

UAlg zine

"It is not news to anyone
that tourism is a global
force, an economic giant,
and indeed a fast changing,
always challenging, and very
competitive industry"

JAFAR JAFARI



UAlg

UNIVERSIDADE DO ALGARVE



João Guerreiro

REITOR DA UNIVERSIDADE DO ALGARVE

EDITORIAL

Ficha Técnica

Título

UALGzine, Revista da Universidade do Algarve

Propriedade

Universidade do Algarve

Director

João Guerreiro

Edição

Gabinete de Comunicação e Protocolo

Conselho Editorial

Pedro Ferré

Maria Cabral

Maria Antas de Campos

Laura Alves

Redacção

Maria Antas de Campos

Laura Alves

Capa

Fotografia cedida por Almargem - Associação de Defesa do Património Cultural e Ambiental do Algarve

Design / Paginação

YOUmix

Fotografia

Gabinete de Comunicação da UALG

Impressão

Gráfica Comercial

ISSN

1646-639X

Nº de depósito legal

251786/06

Tiragem

3000 exemplares

E-mail: UALGzine@ualg.pt

Edição electrónica em <http://publicacoes.ualg.pt/UALGzine>

Ficha de subscrição em <http://publicacoes.ualg.pt/UALGzine>

Informação relativa ao Ambiente

A pasta utilizada no fabrico do papel desta revista é branqueada sem gás de cloro e é proveniente de madeira renovada através de um processo perfeitamente sustentado. Este papel é indicado para reciclagem.

Apoio



O Turismo movimenta milhões de pessoas no nosso mundo. A sua projecção baseia-se na actividade de milhares de empresas, inseridas em diversos sectores da economia. O seu sucesso resulta do aproveitamento de recursos naturais, patrimoniais, culturais e ambientais, utilizando algumas vezes esses recursos baseando-se em critérios duvidosos. E o seu desempenho responde a um padrão de vida das pessoas que integra hábitos de mobilidade e de lazer e que fazem apelo à multiplicação de destinos e à inovação na oferta do Turismo.

A dimensão atingida pelo fenómeno permitiu abrir um domínio de conhecimento destinado a analisar o comportamento dos consumidores que recorrem aos desafios do Turismo, a estudar as dinâmicas das empresas que dão corpo a estas actividades, a avaliar as estratégias das autoridades públicas no duplo papel de regulamentação dos bens públicos e de regulação do mercado, ou ainda a condicionar a acção das comunidades regionais e locais, transformadas por vezes em simples suporte de actividades turísticas e recolhendo, por isso, parques benefícios dessas mesmas actividades.

A Universidade do Algarve desde cedo que se preocupou com esta problemática. Entendendo, por um lado, que o sucesso de uma actividade está cada vez mais dependente da qualidade dos recursos humanos que a integram. Mas reconhecendo, por outro lado, que esse desafio só poderá ganhar estatuto de maioria através da acumulação de um conhecimento profundo das dinâmicas do sector.

Assim, investigação e ensino têm, na Universidade do Algarve, caminhado lado a lado, beneficiando de fertilizações mútuas e da integração progressiva e sustentada de conhecimento.

Os diversos temas apresentados neste número reflectem esta estratégia. Valerá a pena sublinhar que nos últimos anos o ensino e a investigação se têm cruzado, com crescente intensidade, com as dinâmicas do meio empresarial e com a internacionalização.

A internacionalização, elemento central na actividade da Universidade, traduz-se na mobilidade de estudantes e professores, na organização de pós-graduações em consórcio, na estruturação de linhas de investigação cruzadas ou na participação da Universidade nas estruturas internacionais que fomentam a adopção de padrões de qualidade no Turismo.

As relações com o meio empresarial obrigam à imersão das linhas de investigação aplicadas, alimentando a criação de conhecimento a partir da análise das suas dinâmicas e, simultaneamente, transferindo para as actividades sugestões e propostas, informações e previsões, criações e inovações que permitem melhorar o desempenho do sector.

Actividade complexa, o turismo exige por isso uma abordagem multidisciplinar. Tem sido essa a estratégia da Universidade do Algarve.



:: ÍNDICE

:: Em reflexão	:: Em destaque	:: Actualidade	:: Interação com a comunidade	:: Último olhar
----------------	----------------	----------------	-------------------------------------	-----------------

2

Do turismo às viagens...

5
8
10

University Commits to Uplift Tourism
Entrevista com Prof. João Albino Silva
The International Academy for the Study of Tourism at
University of Algarve in 2013

11
16
19

Ciência e Investigação
Academia
Publicações

21
21
22
23

Novos negócios de Ecoturismo e Turismo Náutico
Plataforma de Golfe
Estudo de competitividade comparada do turismo
identifica “mais-valias” do Algarve
UAlg integra órgão de gestão e comissão científica
do consórcio Algarve Sustentável

25

A Emergência do Turismo
no Algarve

DO TURISMO ÀS VIAGENS...



Carminda Cavaco

(CEG/IGOT, UNIVERSIDADE DE LISBOA)

O turismo define-se pelo movimento para lugares situados fora do ambiente de vida habitual, com permanência temporária e sem exercício de actividades remuneradas, relações não duradouras com esses locais visitados, necessariamente dotados de elementos atractivos, tangíveis ou intangíveis.

As necessidades de evasão, escape, fuga aos constrangimentos, aos ambientes e às rotinas diárias, as motivações, os desejos, os gostos, as decisões de partida e por fim os comportamentos e as práticas turísticas são bastante diversas e por vezes múltiplas: repouso, relaxamento, libertação do stress, jogo, faz de conta, rejuvenescimento, autoestima, interacção social, mesmo simplesmente familiar, enriquecimento cultural, auto reconhecimento, descoberta do outro e de outros lugares, nalguns casos envolvendo riscos e incómodos, e também afirmação social.

O turismo tende a envolver algo de forte valor simbólico, mesmo que de natureza tangível - uma fantasia, um sonho, uma esperança, uma expectativa, às vezes uma ilusão. O turista procura o novo, o diferente, básicos na atractividade turística. No mercado dos turistas europeus evidenciam-se a busca do hedonismo, o poli sensualismo, o gosto pela aventura, a procura de origens pessoais, de experiência emocional, de auto realização, o individualismo, a personalização.

Na base das diferentes motivações e práticas estão os tipos psicográficos, ou de base psicológica e cultural, muito embora um mesmo turista possa ter comportamentos diferentes em diferentes ocasiões, num mesmo destino ou em destinos diferentes, e também se façam sentir efeitos de moda, imitação. O leque tipológico vai dos alocêntricos aos psicocêntricos, mas ainda com largo predomínio dos turistas cêntricos e das procuras de massa, do turismo dito «industrial»: viagens organizadas, estruturadas; locais muito frequentados, com equipamentos e serviços padronizados; actividades comuns, pouco originais, de simples diversão e entretenimento; tempo para experiências gastronómicas e compras; ambientes agradáveis, pelas paisagens e pela presença humana, de segurança e conforto social. Pelo contrário, os alocêntricos ou quase buscam algo de novo, de diferente, no ambiente, nas paisagens, na vida social, nas arquitecturas, nos equipamentos, na animação, no exotismo, nas tradições, nos valores, nos modos de vida: destinos não habituais e mesmo exóticos, regiões não desenvolvidas turisticamente; liberdade, flexibilidade e actividade intensa; novas experiências e um estilo de vida diferente, com

motivações culturais, educacionais, mesmo sociais e ambientais.

«O “viajante de vanguarda” busca a realização interior e dá ênfase ao ambiente e à compreensão da cultura e da história de outros lugares, quer conhecer povos e se enriquecer culturalmente. Percorre roteiros não visitados e elabora os seus próprios itinerários....» (Sérgio Molina): vai ao encontro de sociedades primitivas, sociedades camponesas, o bom selvagem, a harmonia com a Mãe Terra; viaja pelo Expresso do Oriente, segue a Rota da Seda ou a Rota Histórica 66 (estrada dos finais dos anos 20 do passado século, que rasgou os EUA, de Chicago a Los Angeles e a Santa Mónica), reconhecida pela sua importância histórica, cultural e turística, uma rota de aventura e silêncios; desce o Nilo, visita velhos lugares das Missões Jesuíticas e outros não menos simbólicos...

Os turistas alocêntricos são no geral turistas experientes, educados e portadores de novos valores ambientais, sociais, culturais e patrimoniais. Com eles, a afirmação de certas motivações relativamente a outras que foram dominantes no turismo: férias mais activas, mais personalizadas, mais respeitadoras do ambiente, mais de descoberta do desconhecido; férias mais individualizadas, de realização pessoal; férias de afirmação de valores não materiais (saber, tradição, autenticidade); férias culturais, a cultura reconhecida como sistema de valores relacionados com o desenvolvimento intelectual, espiritual e estético e como síntese do “modo de vida” de um povo. O turismo que valorizam deve proporcionar contactos entre culturas em cenários naturais, no respeito dos espaços de vida das populações locais: os

seus padrões culturais influenciam a sua capacidade e desejo de viajar, as motivações determinantes, as sensibilidades perante eventos ou produtos culturais. A afirmação do grupo aloccêntrico induz a necessidade de renovação dos produtos e dos destinos: afirmação da qualidade e da componente de inovação; diversificação e personalização; menor ostentação, regresso ao durável, ao simples, ao natural, ao autêntico; regresso também ao espiritual e ao simbólico, ao místico, ao esotérico e ao passado.

... *Das massas aos nichos.*

O mercado turístico é global e marcado pelo aumento das ofertas e da concorrência: produtos mais baratos e de melhor qualidade, preços mais justos, novos produtos ou velhos produtos reinventados, e sempre níveis crescentes de satisfação do consumidor. O turismo é uma actividade dinâmica, criativa, de inovação: produtos em aperfeiçoamento e adequação constantes, estruturação de novos produtos e resposta a novos mercados consumidores; destinos que permaneçam competitivos em relação a outros mais novos e menos explorados, e que continuem a atrair visitantes pela primeira vez, bem como os habituais, que permaneçam singulares culturalmente e em equilíbrio com o ambiente natural. A sustentabilidade passa a ser uma questão fundamental, nas suas múltiplas vertentes. Acresce que, no turismo, o sucesso depende do atendimento e satisfação das necessidades materiais e imateriais dos turistas, da superação das suas expectativas, e consequente fidelização: a cadeia produtiva turística é complexa (meios de hospedagem, restauração, bares, transportes, comércio, centros culturais e de artesanato, postos de

informação turística, serviços públicos, etc.), muito dependente dos atractivos mas não menos da formação da mão-de-obra, dos conhecimentos, da hospitalidade; no turismo intervêm trocas psicológicas, da empresa, do lugar, dos actores...

Os turistas são cada vez mais sensíveis aos custos: crise económica, empobrecimento de largas camadas da população, níveis elevados de desemprego, custos das viagens (custos do petróleo e das emissões de carbono, pressões das ONGs ambientais, dificuldades das empresas de aviação, incluindo as *low cost*, forte dispersão espacial dos destinos das residências secundárias). Na continuação, procura cada vez mais selectivas nos tipos de férias e viagens, combinando modalidades diferentes, de turismo de massa e de turismo diferenciado e caro - um mesmo consumidor com procura diferentes em diferentes ocasiões, umas vezes banais e outras bem específicas, alternativas, singulares, de nicho, únicas; procura organizadas em família ou em grupos de amigos ou temáticos; regionalização dos fluxos de turismo internacional e afirmação do turismo doméstico. E também, tendências para viajar menos, por períodos mais curtos (fins de semana, *short breaks*) e com soluções mais económicas, nomeadamente quanto a alojamento, mesmo se a intensificação da difusão da informação leva ao agudizar da curiosidade e dos desejos de partida (internet), favorecidos pelo jogo dos câmbios, e em particular pelo valor do euro.

Cresce o número de turistas que recusam viajar com programas de turismo de massa e de grande distância, próprios do turismo fordista: querem algo

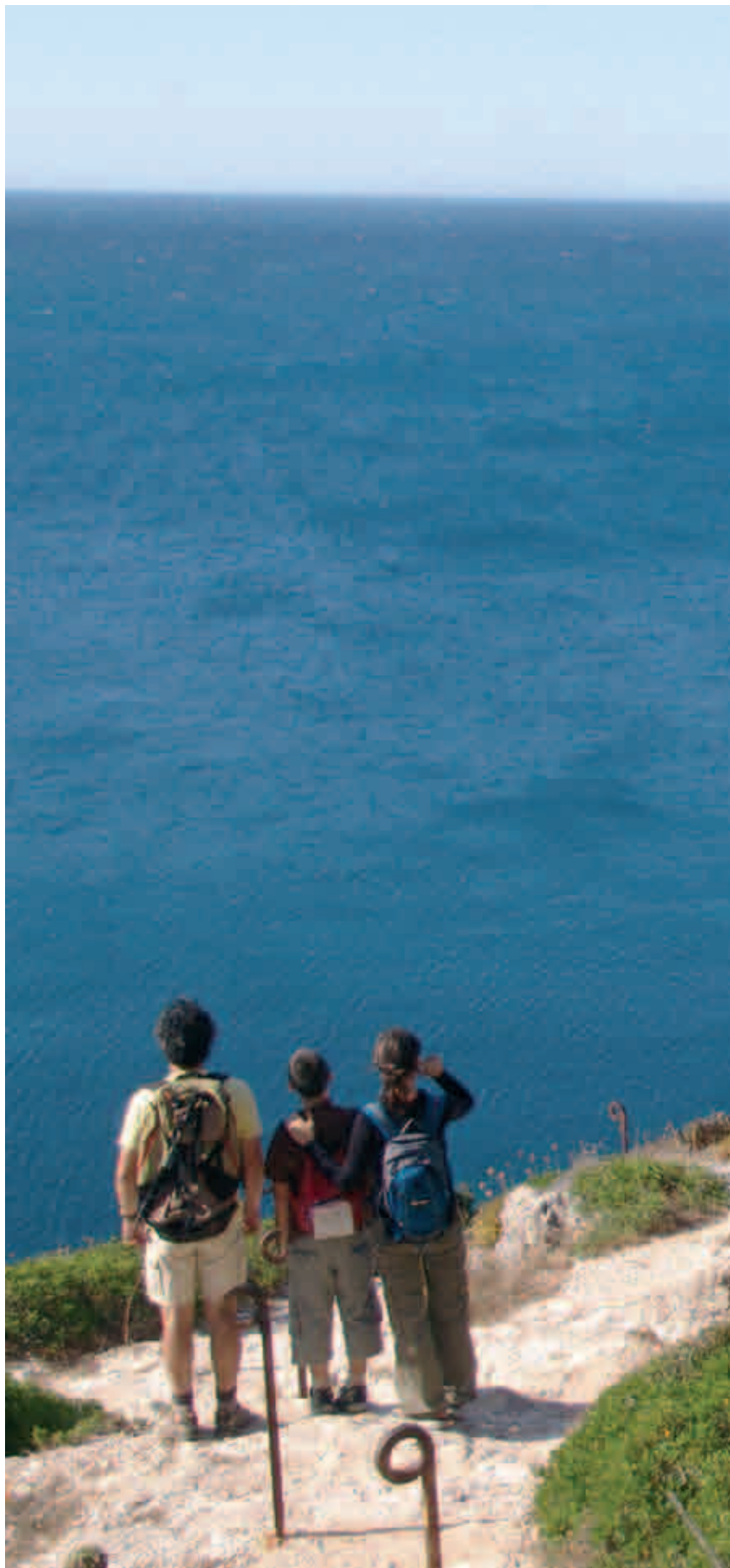
menos tradicional, mais diferenciado, direccionado, personalizado, variável, centrado na qualidade, na cultura e no ambiente, com valores intangíveis e domínio da economia super simbólica; e exigem uma inovação constante da oferta, traduzida em novos processos produtivos, novas formas de comercialização, novos sistemas de pagamento, simplificação da burocracia, mais informação a respeito do cliente, dos seus desejos, pacotes flexíveis, com mais liberdade e mais à medida, o que implica estruturas mais horizontais e menos hierárquicas, com descentralização das decisões nas empresas (Sérgio Molina), dando lugar à afirmação de micro e pequenas empresas com ofertas específicas para grupos específicos.

Muitos turistas exprimem necessidades de experiências de lazer realmente inéditas, activas e radicais, criativas e também tecnológicas, de acordo com o desenvolvimento e a invasão da tecnologia nos quotidianos de trabalho e de lazer: tal implica grandes investimentos na busca de inovações, no fomento da criatividade, na concepção de novos produtos/serviços turísticos de alta tecnologia e alto valor agregado, com as necessárias infraestruturas e equipamentos, como nos parques temáticos de maior sofisticação e em todas as novas *ludopolis*, no sentido de cidades lúdicas. Um turismo não dependente da natureza mas da tecnologia, com criação de ambientes artificiais bem controlados: espaços-cenário e destinos totalmente fechados, afastados dos espaços das comunidades locais, bem equipados, assépticos, sem assimetrias sociais, tensões religiosas e culturais, sem manifestações de violência, seguros e sustentáveis. Como lembra Sérgio Molina, no pós turismo não importam os atractivos naturais

nem os recursos culturais disponíveis localmente, na medida em que os produtos oferecidos os não integram.

Alguns destinos tradicionais renovam-se ao integrar nas suas ofertas componentes criativas mais ou menos técnicas, mesmo se modestos no universo mundial dos destinos de férias, caso de Zadar, na costa dálmata: concerto permanente de «música aquática» sempre diferente no anfiteatro do passeio marítimo, proporcionado pelo órgão que funciona através do movimento do ar nos seus tubos impulsionado pelas vagas e pequenas marés do Adriático; Saudação ao Sol, sol fotovoltaico e seus planetas, também no passeio marítimo, através do jogo de luzes na superfície de vidro circular, proporcionado por uma pequena central, com três centenas de painéis sobre módulos solares.

Paralelamente, outra clientela turística «procura verdadeiros sítios que combinam a autenticidade e a profundidade do intercâmbio cultural por um lado e a harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados por outro (...). Num mundo atormentado pela perda de referências, a necessidade de pertença, bem como de um intercâmbio cultural, exprimem o desejo de uma procura de sentidos da parte dos actores (...). Os turistas querem ser actores, responsáveis e solidários em seus intercâmbios com outros mundos» (H. Zaoul). Por sua vez, os actores locais dos sítios objecto de desenvolvimento turístico procuram evitar a sua marginalização económica, a destruição cultural da sua identidade e da qualidade ecológica do seu território. Ganha expressão o «desejo de diálogo de sentidos entre os visitantes e os visitados», de descoberta mútua, de um turismo intercultural, de diversidade e de proximidade («o exotismo está às nossas portas»), de património, de memória e de história, de valores, de emoções e de assombro», na certeza de que, como recorda H. Zaoul, «o que observamos depende estritamente das nossas crenças sociais e científicas e do lugar de onde nós o fazemos»: um turismo de sentidos, de profundidade, *situado*, solidário e sustentável.



EM DESTAQUE

In December 2009, Professor Jafar Jafari accepted the invitation to become a faculty member of University of Algarve, as full professor. He is Founding Editor of *Annals of Tourism Research*; Chief Editor of *Tourism Social Science* (book) Series; Co-chief Editor of *Innovation & Tourism: Connecting Theory and Practice* book series; Chief Editor of *Encyclopedia of Tourism*; Co-Founding Editor of *Information Technology & Tourism*; Co-Founder of TRINET: Tourism Research Information Network; and Founding President of *International Academy for the Study of Tourism*. A cultural anthropologist (PhD, University of Minnesota, USA) and a hotel administration graduate (BS and MS, Cornell University, USA), with an honorary doctorate from the Universitat de les Illes Balears (Spain) and the recipient of the 2005 United Nations World Tourism Organization Ulysses Award, he is a faculty member of the University of Wisconsin-Stout Department of Hospitality and Tourism (USA).



UNIVERSITY COMMITS TO UPLIFT TOURISM

Jafar Jafari

UNIVERSITY OF WISCONSIN-STOUT, USA

UNIVERSITY OF ALGARVE

It is not news to anyone that tourism is a global force, an economic giant, and indeed a fast changing, always challenging, and very competitive industry. Today there are no countries in the world which are not involved in it—either as tourist generating markets, or as receiving destinations, or both. Although tourism has deep-driven roots and is well received, still it must be guided and nurtured. Its “cultivation” for desired harvest should take the center stage, in its fields of operation as well as in its grounds of academia.

Initial seeds of tourism were planted in old times when basic food and shelter needs of sporadic travelers were somehow met. This quickly changed to the development of home-grown commercial establishments, gradually evolving to big businesses, and later to an industry – to the widespread scale we know it today. In its early formative phases, it enjoyed flexibility of all types, but nowadays it is influenced and impacted, among other things, by local and global socioeconomic environments. Still, significantly, in many parts of the world, tourism itself has reached a magnitude—with its powered and powering engine—which can structure or even control the very destinations in which it operates. These cumulative developments and giant sizing of tourism in turn have led a growing number of colleges and universities to commit to tourism research and education: to study it, to contribute to its planning and development, and to improve its performance by preparing new generations of workforce to manage

and operate its many businesses worldwide.

This rapid transformation and expansion of the industry as well as the entrance of education systems into this field may suggest that tourism is now fully grounded. Yes, in theory, but the reality indicates otherwise. On one hand, the industry, after centuries of operation, is still fragmented and unsynchronized. On the other hand, its links with the world of research and education continue to be in the early stage only, with well-designed bridges of connectivity and cooperation between the two banks not landed.

Industry’s own understanding of tourists’ wants and needs, relationships between tourism supply and demand, marketing techniques and branded themes, all these and more have done wonders for ages, but the “magic” is worn out. Circumstances have changed. Today is the age of climate change or global warming, economic crisis and uncertainties, safety and security concerns, terrorism acts and concerns, and unending fluctuation of the tourist demand, and these coupled with many unfolding new and old ambiguities? Nevertheless, it is with this intertwined environment—pulling and pushing in every direction—that tourism must perform. The industry is caught unprepared and in shock, more so since the turn of this century.

Fortunately, there are several regions of the world which are choosing to bring the operational and academic arms of tourism

together – one, for the industry to top its performance and to best deliver its socioeconomic promise to itself and to its region, and, two, **for universities to contribute to the formation of knowledge and to apply the same to the fields of practice in this multi-faceted industry.** While it is believed there is the “art” of doing tourism, there is a growing recognition that it is its “science” that can do the magic. For examples of industry/university collaborations for two-way bridges one does not have to search afield. The Algarve region and its University of Algarve is a model in point.

Almost since its inception, University of Algarve has been cognizant that, like other academic institutions, beyond pursuit of traditional academic missions, it has to be responsive to the home-grown needs of its own region. Algarve’s economic engine is increasingly powered with tourism—an industry which is defining and shaping the structure and function of the region and Portugal in general. Therefore, in addition to conducting research on tourism, the university is also increasing its commitment to education and training in this field, beyond its present PhD program in tourism and courses dealing with hospitality, leisure, recreation, and golf management. Actually, the university has bigger plans: determined to take a lead position in the field of tourism research and education in Portugal and to increase its visibility in Europe and the world.

To advance in this direction, University of Algarve has been building – now with a new vigor

– bridges of collaboration between the two banks of tourism:

- In the field of practice – the industry with its many sectors—the university continues to strengthen its existing ties and add new links in the region and the rest of Portugal. This enables the university to best perform its tasks by gaining direct input from the industry as to what its present and forthcoming needs/expectations are, both in respect to research questions/problems and in relation to qualifications and expertise desired in each graduating class. Advisory committees, made up of lead individuals from various sectors of tourism, would make this relationship mutually beneficial and fruitful.
- In respect to research and education, University of Algarve intends to establish itself as a worldclass institution committed to tourism. This measure is significant, particularly when recognizing that a university is obligated to respond, among other things, to specific socioeconomic requirements of its own community. With the region having already entered tourism in a big and still expanding way, the university has no choice but to be responsive to this development. To do so, it has to reach beyond itself, its region, and the country. The university must find its firm place in the global networks of tourism, in respect to both practice and theory.

Many ongoing and new strategies can be utilized to face and deal with these

two applied and theoretical missions of the university. Hosting goal-oriented conferences on campus or in the regions is one approach. In such events, the needs/questions of the industry are discussed and recommendations are formulated, new trends are reviewed and analyzed, mistakes and achievements of other destinations are sampled, cutting edge research and practices are featured, etc. This is all to make tourism in the region and the country sustainable and competitive. To “standardize” education of next generations of tourism workforce, aligning local programs to the Erasmus Mundus and other international systems will be among initial steps. For the university to occupy a prominent place worldwide, its tourism professors will publish in lead refereed journals, actively participate in international congresses, in addition to organizing and hosting such events on campus. An example of the latter is the already-made commitment to host the 2013 meeting of the International Academy for the Study of Tourism in Algarve. This is the most prestigious scholarly tourism body in the world. Membership in the Academy is limited to a few admissions every two years, of those whose credentials have been scrutinized and receive more than 50 percent of the total membership affirmative votes.

In short, University of Algarve understands its regional and national mission, is now actively responding to many near-home academic and applied thrusts in tourism and, at the same time, is reaching out and going international. This will be a long but rewarding journey, for which the industry and the university are joining forces and stand to benefit.

:: Entrevista com:

JOÃO ALBINO SILVA

Director do Centro de Investigação em Turismo e Lazer (CITel) Director do Programa de Doutoramento em Turismo da UAlg e Professor da Universidade do Algarve

É crucial para a Universidade do Algarve a internacionalização do ensino e a investigação em Turismo



No momento em que o primeiro Programa de Doutoramento em Turismo do País – que a UAlg começou a oferecer no ano lectivo de 2008/2009 – entra na sua terceira edição, o director deste curso inovador de 3.º ciclo, o Prof. Doutor João Albino Silva, fala sobre o que tornará este programa capaz de competir pelos melhores alunos a nível internacional, depois de já ter firmado uma posição de destaque no panorama nacional.

UALGzine - O Programa de Doutoramento em Turismo é o resultado de 30 anos de investimento da UAlg nesta área do conhecimento?

João Albino Silva - A Universidade do Algarve (UAlg) ao longo dos seus 30 anos de vida tem feito do ensino e formação na área do Turismo um dos seus pilares pioneiros e simultaneamente distintivos, assumindo-se como universidade líder no ensino e formação neste campo através da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, onde são leccionados diversos cursos nessa temática, bem como, posteriormente, lançando os primeiros mestrados em Turismo na Faculdade de Economia. Ao longo destas últimas três décadas, os docentes da UAlg que trabalham na área do Turismo têm vindo a desenvolver a sua actividade de investigação, no campo mais visível da produção de inúmeras teses de mestrado e doutoramento, sem descurar uma abundante publicação em revistas nacionais e internacionais. Podemos dizer que, nos últimos três anos, todo este esforço pioneiro de ensino e investigação conduziu à criação do primeiro programa de Doutoramento em Turismo no nosso País, que conhece agora o início da terceira edição, com uma larga adesão de estudantes de diversas áreas em que o Turismo se desdobra e, igualmente, ligadas a múltiplas instituições, quer do Algarve, quer de fora da região, assumindo-se como um programa de verdadeiro cariz nacional.

UALGzine - Quais são as unidades orgânicas e centros de investigação

da UAlg que contribuem para este programa de doutoramento?

JS - Sendo da responsabilidade científica da Faculdade de Economia da UAlg, este programa de doutoramento em Turismo tem a colaboração da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo desta mesma Universidade e está articulado com as actividades de investigação que estão a ser desenvolvidas no Centro de Investigação em Turismo e Lazer (CITel) da UAlg.

UALGzine - A adaptação do doutoramento em Turismo para que possa integrar o programa Erasmus Mundus é uma aposta estratégica para projectar o curso e a UAlg no panorama internacional?

JS - O novo quadro do ensino superior, trazido pelo processo de Bolonha, obriga-nos a um esforço de inovação, de desenvolvimento e de mudança, colocando-nos o desafio de uma acrescida competição de propostas de ensino e, ao mesmo tempo, como imperativo, o desafio da internacionalização, seja pelo carácter intrínseco desse processo de Bolonha, seja pelo facto de o próprio Turismo, nas suas dimensões produtiva e de investigação, assumir-se hoje como uma actividade completamente globalizada. É neste contexto que uma próxima edição do programa de doutoramento em Turismo será preparada para ser integrada no programa Erasmus Mundus, em parceria com universidades europeias e de outros espaços geográficos de referência no domínio do Turismo.

UALGzine - A adesão da UAlg à Organização Mundial do Turismo é mais um passo no sentido de garantir a internacionalização bem sucedida do programa?

JS - Sim, de facto a recente adesão da UAlg à Organização Mundial de Turismo, através do seu Comité para a Educação e Ciência, vem igualmente reforçar a internacionalização não só do programa de doutoramento, mas também, e sobretudo, do ensino e investigação em Turismo desta Universidade.

UALGzine - E quanto ao corpo docente? Que apostas foram feitas pela UAlg para que o corpo docente seja também ele um factor incontornável de atracção de estudantes de primeira água de todo o mundo?

JS - Importa sublinhar que a Universidade do Algarve possui o maior número de doutorados em Turismo das universidades portuguesas. Este corpo docente é, aliás, reconhecido pela sua produção científica em termos internacionais. Na primeira edição deste programa foram não só convidados colegas portugueses de grande prestígio, como estiveram presentes reputados especialistas mundiais. Na terceira edição, que agora teve início, o padrão de qualidade será o mesmo. Como símbolo desta internacionalização e elevada qualidade pedagógica e científica deste curso, gostaria de destacar a figura do Professor Jafar Jafari, editor durante os últimos trinta anos da principal revista científica do turismo, o *Annals of Tourism Research* e primeiro presidente da Academia Mundial de Turismo, a mais importante instituição científica no domínio do turismo.

UALGzine - Quais são os principais objectivos deste programa de doutoramento?

JS - Os objectivos gerais do programa de doutoramento em Turismo passam, sobretudo, pelo aprofundamento da compreensão geral dos principais actores da actividade turística e a capacidade para reconhecer as suas interacções, permitir que os doutorandos dominem métodos e técnicas

avanzadas de análise e investigação aplicadas ao Turismo, ao mesmo tempo que é proporcionada uma formação de elevada qualidade no contexto de um ambiente de investigação exigente mas apoiado. A criação deste programa ajusta-se à necessidade das futuras políticas do sector, bem como às práticas dos agentes que nele actuam através de um conhecimento técnico-científico, permitindo obter vantagens comparativas nos mercados em que operam e abrir novos horizontes ao seu desenvolvimento.

UALGzine - A estrutura deste programa permitirá formar profissionais e investigadores capazes de responder às novas dinâmicas que estão a influenciar o sector do turismo na actualidade?

JS - Sim, o programa pretende reforçar a formação de profissionais e investigadores, capazes de desenvolver ferramentas de estruturação, planeamento e gestão que promovam o crescimento do Turismo e das suas organizações, de uma forma integrada e numa perspectiva de longo prazo. Formar profissionais habilitados a intervir em contextos onde as interrelações são extraordinariamente complexas – Estado, mercado, redes, comunidades, empresas, associações empresariais e instituições de ensino e de investigação – constitui um dos objectivos fundamentais do programa, dando resposta a um novo contexto



“IMPORTA SUBLINHAR QUE A UNIVERSIDADE DO ALGARVE POSSUI O MAIOR NÚMERO DE DOUTORADOS EM TURISMO DAS UNIVERSIDADES PORTUGUESAS. ESTE CORPO DOCENTE É, ALIÁS, RECONHECIDO PELA SUA PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM TERMOS INTERNACIONAIS. NA PRIMEIRA EDIÇÃO DESTE PROGRAMA FORAM NÃO SÓ CONVIDADOS COLEGAS PORTUGUESES DE GRANDE PRESTÍGIO, COMO ESTIVERAM PRESENTES REPUTADOS ESPECIALISTAS MUNDIAIS”

turístico, onde estão presentes novas exigências da procura e novos desafios para as organizações e destinos turísticos e procurando responder às necessidades do sector num contexto de elevada competitividade.

UALGzine - Em que medida se pode dizer que o programa de doutoramento em Turismo da UAlg vai ao encontro do espírito de Bolonha?

JS - Este curso insere-se no espírito de Bolonha na medida em que promove a adaptabilidade de processos ao invés da rigidez das estruturas e organização – sendo este o maior desafio no plano estritamente académico – e envolve mudanças substanciais de filosofia, métodos, processos e recursos de ensino-aprendizagem-investigação-extensão. Referimo-nos a processos interactivos, adaptativos, complementares, de formação presencial, de ensino à distância, de acompanhamento tutorial, de exercício da responsabilidade individual, numa aceção que monitoriza e avalia constantemente o desempenho de todos os seus agentes.

THE INTERNATIONAL ACADEMY FOR THE STUDY OF TOURISM AT UNIVERSITY OF ALGARVE IN 2013



Pauline Sheldon

PRESIDENT OF THE INTERNATIONAL ACADEMY
FOR THE STUDY OF TOURISM (IAST)
UNIVERSITY OF HAWAII

The *International Academy for the Study of Tourism* (The Academy) is an international organization created to enhance both theoretical and practical research in the field of tourism (www.tourismscholars.org). Every two years the Academy meets to discuss new research in the field of tourism at various locations around the world. We are happy to announce that the Academy will hold its 2013 meeting in Portugal at the University of the Algarve. This has been made possible by the committed efforts of the Rector of University of Algarve, Professor João Guerreiro, and Professor Joao Albino Silva and Professor Júlio Mendes, coordinators of PhD Programme in Tourism. We were happy to welcome Professor Joao Albino Silva at our last conference in Mallorca to present the offer to our members. Other recent locations of Academy conferences are Turkey, Finland, Spain, and Macau and its 2011 meeting will be held in Taiwan.

The goal of the Academy is to further the scholarly research and professional investigation of tourism. Related objectives include: (a) encouraging the application of tourism research findings and (b) advancing the international diffusion and exchange of knowledge about tourism. Given the commitment of the University to the study of tourism this represents a unique opportunity for all. During the conference in the Algarve we hope to work with tourism researchers, industry professionals and students to identify new research topics of relevance to the development of Portugal as a tourism destination. The Algarve region has many unique features that lend themselves to innovative

sessions and exploratory field trips. Professor Joao Albino Silva and Professor Julio Mendes introduced the region to Professor Pauline Sheldon (President of The Academy) and Professor Jafar Jafari (Founding President) in May 2009 and discussed possible research topics. Pauline and Jafar enjoyed it immensely and are looking forward to working with all stakeholders in the region to make a contribution to tourism development with this Academy event. Indeed this is a goal of Academy meetings – that some contribution is made to the region that hosts the conference.

The Academy membership is comprised of seventy-five of the most highly accomplished tourism researchers from over twenty countries throughout the world. The scholars that form the Academy have varied disciplinary backgrounds – many from social science disciplines relating to the field of tourism (e.g. anthropology, geography, sociology, economics, regional science) and have developed their own specialty areas. More recently Academy Fellows have business and information technology backgrounds. The interdisciplinarity of the Academy is a key feature, and leads to interesting research topics and rich debates and discussions of key tourism issues at the Academy meetings.

In addition to its Fellows, each year the Academy chooses four Emerging Scholars in Tourism to attend the conference and present their research. These scholars must be less than ten years after their doctoral degree and must be making a significant contribution to the study of tourism. Emerging scholars meet the Fellows and create professional working relationships or mentorships with them at the conference. One of these Emerging Scholar slots is always reserved for a scholar from the host country so we

look forward to receiving applications from Portugal for at least one of these Emerging Scholar Awards.

Nominations for full membership into the Academy are welcomed every two years and again we look forward to receiving nominations of Portuguese scholars. Even though it is not easy to gain membership - the nominee must present their past and future research in context at the conference and receive a positive vote from two-thirds of the membership – we admitted six new Fellows in 2009 and look forward to welcoming more at the 2013 conference in Portugal.

The Academy publishes books and special issues of Journals dedicated to Academy authors. Some of the papers presented in Mallorca, Spain in June 2009 can be found on the website, others are being published in *Journal of Travel Research and Tourism Analysis*. Our next book - soon to be published from the 2009 conference - celebrates the 20th anniversary of the Academy. The title of the book is “A 20-20 Vision of Tourism Research; Roads Traveled, Hills yet to Climb” and the publisher is Goodfellows. The various Chapters are reflections by Academy Fellows on different aspects of tourism research and the contributions already made in the last 20 years and those yet to occur in the next twenty. The Academy is also currently reaching out to quality tourism research conferences around the world to create alliances for mutual benefit.

The Academy is guided by its Executive Committee which consists of President (Pauline Sheldon), First Vice-President (Julio Aramberri), Second Vice President (Larry Dwyer), Treasurer (Haiyan Song) and Past President (Richard Perdue). The day-to-day business of the Academy is performed by the Secretariat at Hong Kong Polytechnic University headed by Kaye Chon. We are looking forward to working with the University of the Algarve and other professionals in the region to create an inspiring and worthwhile conference that will move forward the boundaries of tourism research.

ACTUALIDADE

Ciência e Investigação

“Understanding residents” attitudes towards the development of tourism in the Spanish province of Huelva and the Portuguese region of Algarve

The focus of this project is the attitude of the residents of the Spanish province of Huelva and the Portuguese region of Algarve with respect to tourism, and the variables that determine this attitude towards tourism development, such as perceptions of the impacts that tourism has or could have on the community, etc.

The additional and valuable contribution of this comparative study is the possibility to bring under control one of the main variables recognized for its influence in the attitude of local communities towards tourism growth: the stage of the life cycle of this industry, taken two cases in a very different situation: one, the Algarve, a mature destination, and other, the province of Huelva, in a much earlier stage, as a still emergent destination.

The sitting of the study are the Province of Huelva and the region of Algarve. The development of the tourism industry in the province of Huelva, situated the extreme

southwest of Spain, with a population of around half a million inhabitants, is a recent phenomenon but one that is beginning to impinge palpably on the physiognomy and way of life of the populations that are affected by the rapid growth of this economic activity. The region of Algarve, in turn, is the most important Portuguese tourist destination. Located in the south of the country, the Algarve's economy is mainly based on tourism activity. During 2006, visitor numbers reached 2.78 million (Airport arrivals) with most foreign tourists travelling from the United Kingdom. Despite the importance of tourism as a prominent force in the local residents' way of life, no study was carried out before about the attitudes hold by citizens regarding the tourism development.

The tourism expansion is becoming evident over a considerable part of the geography of these regions, in its different modalities, and is transcending the initial seaside holidays (known as “beach and sun” tourism), which is largely taken as a normal fact of life. This activity will

have both positive and negative effects on the quality of life, the culture and the environment, and its repercussions on the receiving or hosting society will be felt particularly in its economic, social and environmental dimensions.

It is understood that a well-balanced (or sustainable) tourism development cannot be constructed on the margin of the autochthonous population, which makes it essential to obtain reliable information about the collective perception of the phenomenon.

For this reason we set out to determine the opinions and attitudes of the receiving population about this phenomenon, in particular regarding the effects of the presence of tourists, increasingly more numerous, on the economy, the culture, the landscape and each of the principal aspects that make up the quality of life in the various parts of these regions.

Projecto Universidade do Algarve – Universidade de Huelva, Apoio do Conselho de Reitores das Universidades Portuguesas (CRUP)

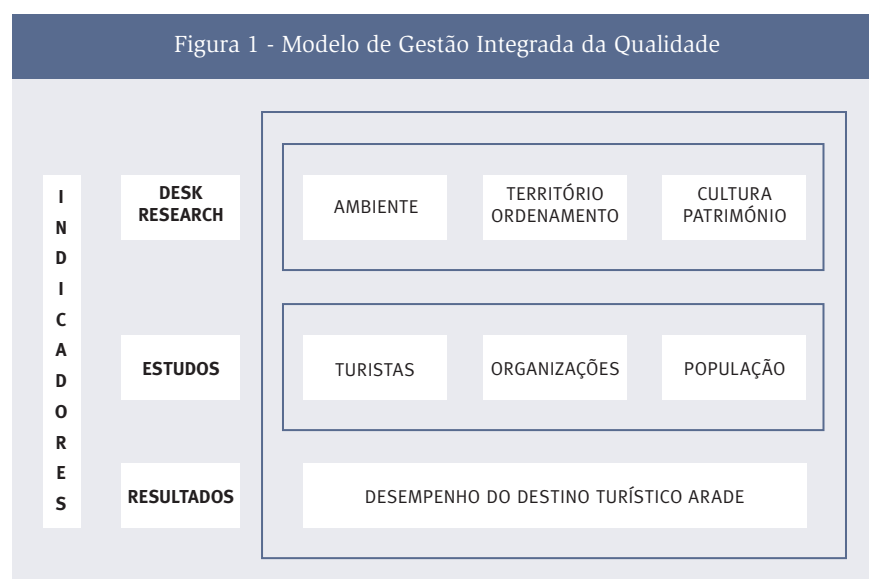
Prémio Ceratónia UAlg – CGD

Modelação e monitorização da qualidade nos destinos turísticos

O objectivo central do projecto é desenvolver um sistema de avaliação e de monitorização do estado da qualidade nos destinos turísticos portugueses. O sistema estrutura-se em torno de um quadro de indicadores dinâmico e de um modelo explicativo das relações que se estabelecem entre as variáveis envolvidas.

A abordagem a desenvolver assenta numa dinâmica de operacionalização e de monitorização sistemática de um quadro de indicadores, concebido a

Figura 1 - Modelo de Gestão Integrada da Qualidade



partir de um conjunto integrado de vectores que procuram descrever e interpretar a complexidade do fenómeno e a natureza compósita da realidade em observação. O modelo, desenvolvido pela equipa e já testado no Destino turístico Arade, estrutura-se em torno de sete dimensões: ambiente, ordenamento do território, cultura/património, turistas, organizações, população residente e desempenho do sector (Figura 1).

Prevê-se que o projecto contribua para o aprofundamento das questões conceptuais do *constructo* da qualidade no turismo e da problemática que envolve a sua operacionalização no contexto dos destinos turísticos, o que se repercutirá na sustentabilidade do processo de tomada de decisões dos responsáveis pela problemática da competitividade dos destinos turísticos.

O projecto produzirá ainda impactos em termos de imagem global dos destinos envolvidos, permitindo o futuro desenvolvimento de sistemas de garantia da qualidade e de certificação de serviços, de vantagens na negociação com os operadores turísticos e os mercados-alvo.

Muito embora se reconheça que algumas das questões centrais do projecto, nomeadamente a da modelação e a da criação de um índice de avaliação da qualidade nos destinos turísticos possam ter impacto imediato em todas as regiões turísticas que estejam atentas ao desenvolvimento deste trabalho, os destinos turísticos envolvidos no projecto como áreas experimentais de aplicação da metodologia de avaliação proposta vão ser os primeiros beneficiários do conhecimento produzido e, neste sentido, admite-se que possam vir a assumir algum protagonismo em termos de diferenciação face a outros destinos turísticos.

Centro de Investigação em Turismo e Lazer - CITel

O CITel foi criado em 2008 com o objectivo de agregar num projecto comum de investigação em Estudos Turísticos um conjunto de investigadores da Universidade do Algarve que têm vindo, desde há muito, a dedicar a sua atenção a esta área de saber. O carácter multidisciplinar, com tendência à transdisciplinaridade, tinha conduzido a uma pesquisa fragmentada e por vezes dispersa a qual devia ser congregada num espaço comum de diálogo, reflexão e encontro de ciências das mais variadas origens. Deste modo, foi possível criar um ambiente propício ao surgimento de projectos transversais, criativos e inovadores.

A Comissão Científica, constituída por todos os membros permanentes com doutoramento, é responsável pela política científica e elege o Presidente e a Comissão Executiva. No presente mandato o Presidente é o Professor Doutor João Albino Silva. O centro tem uma Comissão de Acompanhamento, formada por um conjunto de académicos de renome mundial como é o caso dos Professores Doutores Jafar Jafari e Eduardo Fayos Solà. Conta ainda com um Conselho Consultivo em fase de constituição.

É intenção do centro incrementar a diversidade disciplinar de formação dos seus membros sendo certo que já conta com especialistas em Economia, Gestão, Sociologia, História, Psicologia, Ciências do Ambiente, Marketing e Turismo. Nos últimos anos a produção científica, em termos de publicações, cresceu significativamente.

Os artigos em causa, de ordem teórica ou aplicada, foram publicados em revistas de topo como o *Annals of Tourism Research*, *Hospitality Management*, *International Journal of Contemporary Management*, *International Journal of Tourism Research*, *Tourism Economics* e *Tourism and Hospitality Research*. No

mesmo período de tempo concluíram-se oito projectos de índole nacional/local e cinco de carácter internacional.

A actividade dos membros do CITel, em conselhos editoriais e científicos de revistas de renome internacional, é significativa na medida em que ascende a 23 participações. Numa época em que uma das actividades mais internacionalizadas é a investigação, as parcerias com outras instituições e grupos de pesquisa, tanto a nível nacional como internacional, são elementos centrais da uma estratégia de afirmação de qualquer centro de investigação. O CITel pretende ir mais longe ao estabelecer e manter uma ligação com os principais *stakeholders* a nível regional, nacional e internacional. Dado o número apreciável de acordos estabelecidos destaca-se apenas alguns de dos realizados a nível mundial, como é o caso da Comunidade de Língua Portuguesa, a Organização Mundial de Turismo, as Universidades das Ilhas Baleares (Espanha), Bournemouth (Reino Unido), Lapland (Finlandia) e UNiVali (Brasil).

Além da pesquisa relacionada com os interesses científicos dos académicos e com as solicitações da indústria, há ainda que referir aquela que é desenvolvida pelos estudantes de mestrado, e, de sobremaneira, pelos de doutoramento. A investigação realizada, ao abrigo do Programa de Doutoramento em Turismo, iniciado em 2007, conduziu à produção de artigos científicos e, muito em breve, dará contributos através de teses cuja conclusão e discussão se inicia em breve.

Empenhados em desenvolver uma investigação que concorra, de modo decisivo, para o reconhecimento da Universidade do Algarve como uma instituição de referência, quer a nível nacional, quer internacional, no que concerne à investigação e ao ensino em Turismo, intenta-se submeter o CITel à avaliação da Fundação para a Ciência e Tecnologia.

INITIATIVE:PT Monitor

O Initiative:pt é um programa que pretende fomentar o desenvolvimento turístico do país, promovendo o crescimento sustentado de novas rotas aéreas. Decorrente desta iniciativa surge o Initiative:pt Monitor, que resulta de uma parceria entre o Turismo de Portugal, a ANA – Aeroportos de Portugal e a Universidade do Algarve.

Este estudo é executado numa plataforma de estreita colaboração entre aeroportos e instituições de ensino superior regionais (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Universidade do Porto, Universidade dos Açores e Universidade da Madeira).

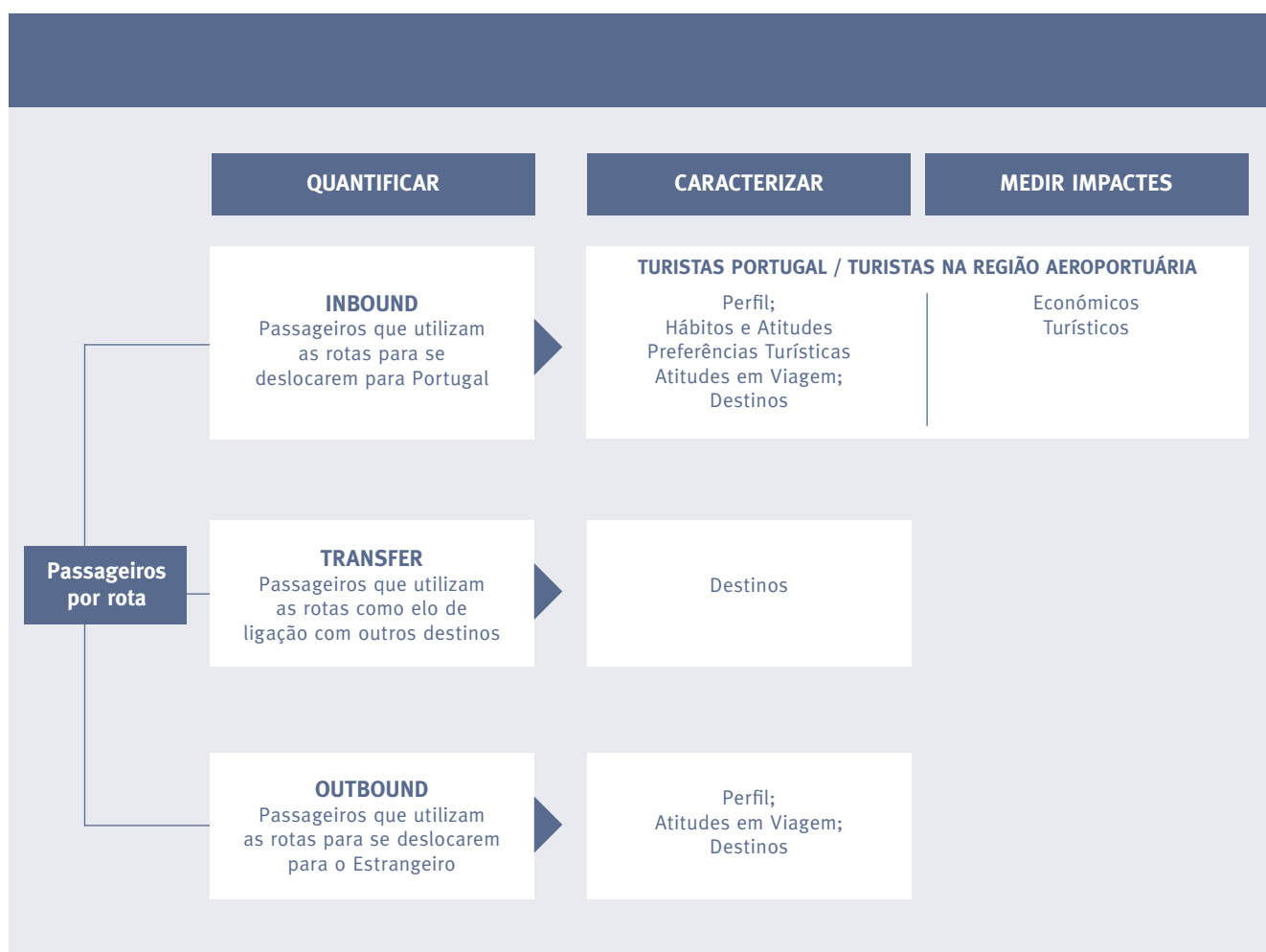
O Initiative:pt Monitor consiste num sistema de avaliação e

monitorização metódica da actividade das rotas Initiative:pt, que apresenta uma bateria de indicadores, sobre passageiros e turistas que quantificam, caracterizam e avaliam os impactes destes fluxos na actividade turística e aeroportuária em Portugal.

A realização do Initiative:pt Monitor coincide com o ano IATA e incide actualmente sobre 33 rotas que operam em quatro aeroportos (Aeroporto Internacional de Faro, Aeroporto de Lisboa, Aeroporto da Madeira e Aeroporto de Ponta Delgada, nos Açores). O estudo segue uma metodologia quantitativa suportada por dados primários recolhidos em quantidade suficiente para garantir a fiabilidade da informação apresentada.

Este projecto concretiza-se em dois períodos de recolha de informação Inverno e Verão IATA, num total de 17 639 observações, distribuídas pelas 33 rotas em operação. A dimensão da amostra permite caracterizar passageiros e turistas com margens de erro inferiores a 4%.

Os resultados relativos ao Inverno IATA 2009/2010 mostram que as rotas Initiative trouxeram a Portugal um número significativo de turistas entre Novembro de 2009 e Março de 2010. Estes que ficaram maioritariamente nas regiões de influência dos diferentes aeroportos, vieram para Portugal por ser este destino a sua primeira opção ainda que muitos ainda não conhecessem o país. Os principais resultados do estudo estão disponíveis no site <http://www.casee.ualg.pt/index.php>



IMPACTUR: Parceria para o conhecimento e análise do turismo

Os seis anos de parceria entre o Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo (CIITT-UAlg) e o Turismo de Portugal I.P., conduziram ao actual grau de desenvolvimento da plataforma IMPACTUR, disponível em www.impactur.pt. Trata-se de um estudo que visa antecipar e corresponder às necessidades de informação e análise do sector, evolutivo face às diferentes procuras e especificidades dos actores, num permanente processo de criação e validação científica, com uma equipa de nove elementos que envolve docentes, investigadores e consultores externos.

O grau de satisfação dos 1.100 utilizadores registados (Outubro, 2010) e as 86.580 páginas consultadas promovem um nível de exigência para com a equipa do IMPACTUR, a que esta deve dar resposta, consolidando as actuais rotinas e lançando o processo de criação de novas análises, num permanente equilíbrio entre a integração territorial, as necessidades do sector e o rigor da análise científica aplicada. Esta dinâmica é também suportada pela apresentação, discussão e consolidação de concepções sobre a evolução da plataforma na sua orientação para o sector, resultantes do debate e acordos provenientes das reuniões efectuadas entre o CIITT-UAlg, a Secretaria de Estado do Turismo e o Turismo de Portugal I.P., bem como da excelente colaboração com as 10 entidades que actualmente fornecem informação primária de input à plataforma.

O IMPACTUR fidelizou 27,0% dos seus utilizadores enquanto favorito (tráfego directo), sendo que 29,1% dos acessos são pesquisados em motores de busca com a marca de referência IMPACTUR (palavra-chave pesquisada). Disponível em versão bilingue (português/inglês), verifica nas visitas por país/território, para além de Portugal, acessos consistentes de Espanha, Reino Unido, Brasil, Cabo Verde, Alemanha, Estados Unidos, França e

Itália, entre os mais representativos. Internacionalmente abrangente, a equipa do IMPACTUR destaca também com satisfação as actividades representadas entre os utilizadores registados designadamente o Ensino Superior, cerca de 21,7% repartidos entre investigadores, docentes e estudantes e o do Sector Empresarial o qual agrega 16,2% com actividades distribuídas pelos sectores da hotelaria, agências de viagens, animação, rent-a-car e restauração. A fechar o grupo das quatro principais actividades dos utilizadores que recorrem ao IMPACTUR verifica-se a adesão das Organizações da Administração Pública, com 12,8%, seguido da imprensa que representa actualmente o quarto maior número de utilizadores registados com 11,6%.

As qualificações dos utilizadores registados no IMPACTUR são maioritariamente de nível superior, onde 82,6% dos utilizadores possuem título académico. Esta informação quando cruzada com os conteúdos acedidos demonstra que os utilizadores do IMPACTUR preocupam-se com o rigor dos dados e análise que consultam, dado que o segundo conteúdo mais visitado concentra-se nas questões metodológicas (relatórios de “Metodologia”), logo a seguir aos últimos dados (relatórios de “Últimos Dados” por região). É possível afirmar que os utilizadores do IMPACTUR procuram informação e análise recente, regionalmente consistente e, simultaneamente, metodologicamente fundamentada.

Numa constante procura de novas metodologias o IMPACTUR incorpora progressivamente novos desenvolvimentos, apresentando para o próximo triénio objectivos concentrados em: 1) Introdução de novas variáveis e produtos da actividade turística, designadamente o turismo náutico em Marinas e Portos de Recreio, as actividades do turismo de cruzeiros, tendo já iniciado a metodologia de recolha e disponibilização da informação com o Porto de Cruzeiros de Portimão e Administração do Porto de Lisboa; 2) Desenvolvimento de novos indicadores de análise regional, nacional e internacional, permitindo analisar a evolução do posicionamento de Portugal no quadro da procura e competitividade turística internacional; 3) Desenvolvimento do modelo de previsão da procura turística por épocas; 4) Desenvolvimento e consolidação de um painel qualitativo de suporte ao modelo de previsão; 5) Aprofundar a internacionalização do IMPACTUR, quer em termos conceptuais, quer em termos de disseminação de utilizadores; 6) Desenvolver e aperfeiçoar a plataforma de informação e comunicação online – www.impactur.pt – com recurso aos mais modernos progressos em matéria de comunicação e informação em plataformas Web. Este aperfeiçoamento inclui os contributos retirados da constante monitorização dos acessos à plataforma, análise ao perfil dos utilizadores, questionários de opinião e sistema de alerta de actualização de dados.





ACTUALIDADE Academia

Ensino do Turismo na UAlg

Através da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT), a Universidade do Algarve iniciou a formação graduada na área do Turismo em 1991/92, em Faro, com a oferta de um bacharelato em Turismo e de um bacharelato em Gestão Hoteleira, ambos com a duração de três anos lectivos. A partir de 1992/93, a oferta foi alargada a Portimão, primeiro com o curso de Gestão Hoteleira, seguindo-se Turismo em 1995/96 e, mais recentemente, em 2006/07, Informação e Animação Turística.

Ao longo destes quase vinte anos de actividade, ao nível da formação inicial, actualmente designada de 1.º ciclo (licenciatura), a ESGHT assumiu-se como um dos maiores centros a nível nacional nesta área, tendo admitido, aproximadamente, 3.000

estudantes e formado umas largas centenas de graduados. Para além da formação inicial, a ESGHT oferece Cursos de Especialização em Gestão de SPA e em Direcção Hoteleira e Mestrados em Gestão das Organizações Turísticas (em conjunto com a Faculdade de Economia) e em Gestão e Manutenção de Campos de Golfe (em conjunto com a Faculdade de Economia e com a Faculdade de Ciências e Tecnologia).

Desde o primeiro momento que a mobilidade internacional dos estudantes tem estado presente, seja através da frequência de aulas seja através da realização de estágios curriculares. As ligações internacionais cimentaram-se através da adesão ao European Tourism University Partnership, destacando-se a participação em várias edições da International

Students Tourism Conference e a actividade como centro formador no Mestrado em European Tourism Management.

A ligação à comunidade tem vindo a constituir um eixo estratégico de actuação, concretizando-se através dos estágios curriculares, da realização de seminários, dos projectos editoriais Encontros Científicos e Os Algarves, da prestação de serviços e da investigação aplicada. A ESGHT possui um corpo docente com doutorados em Turismo e noutras áreas (Gestão, Economia, Psicologia, Sociologia, Antropologia) que garante uma visão multidisciplinar no estudo do fenómeno turístico.

Paulo Águas | Director da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

A Internacionalização do Ensino e da Investigação em Tourism Studies

A Faculdade de Economia da Universidade do Algarve lançou, em finais de 2001, o seu primeiro Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Após cinco edições, as necessidades de formação pós-graduada em Turismo determinaram a criação - em colaboração com a Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo - de outros dois mestrados, mais especializados, em sua substituição, e que tiveram, em 2009/10, a sua quarta edição: o Mestrado em Gestão de Organizações Turísticas e o Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos.

A necessidade de aprofundar a formação do corpo discente, mas também a existência de um corpo docente entretanto mais bem qualificado e possuidor de uma maior experiência de investigação, viriam, mais recentemente, a justificar a criação da Unidade de Investigação em Turismo e Lazer e o primeiro Programa de Doutoramento em

Turismo do País, programa que tem, em 2010/11, a sua terceira edição.

Os novos projectos de dupla acreditação ao nível do 2º ciclo com a Universidad de les Illes Balears e com a National Chia Yi University (Taiwan), a recente adesão da Universidade do Algarve à Organização Mundial do Turismo e a já contratada organização de dois importantes encontros internacionais (International Conference on Tourism and Science - Bridging Theory and Practice, em 2011, e International Tourism Academy Meeting, em 2013), traduzem bem o reconhecimento deste esforço, verdadeiramente pioneiro na investigação e no ensino pós-graduado em Portugal, e legitimam a ambição de internacionalização, quer da oferta de 2º ciclo, quer do Programa de Doutoramento em Turismo. A participação de reputados especialistas estrangeiros nas várias edições deste Programa - entre os quais merece particular destaque o Prof. Jafar Jafari, ex-editor da revista Annals of

Tourism Research - são a garantia da sua natural evolução para um Erasmus Mundus Programme, em parceria com as universidades de referência na área científica de Tourism Studies. A visão multidisciplinar desta área científica, ainda que tradicionalmente assente nas Ciências Económicas e Empresariais, muito beneficiará, certamente, da desejável colaboração de docentes/ investigadores de outras áreas científicas: das Ciências da Terra às Ciências do Mar e do Ambiente, das Artes ao Património e da Saúde ao Desporto. A Faculdade de Economia, que sempre tem privilegiado as parcerias entre unidades orgânicas da Universidade do Algarve, convoca pois, com o maior empenhamento, a colaboração qualificada dessas outras áreas do saber para que a área do Tourism Studies possa vir a afirmar-se como uma das áreas-âncora desta nossa Universidade, sita ao Sul, mas que, seguramente 'não perde o norte'!

Efigénio Rebelo | Director da Faculdade de Economia

Desenvolvimento Sustentável no Turismo: O ensino e a investigação na CPLP

Por iniciativa da Universidade de Algarve e da Universidade de Cabo Verde, realizou-se, no passado mês de Junho, na cidade da Praia, Cabo Verde, o primeiro seminário sobre “Desenvolvimento Sustentável no Turismo - O ensino e a investigação na CPLP”, envolvendo cerca de 50 professores, investigadores, representantes de entidades públicas e agentes do sector turístico, dos países falantes de língua portuguesa. Deste encontro resultou a elaboração de um documento final, a Declaração da Praia, que sintetiza os objectivos de conhecimento recíproco e o inventário da situação nos múltiplos campos de cooperação, sendo de destacar o desejo de organização de uma Rede Lusófona de Universidades

e entidades, visando a promoção da cooperação nos campos do ensino, investigação e ligação a indústria turística.

Este encontro contou com a participação do Prof. Jafar Jafari, que fez a conferência de abertura, historiando a evolução do Turismo, e com apresentações dos vários países lusófonos, traçando uma perspectiva do desenvolvimento turístico em cada um deles e permitindo constatar as diferenças de desenvolvimento entre os vários países.

Foi ainda feito um conjunto diversificado de comunicações de carácter científico, procedendo-se ao levantamento possível nos

campos do ensino, investigação e funcionamento do sistema turístico e, ao mesmo tempo, lançando as bases para um melhor conhecimento recíproco entre os vários países e participantes.

A riqueza da diversidade de pontos de vista e, ao mesmo tempo partilha de um espaço comum de cultura e língua foi bem sintetizado na intervenção final do Prof. Jafar Jafari, quando destacou que sendo o Turismo “Art and science, is heart and hospitality”, a originalidade deste esforço de viver esta aventura comum deveria ser a volta de uma nova forma de estar na rede “a different network with colors, culture, music and gastronomy”.

DECLARAÇÃO DA PRAIA

Turismo assume-se cada vez mais como uma actividade decisiva para todas as economias e sociedades. Movimenta aproximadamente, por ano, 900 milhões de cidadãos no mundo e emprega cerca de 230 milhões de pessoas, mais de 8% do emprego mundial, contribuindo em cerca de 10% do PIB mundial (UNWTO).

Para além de fenómeno económico, o Turismo é uma realidade social que se tem afirmado, num número crescente de países, como um dos factores de desenvolvimento das comunidades.

A crescente importância do Turismo tem vindo a reflectir-se também no volume e esforço de formação e de investigação, traduzida em acções variadas, em projectos de investigação, em publicações, sendo hoje reconhecido como uma crescentemente prestigiada área de conhecimento multidisciplinar.

Admite-se que nos países de língua portuguesa o Turismo assume um papel cada vez mais decisivo no desenvolvimento económico em geral. Os seus impactes têm uma incidência estruturante ao nível local, o que obriga à promoção de uma visão sustentável e responsável desse desenvolvimento. Adicionalmente, o Turismo pode contribuir

para reforçar a identidade cultural dos países e para preservar o seu património natural, cultural e histórico.

Assim, os docentes e investigadores das instituições de ensino superior e convidados das entidades públicas presentes no Seminário da Praia (Cabo Verde) realizado a 17 e 18 de Junho de 2010, sobre “Desenvolvimento Sustentável no Turismo, o ensino e a investigação na CPLP”, declaram o seu empenho na criação de uma Rede de instituições de ensino superior e de Centros de Investigação, com incidência no Turismo, com vista a estabelecer laços de articulação e cooperação nos seguintes domínios:

- a) Formação avançada e pós-graduada, favorecendo a troca de experiências, a mobilidade de estudantes e professores e a oferta de graus conjuntos;
- b) Investigação no domínio do Turismo, integrando os desafios colocados na actualidade às regiões e aos países, e garantindo um elevado nível de produção científica;
- c) Em particular, promoção de estudo e reflexão sobre as prioridades definidas recentemente pela Organização Mundial de Turismo no que respeita ao Desenvolvimento Sustentável, às Alterações Climáticas,

- ao Desenvolvimento Regional e à Governança dos Destinos Turísticos;
- d) Transferência de conhecimento para as comunidades, instituições e empresas, com a finalidade de qualificar opções e apoiar processos partilhados de desenvolvimento;
- e) Promoção de edições conjuntas que permitam estruturar e partilhar conhecimentos, e divulgar resultados de linhas de investigação;
- f) Integração no espírito da CPLP e AULP, garantindo um apoio e suporte às políticas e orientações na área do Turismo das comunidades de língua portuguesa;
- g) Realização de Seminários anuais, de suporte à Rede, com vista a aprofundar e alargar o âmbito da reflexão em Turismo, convocando o que de melhor se realiza nesta área na CPLP;
- h) Atribuição às Universidades de Cabo Verde e do Algarve da responsabilidade, com os restantes participantes, de animar a Rede até ao próximo Seminário, a realizar em Junho de 2011, atraindo um número crescente de Instituições de Ensino Superior e de Centros de Investigação.

Cidade da Praia, 18 de Junho de 2010

UALg prepara conferência internacional com Organização Mundial do Turismo

A Universidade do Algarve, que recentemente aderiu a Organização Mundial de Turismo e ao seu Conselho de Educação e Ciência, vai realizar de 1 a 3 de Junho de 2011 uma conferência mundial subordinada ao tema “Tourism and Science: bridging the gap between theory and practice”.

Esta iniciativa, que conta com o apoio do Turismo de Portugal,

procura equacionar os principais desafios que se colocam nos campos das mudanças climáticas, dos problemas do desenvolvimento centrado no Turismo e das formas de governação necessárias para alcançar tal desiderato, mas sempre com a preocupação de assegurar a ponte entre a teoria e a prática e, assim, contribuir para que o conhecimento gerado na comunidade académica seja

posto à disposição dos vários actores envolvidos na fileira do Turismo.

Nesta conferência estarão representados os países que fazem parte da Organização Mundial do Turismo, demais organizações das Nações Unidas e investigadores do Turismo das principais universidades e centros de investigação de todo o mundo.

Conferência internacional sobre “Tourism & Management Studies Algarve 2011” na UAlg

“Tourism & Management Studies Algarve 2011” é o tema da conferência internacional que vai decorrer na Universidade do Algarve nos dias 26, 27, 28 e 29 de Outubro de 2011.

O evento focará um variadíssimo conjunto de temas e abordagens relacionados com os “Estudos de Turismo” e a “Gestão Turística e

Hoteleira” e pretende estimular a investigação e a divulgação científica nessas áreas.

Pretende-se ainda que esta conferência sirva de plataforma para o estímulo de discussões interdisciplinares nas áreas mencionadas, valorizando o conhecimento científico e a

experiência e promovendo a colaboração e o trabalho em rede entre investigadores de todo o mundo.

Vão participar na conferência vários especialistas de renome internacional, entre os quais Abraham Pisam, Richard Butler, Dimitrios Buhalis, Jafar Jafari, Ana Ferreira e Jonathan Edwards.



foto de Turismo do Algarve

PRAIA DA MARINHA, LAGOA

ACTUALIDADE

Publicações



Título: *Território e Turismo no Algarve*

Autor: Sérgio Palma Brito

Editor: Edições Colibri e CIITL, 2009

Território e Turismo no Algarve é um livro que tem por base informação factual e segundo o próprio autor, “descreve a dinâmica da economia e sociedade do Algarve tradicional, a maneira como a mutação do turismo na região se interliga com esta dinâmica, a mutação da economia regional e, elemento essencial de tudo o que acontece, a relação de todos estes processos com o território”.

A mutação do turismo regional resulta da inserção do Algarve na Bacia Turística Alargada do Mediterrâneo, que se forma a partir dos anos cinquenta do século XX. O autor descreve a genealogia desta formação, desde o Império Romano até aos nossos dias, bem como a das práticas da viagem para estanciar durante o tempo livre.

“A ligação deste quadro histórico com o modelo das ‘áreas turísticas’ que se formam na área de influência dos aeroportos permite elaborar o modelo que explica o desenvolvimento do turismo regional, a sua implantação espacial e integração territorial”, explica o autor.

A informação foi compilada no âmbito de uma investigação do CIITT/UAlg, cuja coordenação está a cargo do Prof. Fernando Perna, no quadro do Programa PIQTUR. Sérgio Palma Brito é gestor de empresas e, ao animar este primeiro projecto sobre o estudo da relação entre território e turismo procurou também criar um exemplo da colaboração entre o mundo exterior e a Universidade. “Faço votos que depois de mim venham muitos outros, que melhor do que eu farão.”



Título: *Perfil e potencial económico-social do turismo náutico no Algarve*

Autores: Fernando Perna (coord.), Maria João Custódio, Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira

Editor: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, 2008

Reconhecendo a importância crescente do mar e das dinâmicas económicas associadas, com ênfase no potencial e oportunidades do desenvolvimento do turismo náutico, o Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo (CIITT) da Universidade do Algarve reuniu uma equipa multidisciplinar de docentes e investigadores, a qual durante 14 meses procedeu aos diversos estudos e desenvolvimentos metodológicos conducentes ao relatório sobre o “Perfil e Potencial Económico-Social do Turismo Náutico no Algarve”, comissionado pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDRAlg).

O estudo procurou reflectir e sistematizar a náutica de recreio na região, enquanto fileira económica e social, visando a produção de um instrumento científico e quantificado de apoio à tomada de decisão. Compreendeu, entre outros aspectos, a identificação e projecção dos benefícios e custos, directos e indirectos da economia náutica no Algarve, num quadro de desenvolvimento regional equilibrado, competitivo e aberto ao exterior.

Os resultados apontam para o aumento de postos de amarração e dos serviços de apoio, assim como uma aposta na reparação naval e a aproximação aos mercados de Lisboa,

Cascais e Andaluzia, essenciais para o crescimento do turismo náutico no Algarve. Trata-se de um produto com potencial económico, mas que “carece de desenvolvimento nomeadamente, na consolidação da oferta dos serviços de apoio e reparação naval e na promoção externa”. De referir que a média anual de ocupação nas marinas e portos de recreio do Algarve é de 70 por cento e o tempo de permanência do turista náutico é em média de sete dias, gastando cerca de 85 euros diários, principalmente com a alimentação.

Face à caracterização e necessidades identificadas, o estudo encerra com a formulação de cenários de desenvolvimento contextualizados pela análise da concorrência e análise SWOT, de onde resulta a sugestão de contributos para a estratégia do turismo náutico no Algarve. São formuladas três linhas estratégicas perspectivadas de forma integrada, as quais incidem, respectivamente, sobre ampliar a base de mercado interna e externa, intensificar e expandir a cadeia de valor e, finalmente, promover a imagem e comunicação integrada do destino, linhas estas no âmbito das quais são desenvolvidas propostas de actuação como instrumentos de competitividade e sustentabilidade a médio e longo prazo.



Título: *Tourism Development and Management*

Coordenação: João Albino Silva, Jafar Jafari e Noel Scott

Editor: Universidade do Algarve, 2010

A Universidade do Algarve, com o apoio do Centro de Investigação em Turismo e Lazer, acaba de publicar o livro *Tourism Development and Management. Challenges and Opportunities for Algarve, Portugal*.

Coordenado pelos Professores João Albino Silva (Universidade do Algarve), Jafar Jafari (Universidade do Algarve e University of Wiconsin-Stout, EUA) e Noel Scott (University of Queensland, Austrália), este livro é constituído por dez capítulos, agrupados em três partes, da responsabilidade de docentes da Universidade do Algarve.

A primeira parte desenvolve tópicos relacionados com a análise da estratégia dos destinos turísticos. A segunda discute temas ligados à imagem e ao posicionamento dos destinos. Finalmente, a terceira aborda matérias relativas à inovação e qualidade na indústria hoteleira.

No seu conjunto, este livro pretende contribuir para um melhor conhecimento das questões relacionadas com a gestão estratégica do turismo no Algarve.



Título: *Direito e Turismo como Instrumentos de Poder – Os Territórios Turísticos*

Autor: Virgílio Miguel Machado

Editor: Editorial Novembro, 2010

Se o Direito é sistema jurídico, também é, antes de mais, um sistema de Poder. A tese de Doutoramento em Turismo Direito e Turismo como Instrumentos de Poder – os Territórios Turísticos é a primeira a ser publicada em livro, em Portugal.

Trata-se de uma obra científica compreensiva do Direito enquanto sistema de poder aplicado a uma actividade económica e social que representa 11% do PIB e emprega mais de 500 000 pessoas no nosso país – o Turismo.

O sistema é estudado em Portugal e nos países com maiores indicadores mundiais de riqueza económica e social em matéria de Turismo, como a Espanha, a França e o Reino Unido. Este livro é uma mais-valia para todos os que se interessam pelo estudo do Poder enquanto Sistema; pelo Direito enquanto instrumento de captura ou redistribuição de riqueza a favor de grupos económicos e sociais, e pelo Turismo enquanto actividade fundamental para o nosso desenvolvimento.



Título: *Aerobportos e Turismo Residencial*

Autor: Cláudia Ribeiro de Almeida

Editor: Editorial Novembro, 2010

Produto com grande desenvolvimento nos últimos anos em Portugal e em concreto no Algarve, o turismo residencial envolve investimentos elevados no destino, em novos empreendimentos turísticos, complexos de animação e complexos desportivos de apoio.

No entanto, é importante não esquecer que, na sua grande maioria, os turistas que estão associados a este e a outros segmentos de procura turística, se deslocam para os destinos por via aérea, sendo, por isso, muito importante estabelecer elos de ligação entre as companhias aéreas, os aeroportos e os vários intervenientes do destino, pois só assim se podem adequar estratégias individuais e em parceria entre todos os interessados, com o objectivo de captar clientes e até mesmo novos investimentos para uma região.

Os conceitos teóricos que se conhecem apontam para que os proprietários estrangeiros de uma habitação visitem várias vezes por ano o destino onde possuem uma segunda habitação, em períodos de menor procura turística, o que permite reduzir os índices de sazonalidade do destino. Por isso, importa a um aeroporto conhecer que tipo de procura é gerada por este segmento de mercado de modo a poder integra-lo em futuras estratégias individuais e/ou em parceria com os demais *stakeholders* da região.

INTERACÇÃO COM A COMUNIDADE

Novos negócios de Ecoturismo e Turismo Náutico

A importância e a tradição do turismo na região são sobejamente conhecidas. De acordo com o Plano Regional de Inovação do Algarve (Universidade do Algarve, 2007), estima-se que o Turismo represente 45% do PIB Regional (66% se consideradas as actividades induzidas) e 60% do emprego.



O Plano Estratégico Nacional do Turismo (Turismo de Portugal, I.P., 2006) sugere, num dos seus cinco eixos estratégicos, a requalificação do turismo do Algarve, atribuindo particular destaque à articulação dos produtos Sol e Mar, Golfe, Turismo Náutico e Resorts Integrados e Turismo Residencial.

No CRIA - Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia várias têm sido as iniciativas que objectivam contribuir para a qualificação do sector turístico, nomeadamente pelo apoio a projectos empresariais baseados em conhecimento. Seguidamente são apresentados três exemplos de novas empresas de Ecoturismo e Turismo Náutico que foram apoiadas pelo CRIA e que vieram acrescentar valor à oferta regional nestes domínios.

ECOCEANUS – É uma empresa que presta serviços avançados na área da investigação científica e ecoturismo. Liderada por Daniel Machado, licenciado em Biologia Marinha e Pescas e mestre em Ecologia, a empresa proporciona cursos a bordo nos domínios da biologia e ecologia

marinha, serviços de “charter” tripulado, e disponibiliza uma plataforma logística de apoio a centros de investigação para amostragem biológica e recolha de dados.

NATURA ALGARVE – É uma empresa que oferece serviços de elevada qualidade nos domínios da interpretação ambiental, ecoturismo e do turismo náutico na Ria Formosa. O projecto empresarial liderado por Ricardo Barradas, licenciada em Educação Física e mestre em Alto Rendimento, aposta em proporcionar experiências, de aprendizagem e lazer, com forte suporte e conteúdo científico.

SUNQUAYS – Esta empresa, liderada por Marisa Garcia, licenciada em Biologia Marinha e Pescas, actua no nicho de mercado do ecoturismo proporcionando passeios marítimo-turísticos em embarcação 100% ecológica, com tecnologia electro-solar e zero emissões de CO₂, desenvolvida especificamente para navegar nos canais da Ria Formosa.

João Amaro
Gestor de Projectos do CRIA

Plataforma de Golfe

Universidade do Algarve aposta no sector do golfe

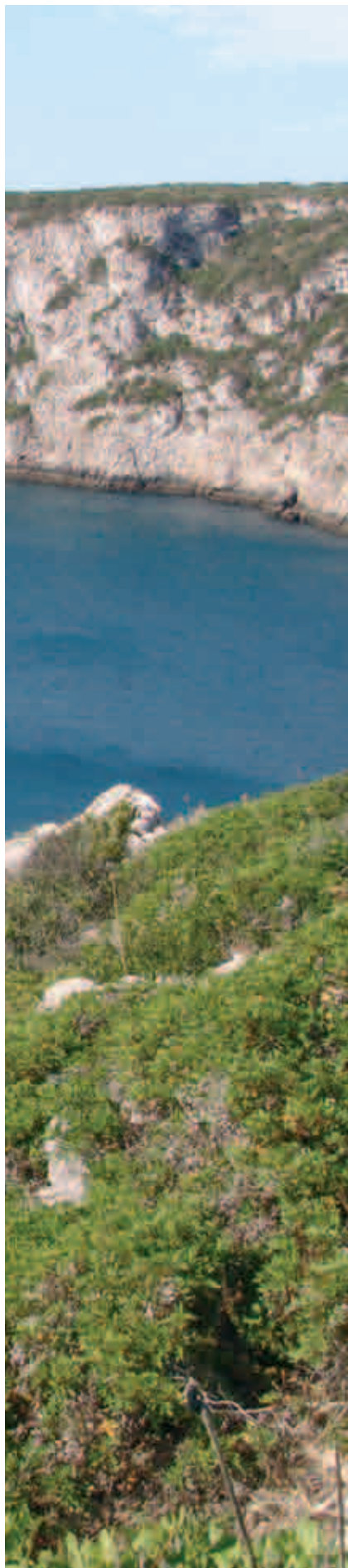
Tendo como objectivo principal promover e estreitar as relações entre a Universidade e a indústria do golfe, dentro e fora da região algarvia, a UAlg criou, em 2008, um projecto inovador, a Plataforma do Golfe, que visa disponibilizar aos campos de golfe e empresas associadas um leque de serviços laboratoriais e de consultadoria técnico-científica.

Apostando igualmente no fomento da investigação aplicada ao sector do golfe dentro da UAlg e no desenvolvimento de novos módulos de formação profissional, a Plataforma aposta igualmente no fomento da investigação aplicada ao sector do golfe dentro da UAlg.

Os objectivos da Plataforma do Golfe podem dividir-se em três eixos principais de intervenção. O primeiro engloba uma estrutura de prestação de serviços que, através de ensaios laboratoriais e consultadoria técnico-científica em diferentes áreas, pretende dar resposta às necessidades correntes dos campos de golfe com competência e rapidez. O segundo eixo, denominado de investigação e desenvolvimento, inclui aquelas áreas onde a UAlg possui conhecimento científico sólido, conhecimento esse que a instituição está interessada em aprofundar, aplicando-o ao sector do golfe. Nomeadamente, poderão ser estudados aspectos relacionados com as doenças

dos relvados, rega com águas residuais, testar produtos contaminantes para os solos ou melhorar a respectiva fertilização, entre outras linhas de investigação.

No âmbito desta plataforma a Universidade do Algarve desenvolveu várias parcerias com grupos empresariais ligados ao golfe. A UAlg pretende, através desta plataforma, cimentar a sua posição na I&D aplicada ao golfe, disponibilizando-se a colaborar com todas as empresas, nacionais e internacionais, associadas ao sector, e garantir desta forma uma afirmação com qualidade deste segmento exigente do turismo.



Estudo de competitividade comparada do turismo identifica “mais-valias” do Algarve

CompetitivTur é o nome do projecto que o Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo (CIITT) da UALG está actualmente a desenvolver, por solicitação da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve), para identificar e apoiar o conhecimento sobre quais as mais-valias do Algarve quando comparado com os outros destinos turísticos que competem directamente com a região na captação de turistas e investimentos.

Com coordenação do Prof. Fernando Perna, igualmente coordenador do CIITT, a equipa constituída pelo docente Pedro Gouveia, pela técnica Maria João Custódio e com o apoio técnico-científico de Vanessa Oliveira, está levar a cabo, desde final de 2007, o estudo CompetitivTur. Em execução por solicitação da CCDR Algarve, e após um período de readaptação metodológica face a novos enquadramentos da Comissão, o objectivo deste projecto será criar uma ferramenta que permita estabelecer uma comparação sistematizada entre o Algarve e os outros destinos turísticos que, apresentando características e produtos semelhantes, concorrem com a região junto dos mercados emissores.

“O CompetitivTur centra-se na disponibilização e debate de uma plataforma dinâmica de conhecimento científico sobre o sector do turismo, com especial recurso às novas tecnologias como instrumento de suporte aos processos de planeamento e decisão em território e turismo no Algarve”, explica Fernando Perna.

Com a apresentação dos primeiros resultados em 2010, os dados apurados permitem acompanhar, debater e indicar boas práticas no âmbito da competitividade regional do turismo no Algarve.

“Os nossos principais objectivos, com este estudo, são fomentar o crescimento económico do sector na região pela via da inovação, quer pelo

conhecimento de mercados – emissores –, quer pelo desenvolvimento de novos conhecimentos científicos – a performance do destino”, refere Fernando Perna, acrescentando ainda que “também interessa definir uma metodologia de medição da competitividade regional do turismo com vista ao estabelecimento de um quadro de indicadores e de um índice composto a disponibilizar através de uma plataforma online”.

O coordenador do estudo acrescenta que “a especialização regional do relatório CompetitivTur, através de uma estrutura dinâmica, é passível de evolução, e pretende-se que constitua uma ferramenta de apoio à decisão e gestão do território”.

Garantir a articulação da informação gerada sobre a competitividade do turismo no Algarve com as restantes matrizes de avaliação que estão a ser desenvolvidas para acompanhamento da Estratégia de Desenvolvimento do Algarve 2007-2013 e/ou do Programa Operacional Regional do Algarve 2007-2013 constitui um outro objectivo da equipa.

Algarve discute a competitividade entre destinos turísticos

No âmbito do desenvolvimento deste estudo, decorreu recentemente um workshop designado “Algarve Tourism Competitiveness” com os agentes do sector do turismo, e uma conferência Internacional: “Tourism Competitiveness on Mature Destinations: An Empirical Approach”. A convite do CIITT/UALG e da CCDRALg, a conferência teve como keynote speaker Larry Dwyer, Qantas Professor of Travel and Tourism Economics, School of Marketing, Australian School of Business, University of New South Wales. Larry Dwyer possui uma vasta experiência nas áreas de Economia do Turismo, Marketing, Gestão e Políticas Públicas, e promoveu junto da equipa e agentes do sector a reflexão e o debate em torno do tema da competitividade, sobretudo através da demonstração de metodologias, boas práticas e casos de sucesso.

UAlg integra órgão de gestão e comissão científica do consórcio Algarve Sustentável

Constituído recentemente, após a aprovação da candidatura algarvia ao Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos (PROVERE), o consórcio Algarve Sustentável vai agora trabalhar para colocar na prática a estratégia desenhada para promover o desenvolvimento sustentável do Algarve e da Costa Vicentina tendo como âncora a Via Algarviana, um percurso pedestre que une Alcoutim ao Cabo de S. Vicente. A UAlg ajudou a construir a candidatura ao PROVERE e vai agora ser parte activa na concretização dos objectivos estabelecidos para o interior da região algarvia.

O objectivo a que o consórcio Algarve Sustentável pretende chegar está bem resumido na visão que assume: “um Algarve interior e Costa Vicentina como espaço de qualidade de vida e de visitação assente na preservação e valorização da sua riqueza ambiental, biodiversidade e valores rurais, obtido através de um processo de desenvolvimento participado, inovador e assente no conhecimento”.



foto de José Pedro Monteiro

VIA ALGARVIANA

Para lá chegar, o consórcio Algarve Sustentável, criado recentemente após aprovada a candidatura algarvia apresentada ao PROVERE, assume como missão “criar uma massa critica de iniciativas empresariais, públicas e de conhecimento, unida em torno da estratégia PROVERE, que permitam

afirmar o interior do Algarve e Costa Vicentina como um território competitivo e sustentável”.

João Ministro, por parte da Almargem – uma das duas entidades proponentes no candidatura, em conjunto com a *In Loco*, e que assume agora a liderança do consórcio Algarve Sustentável – lembrou que são várias as entidades regionais que se uniram para criar este plano estratégico com potencial para “munir a região de um conjunto de pólos de grande atracção ecoturística onde a Via Algarviana funcione como projecto âncora transversal”, em complementaridade com outros projectos estruturantes.

“A UAlg é uma das entidades que participou activamente nesta candidatura, uma entidade com a qual entrámos em contacto há dois anos por termos tido conhecimento acerca do trabalho de ensino e investigação que a instituição tem desenvolvido na área do turismo, nomeadamente na Faculdade de Economia”, refere João Ministro,



foto de José Pedro Monteiro

VIA ALGARVIANA

O QUE É O PROVERE?

OS PROGRAMAS DE VALORIZAÇÃO ECONÓMICA DE RECURSOS ENDÓGENOS (PROVERE), INSERIDOS NAS ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO ECONÓMICA DE BASE TERRITORIAL, SÃO UM DOS QUATRO TIPOS DE ESTRATÉGIA DE EFICIÊNCIA COLECTIVA PREVISTOS NO QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL (QREN).

SÃO UM INSTRUMENTO ESPECIFICAMENTE DESTINADO AOS TERRITÓRIOS COM MENORES OPORTUNIDADES DE DESENVOLVIMENTO DEVIDO A UMA BAIXA DENSIDADE – POPULACIONAL, INSTITUCIONAL, DE ACTIVIDADE ECONÓMICA, ETC. – COM O OBJECTIVO DE ESTIMULAR INICIATIVAS DOS AGENTES ECONÓMICOS, ORIENTADAS PARA A MELHORIA DA COMPETITIVIDADE TERRITORIAL DESTAS ÁREAS DE BAIXA DENSIDADE, QUE VISEM DAR VALOR ECONÓMICO A RECURSOS ENDÓGENOS E TENDENCIALMENTE INIMITÁVEIS DO TERRITÓRIO, COMO OS RECURSOS NATURAIS, O PATRIMÓNIO HISTÓRICO E OS SABERES TRADICIONAIS, ENTRE OUTROS.

COM ESTE INSTRUMENTO, PRETENDE-SE CONCRETIZAR PROGRAMAS DE ACÇÃO, CONSTRUÍDOS EM PARCERIA E ENQUADRADOS EM ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO DE MÉDIO E LONGO PRAZO, QUE CONTRIBUAM DE FORMA DECISIVA PARA O REFORÇO DA BASE ECONÓMICA E PARA O AUMENTO DA ATRACTIVIDADE DOS TERRITÓRIOS-ALVO.

SÃO CONSIDERADOS COMO PROVERE OS PROGRAMAS DE ACÇÃO CUJOS PROJECTOS-ÂNCORA E IMPACTES MAIS RELEVANTES, EM TERMOS DE USO DO TERRITÓRIO, DE EMPREGO E DE RENDIMENTO GERADO, SE LOCALIZEM EM TERRITÓRIOS EXTERIORES ÀS ÁREAS METROPOLITANAS DE LISBOA E PORTO E FORA DOS CENTROS URBANOS DE NÍVEL REGIONAL OU SUPERIOR DEFINIDOS NOS PLANOS REGIONAIS DE ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (PROT) E DE CENTROS URBANOS DE NÍVEIS INFERIORES COM 20 MIL OU MAIS HABITANTES.

explicando que os contactos foram-se intensificando até culminar na parceria aquando da abertura de novas candidaturas ao PROVERE, em 2008. “A UAlg achou a nossa iniciativa interessante e aceitou o nosso convite para elaborar a estratégia do plano de acção da candidatura ao PROVERE.”

Uma vez aprovada a candidatura surgiu o consórcio, do qual a UAlg foi convidada a fazer parte, nomeadamente integrando o órgão de gestão e a comissão científica. João Ministro sublinha que “nesta nova fase estamos prontos para desenvolver o ecoturismo no interior algarvio em parceria com a UAlg, mais concretamente com a Faculdade de Economia, com quem temos estabelecido relações muito estreitas, e queremos continuar a desenvolver novas ideias em conjunto”.

Outro aspecto que vai ser explorado no âmbito desta parceria será a extensão das actividades

aos alunos da UAlg, que serão convidados a fazer parte das iniciativas do consórcio, “entrando em contacto com o mundo real e tomando desde cedo conhecimento acerca da realidade empresarial que enquadra o ecoturismo”, frisa o líder da Almargem.

O consórcio Algarve Sustentável, liderado pela Almargem e pela associação In Loco, conta com a parceria da UAlg, da Entidade Regional de Turismo do Algarve, do Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, de várias associações empresariais do Algarve (CEAL, NERA, ANJE, CRIA), da Inovinter e de vários municípios, designadamente Aljezur, Monchique, Silves, Lagos, Portimão, Albufeira, Loulé, S. Brás de Alportel, Faro, Tavira e Alcoutim, entre numerosas empresas. Ao nível de acompanhamento técnico, a parceria conta com o apoio da CCDR Algarve.



foto de José Pedro Monteiro

ÚLTIMO OLHAR



José Carlos Vilhena Mesquita

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

A Emergência do Turismo no Algarve

O conceito actual de Turismo prende-se essencialmente ao foro economicista, pela objectiva circunstância de lhe estar subjacente um conjunto de actividades que envolvem a movimentação de capitais, nomeadamente investimentos provenientes da banca internacional. Embora não esteja fora de causa a prossecução de objectivos intrínsecos ao turismo, como o lazer, o descanso e o prazer, no sentido hedonista do termo, o certo é que constitui, em si mesmo, um sector de onde se divisam largos horizontes financeiros, propiciador de numerosos postos de trabalho e, obviamente, dimensionado para a obtenção de significativos proventos económicos.

O turismo, enquanto actividade socioeconómica, pertence ao sector terciário, mais propriamente à área dos serviços, embora vulgarmente lhe atribuam as características de uma indústria, devido à sua diversificada envolvimento, de que se destaca a construção civil, operadores de comércio e de viagens, restauração, banca, seguros, etc. Seja como for, é sem sombra para dúvidas o sector com maior futuro neste século, tal como o foi a partir da segunda metade do anterior. Aliás o turismo, nos moldes modernos, ou seja como movimentação livre e consciente de pessoas para remotos destinos geográficos, em busca de dissemelhantes satisfações, remonta ao período do pós-guerra, mais propriamente entre as décadas de cinquenta e sessenta do século passado. Nessa altura, várias circunstâncias se reuniram para proporcionar o aparecimento do turismo, como fenómeno de massas e não como privilégio das camadas sociais mais elevadas. Reivindicações laborais, no sentido da fixação de um período anual de férias, e, pouco depois, a obtenção de um subsídio para esse efeito, terão estado na razão directa do crescimento exponencial do turismo à escala mundial durante a década de sessenta. Mas, para além de melhores retribuições salariais, há também que ter em consideração o desenvolvimento dos transportes, sobretudo das acessibilidades terrestres e aéreas à escala mundial, que viabilizaram a actividade turística, até então considerada como episódica, pontual e, até mesmo, exótica.

As origens da história do Turismo são insondáveis, mas se considerarmos a viagem, ou o efeito de viajar, como o mais elementar indício da actividade turística, então pode dizer-se que as suas raízes remontam aos primórdios da civilização. A própria Bíblia apresenta claros indícios de actividade turística, podendo dar-se como exemplo as viagens de Paulo ou de João, que percorreram larguíssimas distâncias entre diferentes regiões e continentes em acção evangelizadora. Mas, nestes casos, a actividade de deslocação de pessoas no espaço prende-se com acções episódicas, geralmente individualizadas, perseguindo objectivos muito específicos, que não propriamente de lazer, ainda que não deixem de resultar na troca de conhecimentos, no contacto de culturas e no confronto de códigos linguísticos.

Digamos que até ao dealbar do século XX não existiu Turismo, na acepção actual do conceito, isto é, enquanto movimento generalizado e periódico de massas. No passado, o que existiam eram viajantes e viajantes, que visitavam territórios distantes na procura de novas dimensões civilizacionais, visando revelar culturas exóticas, raças e povos desconhecidos, riquezas naturais e faunísticas, divisando em suma a mítica descoberta de “paraísos perdidos”. Esses viajantes eram pessoas cultas, por vezes cientistas, geralmente aristocratas britânicos mas também aventureiros de toda a casta à procura de insondáveis

riquezas e novas oportunidades de vida. Muitos deles deixaram relatos das suas viagens pelos quatro cantos do mundo, publicados na imprensa ou em livro, que são hoje verdadeiras fontes para a história do turismo ocidental. Ora situando-se o nosso país numa posição estratégica entre a Europa e o Atlântico, não admira que se tornasse logicamente objecto de estudo e de análise para muitos desses visitantes. Alguns estanciaram por cá durante vários meses, descrevendo a sociedade, os lugares típicos, a riqueza do património histórico e da nossa gastronomia, quando não se deixavam deslumbrar com a beleza natural de Sintra, do Buçaco, da Arrábida ou da costa do Estoril. Muitos visitaram as Ilhas dos Açores e sobretudo a Madeira, deixando para a posteridade diversos relatos em obras que são verdadeiros clássicos da literatura de viagens.

O Algarve não escapou à curiosidade desses viajantes e também foi objecto da visita de muitos observadores ilustres, que procuravam nestas paragens matéria de estudo para as suas investigações científicas ou simplesmente a descoberta de idílicos recantos para retemperarem forças ou recuperarem mazelas de saúde, como foi o caso da milagrosa Tisana Zithman, que fez da cidade de Faro uma espécie de Meca da Sífilis.

Há muitos anos atrás, distinguimos em lugar próprio, algumas das mais notáveis figuras que visitaram esta região. Os viajantes que então seleccionamos para esse trabalho foram: Arthur William Costigan, Heinrich Link e o conde Hoffmannsegg, George Landmann, Charles Bonnet, Albrecht Haupt, Hermann von Maltzan, Gérard de Beauregard e Louis de Fouchier, que visitaram o Algarve entre 1760 e 1907. Podia ter falado de vários outros,

como por exemplo de Robert Southey, que em 1801 fez uma viagem até Beja, seguindo depois para o Algarve, recolhendo ao longo de 23 dias, curiosíssimos informes para descrever de forma fidedigna as cidades por onde passou, destacando as que mais o impressionaram pela hospitalidade, nomeadamente Faro, Monchique e Lagos.

Apesar das pitorescas descrições, que cada um dos citados autores dedicou ao Algarve, o certo é que todos eles eram viandantes e só em sentido muito restrito é que os poderíamos considerar como turistas. Com efeito, o Turismo deve ser encarado como uma actividade económica, tanto quanto possível de massas, embora também possa ser entendida de forma mais restrita e especializada, quando dirigida para a recepção de grupos muito específicos e exigentes do ponto de vista da qualidade, como é o caso do turismo cultural, político, religioso ou desportivo. Seja como for, não pode ser entendido como um fenómeno individualizado nem episódico, como acontecia no século XIX com as figuras acima referenciadas.

Porém, como já dissemos, o século XX é sem dúvida alguma o século da mundialização do turismo. O Algarve, apesar de todas as vicissitudes resultantes do seu posicionamento geográfico, como espaço extremado no quadrilátero nacional votado ao esquecimento durante séculos, de que resultariam inúmeras dificuldades económicas agravadas ao longo dos tempos, tornou-se, não obstante tudo isso, numa zona de grande atracção turística. O facto de em 1889 a construção da linha férrea ter chegado a Faro, e dessa mesma linha se ter estendido, em 1906, a Vila Real de St.º António, e, em 1922,

a Portimão e Lagos, terá contribuído para o encurtar das distâncias entre o centro e a periferia, oferecendo novas acessibilidades para o transporte de pessoas e para o escoamento das produções industriais. Nesse aspecto, o comboio terá estado na base do crescimento económico da região, contribuindo ainda para o aparecimento do fenómeno turístico na região. Contudo, nesse dealbar de século era ainda algo insipiente, é certo, mas já evidenciando sintomas de acentuado crescimento. Os locais preferidos dos turistas desse tempo eram sobretudo as termas de Monchique, a Praia da Rocha e o Promontório de Sagres, então designadas como a “Trindade Maravilhosa”.

A Sociedade de Propaganda de Portugal, fundada em 1906, teve um papel preponderante na divulgação dos transportes, na criação de roteiros e tarifas turísticas, assim como na publicação dos primeiros folhetos de divulgação do Algarve como região de incomparável beleza. Em 1908 inaugurou-se a primeira ligação semanal de comboio ao Algarve, para fins turísticos e a preços convidativos. Como dirigente da Sociedade de Propaganda encontrava-se a figura tutelar de Jaime de Pádua Franco, um algarvio de grande sentimento regionalista, que toda a vida lutou pelo engrandecimento do turismo no Algarve.

As praias só depois da guerra é que começaram a atrair a atenção da medicina moderna, que passou a encarar a talassoterapia como um recurso eficaz e pouco dispendioso para combater o raquitismo e outras doenças, nomeadamente do foro dermatológico e respiratório. As praias de Albufeira e Monte Gordo começaram a rivalizar com a Praia da Rocha, que foi sempre a mais

notável do Algarve. Aliás foi na Rocha, com o Hotel Viola que nasceu propriamente dita a hotelaria algarvia. Estávamos no início da República e por ali passaram a veraneiar figuras gradas da política, como Bulhão Pato, Teófilo Braga, Brito Camacho, Afonso Costa e tantos outros, de que Marcos Algarve nos seus Mistérios da Praia da Rocha fixaria alguns pitorescos episódios da acostumada bisbilhote partidária. O próprio escritor portimonense e depois Presidente da República, Manuel Teixeira-Gomes, se encarregaria de perpetuar nas páginas do seu Agosto Azul a beleza natural das praias algarvias, na mansidão dum mar de safira e no diamantino brilho da luz helénica que ilumina os campos e desvela o rosto angélica da mulher algarvia. Também pela mão de Teixeira-Gomes perpassa a cosmopolita Praia da Rocha como cadinho modelador do emergente turismo algarvio. Nos anos que se seguiram à I Grande Guerra assistiu-se então à publicação de legislação de fomento do turismo, propiciando o investimento em unidades hoteleiras nas principais estâncias do país. As chamadas Comissões de Iniciativa Turística, criadas em 1921, têm no Algarve expressivo número e dinamismo, publicando-se alguns desdobráveis e folhetos em francês e inglês sobre Portimão, Albufeira e Vila Real de St.º António, nos quais se divulgava a existência de casinos, restaurantes, pensões e “carrinhas” ou “charretes” de aluguer. Em 1923 eram oficialmente designadas como “Terras de Turismo” as termas de Monchique e as praias da Rocha, Albufeira, Armação de Pêra, Cacula e Montegordo.

Nessa altura os hotéis eram escassos em número e qualidade. Além do Viola e do Hotel Central em Portimão, existiam ainda o Grande Hotel e o Hotel Louletano

em Faro, mais o Hotel Guadiana em Vila Real de St.º António, que à data da sua inauguração, em 1926, era o melhor da província. Os seus principais clientes eram oriundos da vizinha Andaluzia e dos países mediterrânicos, sendo certo que se não fossem os ricos agrários do Alentejo nunca o Hotel Guadiana nem o casino de Monte Gordo teriam qualquer viabilidade económica. Curiosamente foi o Estado Novo que deu o empurrão decisivo no turismo a nível nacional, com particular ênfase na zona de Cascais-Estoril, proporcionando por arrastamento alguns benefícios para o Algarve.

Assim, em primeiro lugar o regime dotou o turismo de um quadro legislativo nunca antes visto, que favoreceu o investimento privado e viabilizou o estrangeiro, em casinos e equipamentos hoteleiros por quase todo o país, classificando-os numa hierarquia de qualidade-preço para benefício e opção dos utentes. Noções de higiene sanitária, preservação ambiental e enquadramento paisagístico começaram a ser tomados em linha de conta, nomeadamente no Algarve. As termas e o Hotel das Caldas de Monchique foram disso exemplo, assim como a Pousada do Alportel, ou o Hotel dos Navegantes em Sagres, ambos gizados pela mão de Duarte Pacheco. Aliás foi esse delfim do Estado Novo o grande impulsor do turismo em Albufeira através da construção de um túnel de ligação da vila com a praia, o qual ainda hoje desempenha um papel decisivo no acesso pedonal da urbe com o mar.

As ligações do Algarve para Norte, especialmente com Lisboa e regiões vizinhas, intensificaram-se através da facilitação do tráfego ferroviário e do aparecimento das empresas de camionagem, de que a EVA (Empresa

de Viação do Algarve) foi pioneira, suscitando a abertura de novas vias e o calcetamento das estradas. Nesse aspecto foi Duarte Pacheco, o ministro delfim do «Estado Novo», o grande obreiro das ligações terrestres do centro à periferia. Por consequência foram também melhoradas as ruas urbanas, obedecendo a planos de urbanização municipal, o que aconteceu pela primeira vez na nossa história, sob a batuta de um algarvio. O turismo tornou-se a breve trecho num objectivo de Estado, através da criação de pousadas e estâncias de veraneio, sendo inclusivamente imitado por empresas e instituições de benemerência para a criação de colónias de férias para crianças desfavorecidas. Os espaços de lazer começam a surgir no Gerês, na Serra da Estrela, no Buçaco, enfim na montanha e no litoral, onde o ambiente fosse puro e o sossego garantido. Esses eram os parâmetros sagrados do turismo no Estado Novo: a pureza e a privacidade.

Curiosamente assistiu-se a uma crescente onda de publicações de carácter turístico, o que para o Algarve já vinha acontecendo desde o século anterior. Assim, há que lembrar O Algarve (1884) de Júlio Lourenço Pinto, outra obra com o mesmo título de Joaquim Ferreira Moutinho publicada em 1890, o Almanach do Algarve para 1903 de Marcos Algarve e José Castanho, as Cartas d’um Viajor de João Arruda (1908), as comunicações ao Congresso Algarvio de 1915 de Tomás Cabreira e outros, O Algarve e Setúbal de Adelino Mendes (1916), o 2.º volume do Guia de Portugal de Raul Proença (1927), O Algarve (1929), o Guia-Album do Algarve – Sotavento (1932) e o Guia Turístico do Algarve (1944), todos da autoria de Mário Lyster Franco, o Algarve de A. H. Stuart (1941), editado em inglês e ilustrado

pela artista algarvia Maria Keil do Amaral, O Almanaque do Algarve, editado entre 1942 e 1950 por Fausto Gonçalves, as actas do II Congresso Regional Algarvio (1950), o Roteiro da Província do Algarve de Manuel do Nascimento (1951), O Algarve de David Mourão Ferreira e O Algarve de José Mimoso Barreto, ambos dos inícios da década de setenta, ficando obviamente muitas outras obras e revistas por citar. Não obstante todas estas iniciativas levadas a cabo na região, desde 1915 até 1950, data em que se realizou o II Congresso Regional Algarvios, a verdade é que o turismo no Algarve como fenómeno socioeconómico de massas só tem expressão a partir da década de sessenta. Como injectores de arranque devemos apontar a construção em 1965 do aeroporto internacional de Faro. É um momento decisivo, porquanto já nessa altura o nosso país começava a ser apontado na Europa Central como um destino turístico interessante, nomeadamente Sintra ou a zona da costa do Estoril e, em menor escala, as praias da Nazaré, da Figueira da Foz e de Viana do Castelo.

O Algarve a partir do momento em que foi descoberto por alguns artistas do mundo da canção, como Cliff Richard, Tom Jones ou Paul McCartney, atraiu sobre si os olhares da imprensa internacional. Assistiu-se a um intenso crescimento ao longo de toda a província na indústria hoteleira, de que já havia anteriores exemplos de reconhecida qualidade em Faro, com a construção do Hotel Eva, e na Praia da Rocha com o Hotel Algarve. O banqueiro Cupertino de Miranda descobre, ou melhor, inventa Vilamoura, a mais mediática e mundializada estância turística do Algarve. Na década de setenta houve um acentuado decréscimo devido ao clima de instabilidade suscitado pela Revolução de Abril, mas na década seguinte assistiu-se ao “boom” do turismo algarvio, com a construção de vários campos de Golfe e de unidades hoteleiras de internacional qualidade em

áreas quase desconhecidas como Quinta do Lago, Vale do Lobo ou Vale da Telha.

Parece-me ter deixado claro que o turismo, além de ser uma das mais antigas actividades do homem, é, contudo, um sector bastante susceptível, com irrefragáveis incidências sazonais, dependente das condições geoclimáticas, da paz, da segurança e da estabilidade do países de recepção, concomitante aos estádios civilizacionais, à plasticidade das mentalidades e à economia de mercado. Neste contexto depende da lei da oferta e da procura, sendo certo que geralmente a procura é induzida pelos “tour operators” que dominam o mercado mundial através das suas vastas e intrincadas relações internacionais. A oferta alicerça-se num conjunto de factores de interligação climática, paisagística, ambiental, de relacionamento intrapopulacional, de riquezas regionais ao nível do património cultural, do artesanato, da gastronomia, da viticultura, da animação lúdica e desportiva, do conforto, do relax e do exotismo. Estes parâmetros encontram-se em certa medida contemplados no Algarve.

Do ponto de vista económico, o turismo é um sector de primordial importância para a saúde das nossas finanças públicas e para o equilíbrio das Balanças Comerciais e de Pagamentos, visto que em termos de receitas se equipara ao sector dos têxteis e ultrapassa os ramos dos vinhos, das cortiças e das conservas. Mas porque o turismo não é encarado estruturalmente como uma indústria multifacetada, gerou-se em torno de si mesmo uma aura ambivalente, polarizada por forças positivas e negativas. Na óptica do benéfico, podemos afirmar que o turismo contribuiu profundamente para a aceleração do crescimento económico da região e, naturalmente, do País, na medida em que exigiu a fundação e desenvolvimento de certas indústrias paralelas, absorvendo mão-de-obra e

incentivando as actividades terciárias. Todavia, a principal consequência do turismo materializou-se num maior nivelamento da Balança de Pagamentos, motivado pela entrada de divisas. Ao cabo e ao resto, o que se pretende é atrair proventos financeiros aos cofres nacionais, que em larga medida sobrevivem do turismo e das remessas dos nossos emigrantes.

No tocante aos “malefícios” ou aos menores proveitos, devemos acrescentar que esses surgiram por motivo do crescimento rápido e desordenado da indústria do turismo e da construção civil, ambas concomitantes, representando interesses comuns e largamente responsáveis pelas atrocidades paisagísticas e ambientais que se cometeram ao longo da costa marítima, com especial incidência no Algarve. A ambição desregrada de uns quantos empresários, na sua maioria estranhos à indústria hoteleira, acabou por originar os mais graves desequilíbrios intra-regionais, paisagísticos e urbanísticos. Por outro lado, acentuaram-se ainda mais as assimetrias existentes entre o litoral, populoso e industrial, e o hinterland desertificado e agrícola.

O Algarve, por tudo quanto ficou dito, constitui um exemplo bem conhecido dessas assimetrias socioeconómicas. De qualquer modo, possui intrínsecas potencialidades que não podem ser descuradas, mas antes desenvolvidas e reequipadas em termos científicos, isto é, nunca pondo em perigo o equilíbrio ambiental e ecológico nem contribuindo para a macrocefalia. Infelizmente nem sempre assim acontece e o turismo no Algarve, mercê da construção desenfreada e anárquica na orla litoral, é hoje em certa medida um pesado símbolo da destruição paisagística, da desertificação das regiões do interior, do aumento do custo de vida e da centralização do mercado de emprego.

O resto é conhecido de todos.



UAlg

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

LICENCIATURAS
PÓS-GRADUAÇÕES
MESTRADOS
DOUTORAMENTOS
CENTROS DE INVESTIGAÇÃO

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

ESTUDAR | EXPERIMENTAR | DESENVOLVER

Os cursos e a academia em

www.ualg.pt

