

Educação Superior em Turismo para o Século XXI: o Caso da Universidade do Algarve.

Júlio Mendes¹

Ana Cláudia Campos²

Resumo

Tendo como cenário uma reflexão sobre o passado, o presente e o futuro do ensino e da investigação em Turismo, o artigo começa por contextualizar e discutir as razões que estão na base do processo de internacionalização em curso na Universidade do Algarve para, num segundo momento descrever genericamente o seu posicionamento e compromisso com o ensino e a investigação em turismo, e o seu mais recente, e inovador, projecto de consolidação da internalização nesta área – a candidatura e lançamento de um programa de Doutoramento Europeu em Turismo Erasmus Mundus.

Palavras-chave: Turismo. Internacionalização. Inovação. Doutoramento

¹ Doutorado em Gestão. Membro do Centro de Investigação sobre Espaço e Organizações/ Universidade do Algarve. E-mail: jmendes@ualg.pt

² Doutoranda em Turismo. Membro do Centro de Investigação sobre Espaço e Organizações/ Universidade do Algarve. E-mail: acalves@ualg.pt

Introdução

Em consequência de um conjunto complexo de circunstâncias que têm marcado o ritmo e o tipo de evolução das sociedades e do mundo, as universidades têm vindo a ser estimuladas nuns casos, e obrigadas noutros, a questionar o seu *modus operandi* e a repensar a visão relativamente ao futuro.

Para sobreviverem e prosperarem num ambiente de crescente concorrência em que a vantagem competitiva é cada vez mais determinante para o sucesso, as universidades vêm-se forçadas a abandonar as tradicionais ópticas de gestão baseadas na produção, demasiado concentradas na sua oferta e nos seus processos de prestação de serviço, adoptando, em seu lugar, filosofias de gestão mais orientadas para o mercado. Muitas delas já se posicionam numa óptica de vendas, promovendo os seus produtos e tentando captar clientes um pouco à semelhança de qualquer outra organização que está no mercado. Outras ainda, numa atitude mais proactiva, assumem claramente ópticas de marketing e desenvolvem estratégias que as colocam em sintonia com as expectativas e necessidades dos mercados, alinhando e ajustando as suas ofertas formativas e de investigação às solicitações dos públicos que servem.

Para além de um espaço de reflexão, de tolerância, de cidadania, de exemplo social, de corpo solidário, de sólida cultura, a universidade moderna deverá ser, cada vez mais, um espaço de abertura e de debate às questões dos dias de hoje (Guerreiro, J. 2009). Para além destas funções relevantes, é legítimo supor que a universidade moderna queira ser bem sucedida, constituir até um caso paradigmático no seu espaço de referência e assumir a responsabilidade social de estabelecer uma ponte entre a produção do conhecimento e a sua aplicação no real.

O turismo é hoje um dos sectores económicos com maior expressão na economia global e, de acordo com as previsões mais credenciadas, deverá assumir-se como o sector que maior desenvolvimento irá ter nas próximas décadas. Este protagonismo, assim como os impactos económicos, sociais e culturais que irá provocar nas sociedades e nas regiões justificam plenamente a necessidade das universidades considerarem o

ensino e a investigação do turismo como uma das suas prioridades em termos de criação e gestão do conhecimento. Esta preocupação faz tanto mais sentido quanto mais a universidade se reconhecer um dos *stakeholders* incontornáveis do sistema turístico.

A Universidade do Algarve (Ualg), criada há apenas trinta anos, tem sabido ao longo da sua vida curta, adaptar-se ao meio envolvente, posicionar-se como uma organização de referência no panorama nacional, responder aos desafios que lhe têm sido colocados desde o final de século, comprometer-se com um processo de internacionalização e direccionar-se para o século XXI na condição de universidade com um sentido e um propósito claros. Todo o seu percurso foi sendo realizado sem grandes sobressaltos, num esforço permanente de procurar ser diferente das demais, tanto na sua forma de estar como na de se relacionar com o mundo envolvente.

Na Europa, o processo de Bolonha veio impor novas dinâmicas de funcionamento às universidades, e reforçar a necessidade de adopção dos processos de internacionalização. Toda a filosofia subjacente ao acordo de Bolonha, ao promover a dimensão europeia do ensino superior, a mobilidade e a cooperação, aponta no sentido da abertura das organizações ao mundo exterior com o objectivo de tornar o Espaço Europeu de Ensino Superior mais competitivo e coeso. Neste sentido, a oferta de graus académicos desenvolvidos em regime de parceria, principalmente ao nível de mestrados e doutoramentos, a afinidade das linhas de investigação adoptadas e desenvolvidas, a selecção conjunta das temáticas, a definição dos métodos de aprendizagem e a eventual co-orientação de dissertações constituem já casos paradigmáticos de sucesso de inúmeras universidades europeias.

Tendo como cenário uma reflexão sobre o passado, o presente e o futuro do ensino e da investigação em Turismo, o artigo começa por contextualizar e discutir as razões que estão na base do processo de internacionalização em curso na Universidade do Algarve para, num segundo momento descrever genericamente o seu posicionamento e compromisso com o ensino e a investigação em turismo, e o seu mais recente projecto de consolidação da internalização nesta área – a candidatura a um programa Erasmus Mundus de Doutoramento em Turismo.

1. O ensino e a investigação em turismo

Uma abordagem à história da educação do Turismo evidencia, logo à partida, a inexistência de consenso quanto à sua genealogia. A datação é divergente, tanto quanto, aliás, a natureza e o conteúdo específico reconhecido ao Turismo nos cursos leccionados. Algumas fontes referem a sua emergência no contexto de funções desempenhadas na área da restauração e hotelaria, outras, que vêem a origem do saber em Turismo na formação dispensada a agentes de viagens; e outras, ainda, que argumentam a favor do crescente protagonismo que o Turismo foi alcançando no seio de disciplinas académicas já bem institucionalizadas, como a Geografia e a Economia. Cooper *et al.* (2001) argumentam que ainda nas décadas de 70 e 80 do século XX, os cursos de Turismo não se encontravam bem definidos por ausência de um claro enquadramento académico e institucional, daí decorrendo inevitáveis inconsistências na coordenação e prestação de qualidade. Todavia, acrescentam, foi visível o esforço de investir num cada vez mais óbvio lugar académico do Turismo, pelo menos a três níveis: um, orientado sobretudo para a formação (mais do que educação) em áreas vocacionais de subsectores turísticos; outro, mais concebido como área de aplicação possível dos princípios de gestão e administração e, por fim, um último nível correspondente a uma vertente de pendor mais académico, que integra o Turismo como fenómeno social e humano de interesse para disciplinas academicamente já estabelecidas (Geografia, Sociologia, Linguística). A evolução tem-se feito, por conseguinte, numa lógica de reconhecimento da importância do Turismo no âmbito da educação superior.

Este reconhecimento tem vindo a ser apoiado, um pouco por todo o mundo, com uma oferta educativa crescente a nível de graduação e pós-graduação, bem como pelo aparecimento continuado de recursos vários que constituem o suporte da investigação e da transmissão do saber, desde revistas de especialidade (*journals*) e livros didácticos, cujo número não pára de aumentar, a bases estatísticas do Turismo credíveis e institucionalizadas, a eventos de dimensão nacional e internacional que organizam a transmissão do conhecimento e simultaneamente dão corpo e robustecem uma

comunidade científica em torno do Turismo, a associações profissionais dos diversos sectores turísticos, a redes de educação e investigação em Turismo.

Apesar de tudo, epistemologicamente, o Turismo enfrenta ainda resistências várias, cujos impactos se farão sentir na forma como as academias e demais instituições públicas o acolhem e encaram e propõem aos seus públicos (se estrategicamente ou não, por exemplo, para o desenvolvimento das próprias instituições ou das regiões, destinos ou sistemas em que se inserem).

A sua inscrição nas academias é relativamente recente, cerca de 50 anos (Cooper *et al.*, 2001), o que não lhe granjeia reputação face a disciplinas cuja história já permitiu a construção de instrumentos específicos de investigação e análise, e um corpo de conhecimentos. O Turismo é visto, em termos académicos, como uma área ainda imatura. Acresce ainda o facto de o Turismo, não obstante actividade principal de lazer das sociedades contemporâneas, ser encarado como matéria pouco séria ou importante, uma crítica, aliás, a que Urry (1990) já fizera referência e procurara refutar. A sua credibilidade epistemológica (e, por extensão, académica e educacional) vê-se igualmente comprometida pela persistência da natureza fragmentada da indústria, que dificulta a visão e o tratamento de conjunto de sectores de actividade muito diferenciados, por um lado, e pelo reconhecimento da essência multidimensional do próprio Turismo, por outro, que reclama abordagens multidisciplinares. Neste contexto, enquanto disciplina, tem vindo a tentar afirmar a sua especificidade multidimensional e multidisciplinar, e, no mesmo sentido, a questionar a sua redução a caso de estudo teoricamente enquadrado por disciplinas dotadas de autonomia e especificidade epistemológica.

A educação em Turismo tem sido construída nos moldes institucionais e pedagógicos das outras áreas disciplinares e a prática tem evidenciado a predominância de um modelo tradicional de ensino-aprendizagem, centrado na docência, na relação formal professor-aluno e na transmissão unilateral de saberes (do docente para o discente). A assumpção deste modelo de ensino superior transmite-se um pouco por toda a esfera de actuação da universidade, que formata os seus *curricula* à imagem e semelhança dos interesses das faculdades, departamentos e escolas (caso evidente de

miopia de marketing), incorrendo no risco de não desenvolver sentido de missão e, como tal, não construir uma oferta adaptada às necessidades dos seus públicos, e logo à cabeça, dos alunos. Gradualmente, os sistemas foram consolidando práticas educativas e de investigação cada vez mais à margem do real que, em primeira instância, lhes interessaria conhecer, desenvolver, transformar, com isso alargando o fosso entre teoria e prática, investigação e aplicação.

Tais ineficiências têm-se perpetuado ao longo dos anos e, contudo, o actual ambiente em que os destinos turísticos concorrem e as organizações turísticas operam, altamente competitivo e acessível à escala global, já não permite a continuação deste divórcio entre instituições de ensino superior e as dimensões em que o Turismo acontece, destinos e organizações (numa perspectiva de oferta), deslocações e actividades (numa perspectiva da procura). Trata-se, por conseguinte, não apenas de corresponder às exigências e à magnitude de uma indústria que se estima ser uma das que mais crescerá no século XXI, mas também das que mais impacto vem gerando nas economias nacionais e regionais, fruto de uma procura internacional que não dá sinais de abrandar, bem pelo contrário.

2. Repensar e inovar em termos de oferta ensino pós-graduado

O ensino e a investigação em Turismo não se podem fazer em espaço fechado. Em virtude da natureza do fenómeno em si, enquanto área do conhecimento, o Turismo carece de uma forte ligação à realidade, assim como de uma ampla abertura a tudo o que está a acontecer no mundo. O turismo é uma manifestação da vida contemporânea e como tal é profundamente influenciado pela globalização das economias e por todas as transformações que estão a ocorrer nos planos político (desregulamentação), económico (globalização dos mercados), tecnológico (revolução na informação), social (comportamento dos consumidores) e ambiental (sustentabilidade e fragilidade dos ecossistemas).

As universidades que estão imersas em destinos turísticos apresentam vantagens competitivas relativamente a outras que também se interessam por esta área do

conhecimento mas que não dispõem de um laboratório social dinâmico, propício e receptível à experimentação e à investigação aplicada.

A Universidade do Algarve tem vindo a desenvolver investigação na área do Turismo desde o início dos anos 90, podendo ser considerada uma das instituições pioneiras neste domínio em Portugal. Tal facto não é surpreendente e só demonstra o estado de sintonia entre a universidade e o complexo laboratório social que é simultaneamente o principal destino turístico português.

Uma boa parte da investigação aplicada desenvolvida ao longo deste meio século teve como preocupação fundamental a compreensão, a gestão e a monitorização do sistema turístico. Exemplos disso são os diversos estudos sobre as motivações e a experiência turística, marca e imagem dos destinos turísticos, segmentação, *targeting* e posicionamento, satisfação, fidelização, qualidade de vida e bem-estar dos turistas, residentes e colaboradores, desempenho das empresas, impactos económicos, sociais e culturais, assim como outros trabalhos sobre tendências e cenários de desenvolvimento do turismo na região do Algarve.

A Universidade do Algarve assume ainda um papel de liderança a nível nacional em termos de número global de dissertações de mestrado e teses de doutoramento apresentadas e defendidas, e um protagonismo ainda maior no que diz respeito à investigação conducente a outros tantos processos de doutoramento. Para além das dissertações e teses realizadas na instituição, os seus docentes desenvolvem ainda outras actividades, como colaborações várias, publicações periódicas e trabalho de revisão, identificadas em cada um dos grupos de investigação (Silva et al, 2009).

Esta situação diferenciadora constitui, logo à partida, um valor acrescentado que deve ser aproveitado em benefício dos seus principais grupos de *stakeholders*: os estudantes. Actualmente, estes “mais do que meramente conquistarem um diploma, necessitam de um passaporte para o mundo” (Burmester, 2005: 4). Assim, no presente contexto, e com o objectivo de internacionalizar a Universidade do Algarve e, com ela, o estudo do Turismo a nível superior foi concebido e proposto um novo programa de doutoramento para alunos Erasmus Mundus.

Na realidade, para além de preocupações específicas desta instituição de ensino superior em relação a um desenvolvimento futuro com base na internacionalização, o projecto de programa de doutoramento Erasmus Mundus em Turismo resultou, primeiramente, de uma gradual e generalizada tomada de consciência de que havia (continuando a haver) muito por fazer nesta área em termos de enquadramento académico e respectivo reconhecimento institucional, o que passaria por tratar o Turismo, gnosiológica e pedagogicamente, à luz das suas especificidades enquanto fenómeno de investigação e disciplina académica. Essa consciência vinha-se verificando comum à comunidade académica, aos actores da indústria e às instituições europeias e demais organizações internacionais que reconhecem ao Turismo uma natureza muito própria, que não permite acomodá-lo nos formatos institucionais e pedagógicos vigentes.

Nesse sentido, tem-se vindo a procurar intensificar o debate sobre as necessidades emergentes no ensino do Turismo, na Europa e no mundo, assim como a desenvolver pesquisa que permita estabelecer objectivos, valores e práticas, quadros de referência para um ensino e investigação que se pretendem altamente qualificados e competitivos, que possam apoiar os desafios que a indústria turística e os sistemas turísticos (destinos) irão enfrentar no decurso do próximo século.

Já é sabido que tais desafios resultam de um mundo globalizado nas suas relações económicas, políticas, tecnológicas e socioculturais, caracterizado por profundas mutações ambientais, as quais, inevitavelmente, irão impactar nos padrões de mobilidade dos indivíduos, nas suas formas de satisfazer necessidades de sobrevivência, qualidade de vida e consumo. Prevê-se que o turismo continuará, cada vez mais, a marcar a vida das sociedades contemporâneas e a contínua acessibilidade dos destinos fará com que possa chegar a qualquer parte do mundo como actividade económica e eixo estratégico de desenvolvimento.

Do ponto de vista da oferta, a emergência de destinos que a todo o momento chegam ao mercado, sobretudo por efeito da integração das tecnologias de informação e comunicação nas cadeias de distribuição, criará – como, aliás, já se verifica na actualidade – as condições para que a concorrência se agudize, a excelência se torne

vantagem competitiva e a colaboração, o instrumento do desenvolvimento. O que se passa a nível dos sistemas turísticos, passa-se e passar-se-á também a nível da oferta educativa superior.

Por um lado, uma realidade turística mais complexa, dinâmica e com mais necessidade de monitorização constante, por outro, todo o universo científico que deve robustecer-se no sentido de lhe dar resposta mediante a construção de um corpo de saber adequado, aplicável e replicável na dimensão concreta dos sistemas, ao mesmo tempo compreendendo as mutações sociais, que talharam indivíduos mais conscientes das suas capacidades, forças criativas e contributo para a criação de valor. As viagens, e, por conseguinte, também aquelas motivadas por objectivos educacionais, são hoje, reconhecidamente, encaradas como oportunidades de desenvolvimento pessoal, exploração do potencial criativo, e criação de identidade individual. Por isso, há também aqui uma outra perspectiva a considerar no ensino superior e investigação em Turismo e que é a caracterização da procura actual, bem como o conhecimento das suas expectativas neste domínio.

3. O novo programa de doutoramento europeu em turismo

O projecto de doutoramento Erasmus Mundus em Turismo procurou vir em resposta a todos estes desafios e mutações. Não se trata, por conseguinte, apenas de trazer a mobilidade inerente ao turismo para um programa curricular em educação e investigação em Turismo, pois tal mobilidade é parte constitutiva da concepção de raiz do formato Erasmus, mas, antes, de propor uma abordagem nova para esta área que defenda o turismo e os seus investigadores e demais *stakeholders*.

Neste sentido, o projecto passou, logo de princípio, pela concepção e definição de um grupo de trabalho constituído por representantes de instituições de ensino superior que incorporam o Turismo como uma das suas áreas estratégicas de investigação e que, simultaneamente, representam diferentes e complementares proveniências no que toca a inserção em sistemas turísticos (destinos). As sinergias decorrentes deste grupo de trabalho heterogéneo manifestaram-se em momentos de criatividade que permitiram pensar de forma clara em que sentido se deveria fazer a

diferença. Assim, três ideias-chave constituíram-se como base do que viriam a ser os princípios distintivos do programa, objectivos e estrutura.

Em primeiro lugar, *a abordagem interdisciplinar do turismo*, que implica reconhecer a sua natureza multidimensional e, por conseguinte, multidisciplinar. Na realidade, muito embora tal facto seja genericamente reconhecido entre investigadores do Turismo, não se reflecte, apesar disso, nos programas e curricula das universidades e muito menos na sua integração e enquadramento institucional. Um programa assente na premissa da multidimensionalidade do turismo assume de forma clara a defesa da sua autonomia epistemológica.

Em segundo lugar, *o interculturalismo* como valor e prática social do mundo contemporâneo. O interculturalismo é um efeito da globalização, *prima facie* económica, mas entretanto disseminada para as esferas social e política, sendo a mobilidade uma poderosa força motriz desse complexo processo. A mobilidade é hoje uma realidade para milhões de indivíduos e as experiências de contacto com sociedades geradas em diferentes universos culturais são cada vez mais a norma. No âmbito de uma proposta de doutoramento Erasmus Mundus, e assumindo que a prática do turismo é também a experiência da alteridade cultural, não se esquece que a construção científica é ela própria fruto de uma específica imersão social e cultural. Na base do programa está a convicção de que o enriquecimento pessoal do investigador passa por aprender a diferença cultural no próprio processo de pesquisa e que é esse mesmo enriquecimento que contribuirá para um corpo de saber mais rico, profundo e englobante.

Por último, *a ponte entre teoria e prática assente na mobilidade inerente à prática social que é o Turismo*. O Turismo é uma das formas mais óbvias de mobilidade e transparece em múltiplas dimensões, padrões e geografias. Neste sentido, a educação superior nesta área e o processo de investigação dos doutorandos devem passar pela assumpção e entendimento das diferentes mobilidades turísticas.

Estes princípios criaram as condições para a inovação no plano de uma concepção de abordagem à educação superior e investigação em turismo, que teria de

ser pensada como integrada e integradora de metodologias e estratégias, de uma concepção de ensino/aprendizagem e filosofia pedagógica.

Na convicção de que o doutorando é, antes de mais, um indivíduo em processo de criação do conhecimento, tanto quanto de si próprio, o programa adota uma visão centrada no indivíduo que ele é, bem como na sua capacidade de participação criativa. Assume-se, por conseguinte, que a aquisição de informação e o domínio especializado de técnicas de investigação não são senão uma ínfima parte dos benefícios resultantes do envolvimento num programa desta natureza.

Objectivos intelectuais, ferramentas integradas de criação e disseminação do conhecimento, técnicas de comunicação, aprendizagem contínua e aplicação do conhecimento no real social são outros tantos benefícios determinantes para a realização de um ser humano integral e capaz de lidar com a constante mudança, e em geral com as questões com que o turismo actualmente se confronta.

Em termos pedagógicos, o programa desafia os modelos tradicionais ao constituir-se como oportunidade de emergência de um vasto conjunto de papéis, comportamentos e atitudes até agora não implementados e estimulados. Neste sentido, o modelo pedagógico que orienta a concepção e a prática do programa é o da Aprendizagem Baseada no Problema (ABP). O ABP centra-se no próprio processo de aprendizagem, mais do que no do ensino, assim como na dimensão activa da aprendizagem. Isto pressupõe que o doutorando interiorize princípios como os da independência e auto-orientação na investigação, com base nos quais possa desenvolver as competências de análise crítica, identificação de problemas, expressão e resolução. Esta abordagem pressupõe uma inversão dos papéis desempenhados pelos actores do processo de ensino e aprendizagem. Os líderes deste processo já não são os docentes mas o doutorando e investigador e os orientadores envolvidos nas mais diversas interacções implicadas num projecto de doutoramento: as relações são formais, tanto quanto informais, apontando todavia para níveis superiores de proximidade entre os indivíduos. Quanto a expectativas de avaliação no âmbito de um programa inovador de doutoramento em turismo, a ênfase vai para uma aquisição geral de conhecimento e

compreensão das matérias de pesquisa, aplicação, desempenho, competências e comportamentos comunicacionais.

Conclusão

O ensino e a investigação do turismo exigem que as universidades tenham uma atitude proactiva e que, cada vez mais, adotem estratégias que lhes permitam caminhar no sentido de institucionalizar novos métodos de trabalho, novas modalidades de relacionamento com a comunidade, novas capacidades de mobilização, novos eixos para a transformação social e tecnológica e novas ideias para intervir no mundo real.

A oferta de programas inovadores e em regime de parceria internacional ao nível do ensino pós-graduado constitui um sinal inequívoco de aceitação destes novos desafios e de reposicionamento competitivo das universidades num contexto de globalização.

Agradecimento

Este artigo foi parcialmente financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT).

Referências

Burmester, E. (2005) *International Education Recommendations*, Wisconsin Department of Public Instruction, University of Wisconsin

Cooper, C., Sheperd, R., Westlake, J. (2001) *Educando os Educadores em Turismo: Manual de Educação em Turismo e Hospitalidade*, São Paulo: Roca

Guerreiro, J. (2009) *Programa de Acção*, Candidatura a Reitor da Universidade do Algarve, Universidade do Algarve, Faro

Silva, João Albino, Paulo M. Rodrigues Júlio Mendes and Luís N. Pereira (2009) “A Tourism Research Agenda for Portugal”, *International Journal of Tourism Research*, 12, (1), 90-101

Urry, J (1990) *The Tourist Gaze*, London: Sage Publications