relativamente recente, na medida em que a oferta de formação superior neste domínio também tem poucas décadas. Não têm sido, no entanto, desenvolvidos esforços para criar um currículo de base na educação superior em Turismo (Ratz, 1997:2), colocando cada currículo a sua ênfase em aspectos distintos, ainda que, algumas disciplinas surjam em quase todos os programas: geografia do Turismo; marketing; economia; operações turísticas (idem, ibidem).

A tendência em termos internacionais é para os Politécnicos (colleges) proporcionarem um ensino mais prático e especializado (organização de eventos, animação, operações turísticas, agências de viagens, gestão de alojamento), enquanto que, por sua vez, a oferta do ensino universitário se caracteriza por ser mais generalista (discutem mais as questões de políticas e planeamento) (Ratz, 1997:2).

O trabalho que se apresenta refere-se em exclusivo ao contexto nacional (e sobretudo regional) e não resulta de uma investigação isolada com o objectivo principal de tratar as questões de formação em Turismo, mas de uma recolha de algumas fontes de informação dispersas, que nos dão uma visão parcial e orientada, da actual oferta de formação em Turismo ao nível nacional, e de possíveis vias de formação para o futuro dos profissionais nos domínios do Lazer e do Turismo.

Para além dos factores mencionados atrás, existe ainda outro contexto que mereceria ser estudado: o mercado

do Trabalho no sector do Turismo e as suas particularidades. Mas centremo-nos numa abordagem do tipo de formação a oferecer e no seu potencial de desenvolvimento.

### Objectivos

Assim estabelecemos como objectivos principais para a resposta ao tema apresentado:

- Reflectir sobre a necessidade de desenvolvimento de novas ofertas de formação em Turismo;
- Apresentar e discutir propostas concretas para os destinos de 'sol e praia': caso do Algarve;
- Identificar os principais desafios que se apresentam a essas novas ofertas de formação em Turismo.

### O Problema de Investigação:

«Faz sentido falar na oferta de formação em produtos alternativos /complementares, nos destinos turísticos de sol e praia?»

Outras questões relevantes, que contribuem para a resposta ao problema apresentado são:

- Que desafios se levantam a essa oferta de formação?
- O que pensam os agentes intervenientes no sector?
- Quais devem ser os domínios de formação privilegiados?
- O que acontece no caso particular do Algarve?

## Metodologia

Para responder aquelas questões recorreu-se a várias fontes:

Quadro n.º 1 – Fontes utilizadas para a investigação e descrição da informação contida

FONTE	DESCRIÇÃO
Gonçalves, 2001 <sup>1</sup>	Algumas conclusões resultantes da investigação para a dissertação de Mestrado, com o objectivo de consolidar as propostas de formação em produtos culturais associados ao Turismo
Direcção do Curso de Turismo, ESGHT/UALG, 2003	Recurso ao trabalho da Direcção do Curso de Turismo da ESGHT/UALG, de recolha dos cursos de Turismo e afins, oferecidos a nível nacional, para análise e tratamento do tipo de formação que se está a proporcionar (a partir da análise das designações dos cursos)
Gonçalves (coord.), 2003	Resultados obtidos na resposta às questões introduzidas no questionário de avaliação pós-evento do I Fórum de Animação Cultural e Turismo sobre a proposta de criação de uma Pós-Graduação em Turismo e Gestão Cultural

Fonte: elaboração própria

Esta investigação é fundamentalmente qualitativa e como já se afirmou apresenta uma visão parcial, que se baseia em informação que já se encontrava produzida para outros efeitos.

Como estudo de caso determinou-se o Algarve (face à proximidade do objecto de estudo à investigação já desenvolvida e à reconhecida afirmação no mercado turístico internacional enquanto destino balnear), com especial destaque para a oferta de formação superior em Turismo associada ao desenvolvimento dos seus recursos culturais e patrimoniais.

### Pressupostos Teóricos a Destacar

Holloway (1996) identificou 7 áreas de conhecimento principais a incluir em qualquer programa de ensino em Turismo:

- O significado e natureza do Turismo
- A estrutura da Indústria Turística
- As dimensões do Turismo e as questões da medição/avaliação
- A importância e os impactes do Turismo

- O marketing turístico
- O planeamento e o desenvolvimento turístico
- As políticas e a gestão em Turismo

Talvez o domínio das *políticas e gestão em Turismo* seja o que tem merecido um tratamento mais superficial. O conjunto destas áreas de conhecimento principais constitui o que se pode designar de uma formação generalista.

A discussão que se promove procura introduzir uma abordagem de formação especializada orientada para o produto, o que não significa que não possa considerar aquelas temáticas, tratando-as de forma orientada. Identificaram-se os seguintes pressupostos teóricos como fundamentais para sustentar a proposta de ofertas de formação nos domínios da Cultura e Património associados ao Turismo, no Algarve:

→ a emergência de um novo modelo de Turismo e a decadência do modelo tradicional (Cuvelier et al., 1994; Poon, 1993; Prentice, 1993a e 1994);

→ o 'novo turista' e as tendências de evolução do Turismo Cultural (Barré, 1995; Cuvelier et al., 1994; Davidson, 1992; Hewison, 1987; Prentice, 1993a e 1994; Richards, 1996; entre outros);

→ a componente cultural no Turismo Urbano como estratégia de desenvolvimento local (regeneração urbana e relançamento do destino turístico) (Ashworth e Tunbridge, 1990; Caffyn e Lutz, 1999; Fainstein e Judd, 1999; Källtorp et al., 1997; entre outros);

→ e, as práticas de gestão e planeamento do Património Cultural como recurso turístico (Ashworth e Dietvorst, 1995; Boniface, 1995; Bouillon, 1996; Comissão Europeia, 1999; Costa, 2001; Dredge, 1998; Gunn, 1994; OWHC, 2000; Patin, 1998 e 1999; Pearce, 1989; Prentice, 1993b; Van der Borg, 1998).

Contudo, estamos conscientes que nem todo o património cultural do Algarve reúne atractividade suficiente para ser desenvolvido como recurso turístico (Silberberg, 1995<sup>2</sup>), assim como, também nem todo se encontra apto, desejoso e pronto para atrair visitantes (Gonçalves, 2001).

Não esquecer igualmente que, se por um lado, o património cultural se pode constituir como uma componente essencial de diversificação da oferta turística e relançamento de destinos (no caso do Algarve, pela qualificação e

complementaridade do produto principal), por outro lado, o Turismo pode contribuir de forma muito positiva para a requalificação e revitalização dos centros urbanos (atração de novos investimentos, melhoria da qualidade de vida das populações locais, renovação urbana).

Tendo por base este conhecimento, passamos à análise da informação recolhida (referida no ponto relativo à metodologia).

**Análise Comentada e Conclusões**

Os primeiros cursos de Turismo enquadravam-se totalmente nas áreas de conhecimento identificadas por Holloway (1996), pelo que se traduziam numa formação de carácter mais geral e abrangente. No entanto, assistiu-se à introdução de novas propostas que nem sempre resultaram bem, por não terem determinado com precisão quais os seus objectivos em relação ao perfil dos profissionais a ser formados e às temáticas a tratar. Hoje, caminhamos para um afinar da formação em Turismo (especialização), que é acompanhada pela redução do conhecimento da indústria turística como um todo.

Quadro n.º 2 - Ofertas de formação superior em Turismo e evolução (âmbito nacional)

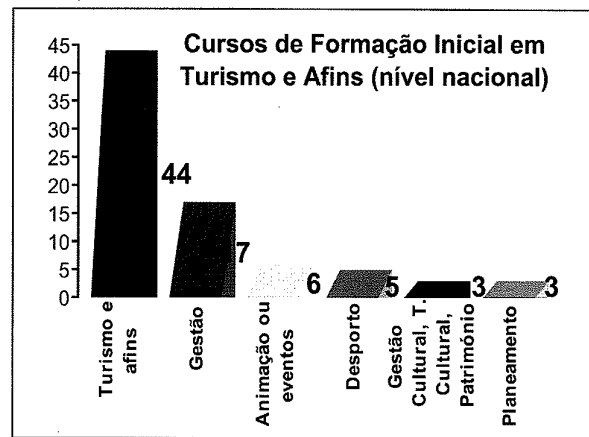
Antes	Agora	Futuro
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestão Turística</li> <li>Planeamento</li> <li>«Sun, sea and Sand»</li> <li>Lazer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing Turístico</li> <li>Promoção/ Informação</li> <li>Animação</li> <li>Desenvolvimento Sustentado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produtos alternativos/ complementares: desporto, cultura e ambiente</li> <li>Criação de novas ofertas: e.g. património cultural</li> <li>Organização de eventos</li> <li>Novas tecnologias aplicadas</li> </ul>
Formação generalista	Amálgama indefinida	Formação especializada

Fonte: elaboração própria

No Gráfico n.º 2 procurámos sistematizar a oferta de formação actual em Turismo (em termos nacionais).

Uma breve análise dos cursos existentes na área do Turismo em Portugal revela que existem bases para sustentar a informação apresentada no quadro anterior, nomeadamente num conjunto de 44 cursos nas áreas do Turismo, Lazer, Desporto e Recreio, existe um total de 17 que oferecem Gestão na designação. De referir que existem 6 que introduzem a questão da animação ou dos eventos, mas com toda a certeza, uma análise dos currículos dos referidos cursos, demonstraria que estas disciplinas estão incluídas em quase todos.

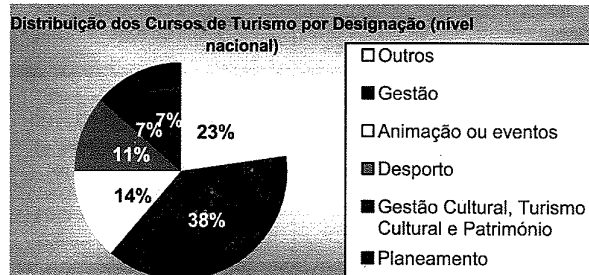
Gráfico n.º 1 – Cursos de Formação inicial em Turismo e Afins



Fonte: elaboração própria a partir da «Lista de Cursos na Área de Turismo», Direcção do Curso de Turismo/ESGHT, 2003.

A oferta considerada em 'outros' diz respeito a casos de ofertas isoladas, de que são exemplo: agro-turismo, termalismo e tecnologias aplicadas.

Gráfico n.º 2 – Distribuição dos cursos de Turismo por designação (nível nacional)



Fonte: elaboração própria a partir da «Lista de Cursos na Área de Turismo», Direcção do Curso de Turismo/ESGHT, 2003.

A distribuição percentual demonstra-nos com grande destaque o predomínio de cursos com a palavra gestão na sua designação: 38%.

Uma análise detalhada, dos planos curriculares dos

referidos cursos, constituiria uma informação complementar e principal, para uma visão mais aprofundada da oferta existente, no ensino superior de Turismo em Portugal. Contudo, não se determinou esse como objectivo a desenvolver.

A oferta de produtos complementares e/ou alternativos (em particular do património cultural) é percebida como necessária e estratégica por parte dos agentes do Turismo, da Cultura e do Património da região Algarve (Gonçalves, 2001). Os resultados da investigação conduzida assim o demonstram, no entanto, passar do discurso à prática nem sempre se apresenta fácil.

Um questionário de avaliação pós-evento sobre o Fórum de Animação Cultural e Turismo (organização da ESGHT, no âmbito da disciplina de opção de Congressos e Eventos), introduziu algumas questões sobre a oportunidade e importância de oferecer um Curso de Pós-Graduação nos domínios do Turismo e Gestão Cultural, sendo que dos 95 participantes que responderam ao questionário, 75,8% reconheceram que a sua criação seria 'Muito Importante' (Gonçalves, 2003). Quanto à frequência deste curso no próximo ano lectivo, os resultados divergiram um pouco, concentrando-se a maior parte das respostas em "Não Sei" (47,4%), mas a percentagem de respostas afirmativas chegou aos 30,5%.

Quadro n.º 3 – Pós-Graduação em Turismo e Gestão Cultural

N=95	Muito Importante	Alguma Importância	Não sei
Criação de Curso de Pós-Graduação – Turismo e Gestão Cultural	75,8%	21,1%	3,2%
	Sim	Não	Não sei
Frequência do Curso no Próximo ano?	30,5%	22,1%	47,4%
Designação Curso	Gestão e Património; Turismo e Património; Turismo Cultural; Turismo e Gestão do Património Cultural; Gestão Cultural e animação; Animação Cultural e Turismo; Valorização do Património Cultural e Turismo; Tendências do Património e Turismo.		
Matérias relevantes	Gestão do Património; Reabilitação Patrimonial; Património Nacional e Mundial; História da Arte; Animação Cultural; Organização de Eventos; Gestão e Preservação do Património; Marketing Cultural; Cultura Mundial e Portuguesa Contemporânea e Economia		

Fonte: Gonçalves (Coord.), 2003

Foi ainda solicitado aos inquiridos que indicassem as matérias que consideram relevantes estudar nesta área de actuação e o resultado obtido foi o seguinte (*idem, ibidem*): Gestão do Património; Reabilitação Patrimonial; Património Nacional e Mundial; História da Arte; Animação Cultural; Organização de Eventos; Gestão e Preservação do Património; Marketing Cultural; Cultura Mundial e Portuguesa Contemporânea e Economia.

Uma análise conjunta de todos os elementos disponíveis resultou no quadro que abaixo se apresenta sobre as Oportunidades e Ameaças à formação em produtos complementares ou alternativos.

Quadro n.º 4 - Oportunidades e Ameaças à formação em produtos complementares ou alternativos ao 'sol e praia'

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação na formação superior em Turismo</li> <li>• Aumento da competitividade do destino turístico por possuir activos com uma formação especializada</li> <li>• Maior adequação às necessidades do mercado turístico</li> <li>• Desenvolvimento futuro de novos produtos turísticos - » associado ao fomento do empreendedorismo nestes «novos domínios»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrédito e ceticismo dos intervenientes na indústria turística em relação ao potencial de desenvolvimento de novos produtos num destino de 'sol e praia' tradicional</li> <li>• Dificuldades de absorção dos recém-licenciados pelo mercado de trabalho (numa fase inicial)</li> <li>• Rápido esgotamento das oportunidades de emprego criadas nos diferentes domínios de especialização</li> <li>• Desmotivação dos recursos humanos que não consigam ser recrutados na sua área de especialização</li> <li>• Dificuldade do corpo docente em proporcionar o conhecimento especializado necessário para uma formação adequada aos novos domínios</li> </ul>

Fonte: elaboração própria

Conforme referido, a oferta de novas formações em Turismo pode ser importante para o reforço da competitividade do destino. Não nos podemos esquecer que os recursos humanos são um elemento-chave para a indústria do Turismo, que é fundamentalmente uma indústria de serviços.

No que diz respeito à última ameaça identificada, poderá ser ultrapassada pelos esforços individuais de actualização e formação graduada especializada do corpo docente, ou igualmente pela criação de propostas também inovadoras para a formação de professores no domínio do Turismo, de que pode ser um exemplo, a frequência de pequenos estágios de observação nas empresas do sector, ou uma maior incidência sobre o número de docentes convidados.

A 'indústria turística', e o sector da Cultura e do

Património, não se conhecem o suficiente. A investigação aplicada ao Turismo não tem favorecido os estudos comparados, caracterizando-se por uma elevada fragmentação dos esforços de investigação, o que tem limitado a construção de um conhecimento cumulativo.

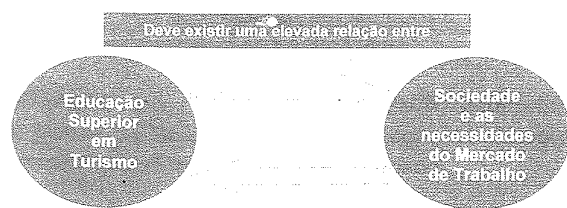
O processo de criação de novas ofertas de formação em Turismo, deve em nosso entender, cumprir as **seguintes fases principais:**

1. observar e analisar os currículos internacionais
2. verificar as especificidades regionais/nacionais e o nosso produto turístico (oferta e procura)
3. consultar os potenciais agentes empregadores
4. ter em consideração as tendências do mercado turístico
5. analisar o potencial de desenvolvimento dos 'novos produtos'
6. conhecer com regularidade as necessidades de formação especializada pelo contacto próximo com a Indústria Turística

Para além daquelas fases apontadas, verificou-se ainda que o processo de oferta de novas formações em Turismo pode decorrer de duas situações principais:

1. as necessidades do mercado ditar as necessidades de formação em áreas específicas
2. as entidades e agentes responsáveis pela formação em Turismo devem assumir o papel de liderança na inovação da formação a oferecer, antecedendo as necessidades do mercado e pressionando para a criação de novas ofertas

Estes processos podem desencadear-se em simultâneo, mas deverão, em qualquer dos casos, ter como base de suporte uma análise cuidada do mercado (Figura n.º 1).



Fonte: elaboração própria

A reestruturação do ensino superior português que a Declaração de Bolonha determina<sup>3</sup>, leva a que se questione se se deve continuar a oferecer uma formação inicial generalista e uma formação graduada especializada; ou se por outro lado, deve ter lugar, logo na formação inicial a possibilidade de formação mais especializada. A resposta, em nosso entender, estará no tipo de ensino pretendido (politécnico e suas características) e na duração atribuída ao 1º grau de ensino superior (3 ou 4 anos para a licenciatura).

A interpretação da Declaração de Bolonha tem dado lugar a opiniões divergentes que nos merecem alguma referência e que se prendem com o processo de convergência da educação no espaço europeu. As posições são fundamentalmente de dois tipos: uma primeira defende que não terá lugar uma aproximação entre sistemas, mas sim a uniformização dos conteúdos oferecidos; uma segunda acredita que aquela proposta tem por base a comparabilidade de graus e não a uniformização ou homogeneização dos conteúdos a ser leccionados. Em nosso entender sistemas comparáveis pressupõem sempre alguma uniformização de conteúdos, o que não significa que o Turismo esteja a ser ensinado da mesma forma no Mediterrâneo e no Norte da Europa<sup>4</sup>.

Da investigação anteriormente desenvolvida, identificaram-se algumas ameaças e oportunidades para a formação em produtos complementares (Cultura e Património), que se resumem no Quadro n.º 5.

Quadro n.º 5 - Oportunidades e Ameaças à formação em produtos complementares (Cultura e Património) ao 'sol e praia' no Algarve:

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consciência dos diferentes agentes do Turismo para a necessidade de apresentar propostas de formação que contribuam para a diversificação da oferta turística existente.</li> <li>• Reconhecimento da existência de potencial para a atracção de Turismo Cultural</li> <li>• Turismo -&gt; oportunidade para as organizações culturais e patrimoniais atraírem visitantes e aumentarem as receitas</li> <li>• Estudos de perfis dos turistas que visitam o Algarve apresentam motivações culturais</li> <li>• Decorrem projectos de reabilitação urbana (centros históricos) por todo o Algarve</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldades de articulação entre o sector público e privado</li> <li>• Ausência de tradição de cooperação entre os domínios do Turismo, da Cultura e Património</li> <li>• Produto de Turismo Cultural pouco desenvolvido -&gt; produto apto a ser promovido pouco desenvolvido</li> <li>• Ausência de património de grande monumentalidade</li> <li>• Património Cultural não tem sido considerado na promoção turística</li> <li>• Autarquias até ao momento agentes culturais destacados encontram-se a ultrapassar fortes restrições orçamentais</li> </ul>

Fonte: elaboração própria a partir de Gonçalves, 2001

A Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo já deu alguns passos no sentido de proporcionar um conhecimento especializado em Turismo. O 2º ciclo da Licenciatura bi-etápica apresenta uma especialização em Marketing que, no decurso da última revisão curricular, introduziu nos seus currículos algumas inovações face ao contexto regional: Gestão do Património e Turismo (semestral/obrigatória); Congressos e Eventos (semestral/opção); Informática Aplicada ao Turismo (semestral/opção); Gestão da Qualidade nas Agências de Viagens (semestral/opção).

De acrescentar que o tema da «International Tourism Students Conference», que teve lugar na Grécia entre 14 e 19 de Maio de 2003 na cidade de Chalkidiki, foi «The future of the past: challenges for heritage tourism», o que demonstra que existem novas vias de investigação e necessidades associadas ao desenvolvimento de produtos associados ao Turismo Cultural.

Para além daquela oferta de formação inicial estão a decorrer, ou encontram-se em preparação, algumas pós-graduações que procuram complementar aquela formação com ofertas mais orientadas para produtos específicos: Pós-Graduação em Gestão de Campos de Golfe (2º curso); Pós-Graduação em Desporto e Turismo (1º curso); Pós-Graduação nos domínios do Turismo e Culturas Urbanas (em proposta).

### Conclusão

A título de síntese podemos afirmar que não é fácil concretizar aquelas ofertas de novas formações. Ainda que se viva um ambiente externo favorável, a aposta na formação de recursos humanos em novos produtos/domínios é um desafio (pelo carácter de mudança em relação às abordagens tradicionais), mas poderá também resultar numa nova forte oportunidade para o futuro dos jovens licenciados nestes domínios.

A transdisciplinaridade do Turismo, e do conhecimento que pressupõe, não é uma característica que torne mais fácil a cooperação com diferentes áreas de conhecimento, porque poucos estão cientes das suas particularidades, e aqueles de outras áreas, o que conhecem do Turismo são fundamentalmente os efeitos pouco positivos produzidos pela década de 80 e o seu movimento de 'massificação destruidora'.

Uma análise mais detalhada da questão associada à formação em Turismo nos destinos tradicionais de 'sol e praia', pressupõe a determinação de métodos de tratamento da informação e de análise padronizados, bem como, um alargamento do campo de estudo, por exemplo,

à Bacia do Mediterrâneo.

Existe também a necessidade de um maior conhecimento quer do mercado de trabalho associado ao Turismo, quer das questões relativas aos seus recursos humanos (características do emprego no Turismo, áreas onde há maior recrutamento de pessoal, formação dos novos empregados, etc). O trabalho desenvolvido na Hungria poderá ser um bom exemplo de partida (Ratz, 1998).

O estabelecimento de relações de proximidade fortes com a indústria pode facilitar o conhecimento antecipado das necessidades de recursos humanos especializados. Outra forma de ultrapassar esta questão, será pela oferta de uma formação que proporcione flexibilidade e uma visão ampla da indústria turística.

As tendências internacionais apontam para ofertas de especialização em três domínios principais: Animação, Ecoturismo e Património Cultural (Ratz, 1997). ■

### Notas:

<sup>1</sup> A metodologia utilizada baseou-se numa triangulação de métodos: revisão literatura da investigação existente em Património, Cultura, Turismo Urbano e Marketing de Cidades; o 'estudo de caso'; o método 'delphi'; e a entrevista de grupo.

<sup>2</sup> Vide Silberberg, 1995 sobre os elementos que condicionam a atractividade do produto cultural

<sup>3</sup> Princípios-base consagrados na Declaração de Bolonha: Convergência curricular/comparação de graus; sistema de créditos; promoção da mobilidade; cooperação na qualidade do ensino; 2 ciclos (não graduado e graduado).

<sup>4</sup> Conforme deixa transparecer a Declaração de Praga, 2001 ao referir os programas de formação superior devem prever as diversidades individuais, académicas e de necessidades do mercado de trabalho.

### Referências Bibliográficas

- ASHWORTH, G. e Dietvorst, A.G. (1995) *Tourism and Spatial Transformation. Implications for Policy and Planning*. (2 vols.), Oxon: Cab International.
- ASHWORTH, G. e Tunbridge, J. (1990) *The Touristic-Historic City*. Londres: Belhaven Press.
- BARRÉ, J. (1995) *Vendre le tourisme culturel*. Paris: Economica.
- BONIFACE, P. (1995) *Managing Quality Cultural Tourism*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- BOÚLLON, R. (1996) «Reflexiones sobre el turismo sostenible». *Estudios Turísticos y Perspectivas en Turismo*. Vol.5, (1), pp.7-17.
- CAFFYN, A. e Lutz, J. (1999) «Developing the heritage tourism product in multi ethnic cities». *Tourism Management*. Vol. 20, (2), Abril de 1999, pp.213-221.
- COMISSÃO EUROPEIA (1999) *Pour un tourisme urbain de qualité: la gestion intégrée de la qualité (GIQ) des destinations touristiques urbaines*. Comissão Europeia/Direcção Geral de Empresas, Unidade de Turismo, Bruxelas.
- COSTA, Carlos (2001) *O papel e a posição do sector privado na construção de uma nova política para o Turismo em Portugal*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial/Universidade de Aveiro (trabalho não publicado), 21 p.
- CRESWELL, John (1994) *Research Design Qualitative & Quantitative Approaches*. Londres, Thousand Oaks e Nova Deli : Sage.
- CUVELIER, P. et al. (1994) *Patrimoine, modèles de tourisme et développement local*. Paris: l'Harmattan.
- CRUP (2001) «Posição do CRUP sobre a Declaração de Bolonha», <http://www.crup.pt>, 17 de Abril de 2001, 3 p.
- DAVIDSON, R. (1992) *Tourism in Europe*. Londres: Pitman.
- DENCKER, Ada de Freitas (1998) *Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo*. São Paulo: Futura.
- DIRECÇÃO DO CURSO DE TURISMO (2003) *Lista de Cursos na Área de Turismo*, Direcção do Curso de Turismo/ESGHT (documento não publicado).
- DREDGE, D. (1998) «Land Use Planning Policy: a tool for destination place management». *Australian Journal of Hospitality Management*. vol. 5, (1), pp. 41-49.
- EASTON, Geoff (1982) *Learning from Case Studies*. Londres: Prentice-Hall International.
- FAINSTEIN, Susan e Judd, Dennis (eds.) (1999) *The Tourist City*. New Haven e Londres: Yale University Press.
- GONÇALVES, Alexandra Rodrigues (2001) *A componente cultural do Turismo Urbano como oferta complementar ao produto sol e praia no Algarve: o caso de Faro e de Silves*. Universidade do Algarve/Faculdade de Ciências Sociais e Humanas e Universidade de Paris-8, Dissertação para obtenção do grau de Mestre, Dezembro de 2001 (trabalho não publicado).
- GONÇALVES, Alexandra Rodrigues (Coord.ª) (2003) *Avaliação Pós-Evento: I Fórum de Animação Cultural e Turismo*. Alunos 4º ano (disciplina de opção de Congressos e Eventos), Universidade do Algarve/Escolha Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, 4 de Abril de 2004 (trabalho não publicado).
- GUNN, C. (1994) «Environmental design and land uses». In RITCHIE, J.R. e Goeldner, C. (eds.) *Travel, Tourism and Hospitality Research*. 2.ª edição, Nova Iorque: John Wiley & Sons, pp. 243-258.
- HEWISON, R. (1987) *The Heritage Industry. British in a climate of decline*. Londres: Methuen.
- HOLLOWAY, C. (1996) «The Tourism core curriculum: a role for behavioural studies?». In RICHARDS, G. (ed.) *Tourism in Central and Eastern Europe. Educating for quality*. ATLAS, Tilburg University Press, Tilburg, p.123-136.
- KRUEGER, Richard (1994) *Focus Group: a practical guide for applied research*. 2ª edição, Califórnia: Sage.
- OWHC (2000) «The Management Guide». <http://www.ovpm.org>. (on line), Organization of World Heritage Cities, 27-10-2000.
- PATIN, V. (1998) *Tourisme et patrimoine en France et en Europe*. Paris: la documentation française.
- PATIN, V. (1999) «Organiser, étaler et limiter les flux dans les sites culturels». *Espaces*, 166, pp. 23-25.
- PEARCE, D. (1989) *Tourism Development*. 2.ª edição, Harlow: Longman Scientific and Technical.
- PETERSON, K. (1994) «Qualitative Research Methods for the Travel and Tourism Industry». In RITCHIE, J.R. e Goeldner, C. (eds.) *Travel, Tourism and Hospitality Research*. 2ª edição, Nova Iorque: John Wiley & Sons, pp. 487-492.
- POON, A. (1993) *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxford: Cab International.