

# dos algarves <sup>18</sup>

revista da **ESGHT / UALG**

**A ASSESSORIA DE ADMINISTRAÇÃO: ALGUMAS REFLEXÕES**

Sílvia Quinteiro • Maria José Marques

**A LICENCIATURA EM GESTÃO: PASSADO, PRESENTE E FUTURO**

Lurdes Varela

**GESTÃO HOTELEIRA: UM CURSO COM PERSPECTIVAS DE FUTURO**

Cláudia Henriques

**TURISMO: TENDÊNCIAS E CONDICIONALISMOS**

Ronaldo Schütz • Margarida Santos

**ESGHT – PROMOVEDO A MOBILIDADE SOCIAL ASCENDENTE**

Helder Carrasqueira • Vítor Teixeira

**SAÍDAS PROFISSIONAIS DA LICENCIATURA EM GESTÃO DA ESGHT**

Cátia Issufo • Vânia Jorge • Elisa Coke

**OS NOVOS DESAFIOS DO PROTOCOLO EMPRESARIAL**

Cristina Marques Fernandes • Susana de Salazar Casanova

**FOLKFARO – FOLCLORE INTERNACIONAL CIDADE DE FARO**

Cátia Cabete • Mara Silva • Vânia Gago • Ronaldo Schütz

**PÁGINA DO PORTUGUÊS: UTILIZAÇÃO DE MAIÚSCULAS E MINÚSCULAS NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DA ESGHT**

Filipa Perdigão • Rita Baleiro

**ROTAS DO SUL: SAGRES E O MAR – MITOS E REALIDADES**

José António Santos • Margarida Custódio Santos



# ÍNDICE

---

03	<b>A ASSESSORIA DE ADMINISTRAÇÃO: ALGUMAS REFLEXÕES</b> Sílvia Quinteiro • Maria José Marques
05	<b>A LICENCIATURA EM GESTÃO: PASSADO, PRESENTE E FUTURO</b> Lurdes Varela
09	<b>GESTÃO HOTELEIRA: UM CURSO COM PERSPECTIVAS DE FUTURO</b> Cláudia Henriques
12	<b>TURISMO: TENDÊNCIAS E CONDICIONALISMOS</b> Ronaldo Schütz • Margarida Santos
16	<b>ESGHT – PROMOVENDO A MOBILIDADE SOCIAL ASCENDENTE</b> Helder Carrasqueira • Vítor Teixeira
20	<b>SAÍDAS PROFISSIONAIS DA LICENCIATURA EM GESTÃO DA ESGHT</b> Cátia Issufo • Vânia Jorge • Elisa Coke
28	<b>OS NOVOS DESAFIOS DO PROTOCOLO EMPRESARIAL</b> Cristina Marques Fernandes • Susana de Salazar Casanova
31	<b>FOLKFARO – FOLCLORE INTERNACIONAL CIDADE DE FARO</b> Cátia Cabete • Mara Silva • Vânia Gago • Ronaldo Schütz
38	<b>ROTAS DO SUL: SAGRES E O MAR – MITOS E REALIDADES</b> José António Santos • Margarida Custódio Santos
42	<b>PÁGINA DO PORTUGUÊS: UTILIZAÇÃO DE MAIÚSCULAS E MINÚSCULAS NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DA ESGHT</b> Filipa Perdigão • Rita Baleiro

# FICHA TÉCNICA

.....

dos algarves

revista da ESGHT / UALG  
nº18 · 2009

**DIRECTORA:**

Rita Baleiro

**SUB-DIRECTORA:**

Filipa Perdigão

**CONSELHO EDITORIAL:**

Filipa Perdigão, Rita Baleiro

**TIRAGEM:**

750 exemplares

**PROPRIEDADE:**

ESGHT / UALG  
Universidade do Algarve  
Campus da Penha  
8000 FARO

Tel. 289 800 100  
[www.ualg.pt/esght/](http://www.ualg.pt/esght/)

**CONCEPÇÃO GRÁFICA:**

Luís Gregório ([camiao@gmail.com](mailto:camiao@gmail.com))  
Pedro Cavaco Leitão ([metamorfoses@gmail.com](mailto:metamorfoses@gmail.com))

**PAGINAÇÃO:** Luís Gregório

**FOTO CAPA:** Pedro Cavaco Leitão

**ILUSTRAÇÕES:** Pedro Cavaco Leitão

**IMPRESSÃO:**

Rainho e Neves, Lda. / Santa Maria da Feira

**ISSN:** 0873-7347



TAVIRA



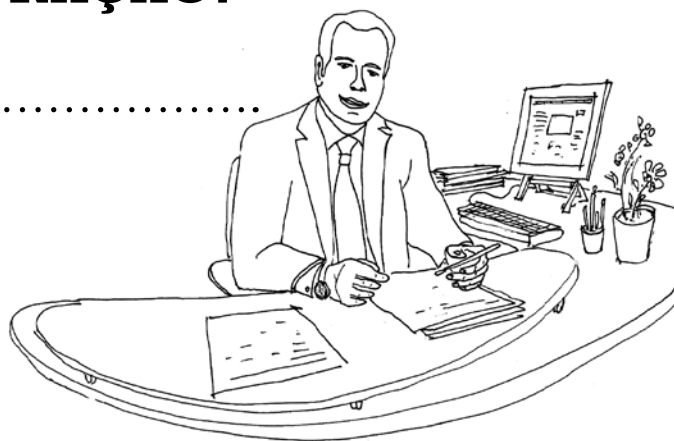
Administração Regional de  
Saúde do Algarve, I.P.



Ministério da Saúde

# A ASSESSORIA DE ADMINISTRAÇÃO: ALGUMAS REFLEXÕES

O presente artigo tem por objectivo identificar as principais questões que se colocam actualmente à formação de profissionais na área da Assessoria de Administração. Analisando retrospectivamente, salientamos aquelas que são, a nosso ver, as transformações e/ou adequações mais recentes dos cursos e dos licenciados. Terminamos apontando aqueles que entendemos serem os grandes desafios que se colocarão a muito breve prazo aos formandos e às instituições formadoras.



**Sílvia Quinteiro** - Directora da Licenciatura em Assessoria de Administração – ESGHT – [moreno@ualg.pt](mailto:moreno@ualg.pt)

**Maria José Marques** – Vice-Directora da Licenciatura em Assessoria de Administração – ESGHT – [mjmarque@ualg.pt](mailto:mjmarque@ualg.pt)

A designação de áreas científicas impostas ao Ensino Superior veio recentemente recuperar a designação «Secretariado» para referir a área de estudos que actualmente é mais conhecida por «Assessoria» ou «Assessoria de Administração». A razão pela qual recuperamos aqui a questão das designações prende-se com o facto de acreditarmos que, ainda que ao nível da substância dos cursos não tenha tido qualquer relevância, esta foi decisiva para uma actualização da imagem do curso e das saídas profissionais associadas que resultou na sua valorização aos olhos dos empregadores, dos candidatos ao Ensino Superior e dos próprios estudantes e licenciados.

Com efeito, a nova designação parece ter tornado mais visível aos olhos de todos o conjunto de características deste tipo de formação que se escondia por detrás de uma imagem estereotipada e claramente redutora da secretária (porque quase invariavelmente no feminino). Esta perspectiva pode ser comprovada, por exemplo, através de estudos (Hardy, 2000; Pringle, 1998; Truss et al, 1996) que incidem sobre um universo exclusiva-

mente feminino. Transformar um Curso Superior de Secretariado numa Licenciatura em Assessoria de Administração trouxe consigo, para além da óbvia valorização em termos de grau, uma dissociação positiva entre profissão e género (ainda que progressiva). Com efeito, têm vindo a surgir outros trabalhos que apontam já para a eliminação do binómio função/género, como o de Kennelly (2006), que recusa a ideia da existência de uma tendência natural da mulher para as profissões que implicam cuidar de/assistir (*caretaking, nurturing*). O autor defende que o que prevalece na função de secretariado é uma ética de serviço público comparável, por exemplo, à dos médicos.

Mais do que isso, e porventura mais importante, a nova designação do Curso veio sublinhar a proximidade desta área científica e profissional, ou mesmo a sua pertença, às Ciências Empresariais. Ora, esta associação é, a nosso ver, não só correcta, mas também extremamente benéfica para esta área de estudos, uma vez que evidencia o facto de se tratar da formação de profissionais que irão prestar assessoria nas mais variadas áreas da

administração pública e privada.

Porém, esta multiplicidade de saídas profissionais, que é seguramente a responsável pela alta empregabilidade dos licenciados nesta área, tem um preço quando se fala em formação. De facto, ter de dar resposta às necessidades de profissionais que ocuparão lugares de assessores em áreas tão diversas como a Segurança Social, a Justiça, as forças policiais e militares, a Indústria, o Ensino ou o Turismo, implica a impossibilidade de se construir um curso «acabado», termo que aqui usamos tanto no sentido de perfeito como de definitivo. É que, se em algumas áreas o número de saídas profissionais e as suas características são relativamente fáceis de enumerar e de abordar ao longo de uma licenciatura, ainda que o grau deva sempre ser entendido como uma ferramenta e um ponto de partida para, em Assessoria de Administração a tarefa de criar curricula é particularmente complexa. Daí que, para além do conjunto de disciplinas de base que têm a ver com o secretariado propriamente dito, encontremos um conjunto bastante diferenciado de disciplinas associa-

das a esta espécie de pilar através do qual se visa formar profissionais extremamente flexíveis e facilmente adaptáveis às oportunidades que se lhes colocarem. Formar um assessor implica mais do que preparar alguém para o desempenho de um conjunto de tarefas passíveis de definição *a priori*: «The social definition of the secretary greatly exceeds a list of attributes or tasks. Technical competence is just an aspect of a whole social competency which brings into play aptitudes that are never presented in a written form.» (Pinto, 1987:123, citado por Truss et al, 1995)

A reestruturação imposta pelo Processo de Bolonha trouxe novos desafios e também a possibilidade de dar resposta a esta necessidade de diversificação da aprendizagem, nomeadamente através de uma maior responsabilização do aluno na construção de um curriculum mais adequado às suas expectativas e necessidades profissionais. O Tratado de Bolonha encoraja a

implementação de um grande número de disciplinas opcionais, que deverão emergir das mais variadas áreas do saber. Pensamos que esta será a grande aposta para o futuro da formação em Assessoria: levar as Instituições de Ensino Superior a criar curricula com um maior número de disciplinas opcionais e a agilizar os procedimentos administrativos daí decorrentes. Além disso, como bem nota o *Academy of Marketing Studies Journal* (Julho 2006), é imprescindível que na educação, tal como noutras áreas, os objectivos propostos estejam adequados às reais necessidades do mercado. Só assim se poderá continuar a garantir uma elevada taxa de empregabilidade que reflecte o prestígio da Instituição, que é também o prestígio dos seus licenciados.

O processo de aprendizagem não se esgota, naturalmente, com a conclusão de uma licenciatura. É fundamental que, ao longo da sua vida profissional, os licenciados em Asses-

soria de Administração actualizem os seus conhecimentos frequentando cursos de formação, pós-graduações ou mestrados nesta ou noutras áreas, especializando-se de acordo com as funções que desempenham ou pretendam vir a desempenhar.

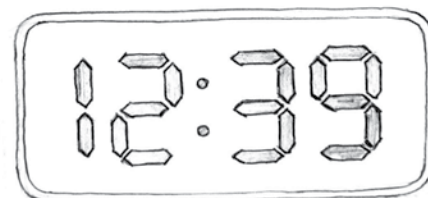
Começámos este artigo referindo a questão da imagem da área de estudos e como esta veio valorizar a imagem do profissional da Assessoria de Administração. Queremos por isso terminar sublinhando que, se este foi um passo que trouxe uma área do passado para o presente, o seu futuro, a valorização destes profissionais, ainda que passe hoje pela necessidade de uma incomparavelmente maior formação ao longo da vida, passará sempre pelo rigor da sua formação e pela competência com que secretários/as e assessores/as desempenharam, desempenham e desempenharão no futuro as suas funções.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

.....

- HARDY, Marcelle (2000), «From Vocational Education and Training to Work: Representations from Two Occupational Areas», in *Journal of Vocational Research*, vol. 25 (1): 34-58.
- KENELLY, Ivy (2006), «Secretarial Work, Nurturing, and the Ethic of Service», in *NWSA Journal*, vol. 18 (2): 170-192.
- PRINGLE, R. (1989), *Secretaries Talk London*, Verso, London.
- TRUSS, Catherine et al (1995), «Segregated occupations and gender stereotyping: A study of secretarial work in Europe», in *Human Relations*, vol. 48 (11): 1331-1354.
- WEBSTER, Robert L.; Hammond, Kevin, L.; Harmon, Harry A. (2006), «A Study of Market Orientation in American Business Schools», in *Academy of Marketing Studies Journal*, vol. 10 (2): 9-22.

# A LICENCIATURA EM GESTÃO, PASSADO, PRESENTE E FUTURO



No decurso das medidas implementadas nos diversos estados membros com vista à realização do espaço europeu de ensino superior que visa tornar a Europa, até 2010, o espaço económico mais dinâmico e competitivo do mundo, baseado no conhecimento e capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e com maior coesão social, surgiu a necessidade de Portugal também acompanhar essa mudança. É assim nesse contexto que a licenciatura em Gestão da E.S.G.H.T. sofreu em 2006 uma reformulação do seu plano curricular. Apresentamos as alterações mais significativas e as tendências para o futuro desta área de formação.

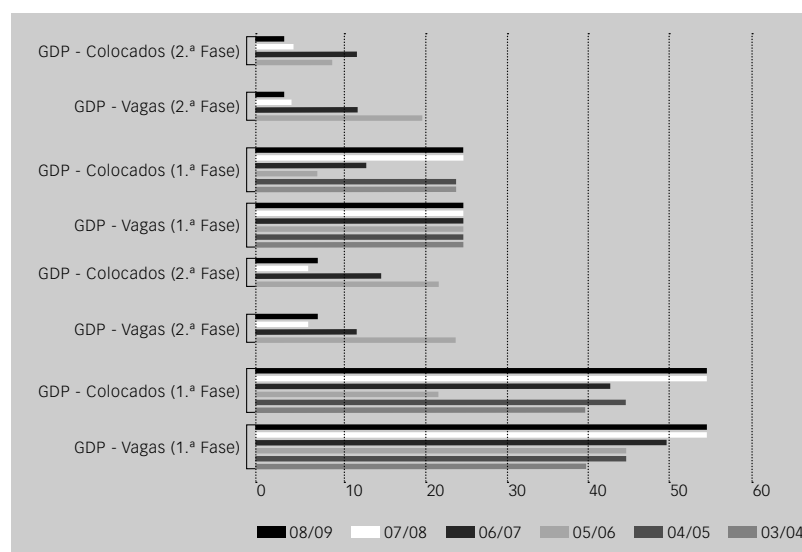
**Lurdes Varela** – Directora da Licenciatura em Gestão – ESGHT – mlvarela@ualg.pt

## OFERTA VERSUS PROCURA DO CURSO

O ano lectivo 2006/07 coincidiu com o primeiro ano de oferta da licenciatura em Gestão de acordo com o plano curricular adequado ao Processo de Bolonha, por esse motivo escolhemos analisar a evolução do acesso ao Curso dos três anos imediatamente anteriores à reestruturação até à actualidade. Da consulta ao gráfico 1 destacamos o crescimento das vagas oferecidas pela ESGHT para a licenciatura em Gestão no regime diurno (Faro) durante o período em análise de 40 para 55. No que respeita às colocações estas têm ocupado a totalidade das vagas, pese um comportamento atípico para o ano lectivo 2005/06 o que resultou em grande medida da alteração das regras de acesso ao ensino superior, acompanhando a tendência nacional. Verifica-se igualmente que as colocações em Gestão se efectuam maioritaria-

mente na 1.ª fase de acesso, sendo as vagas sobrantas resultantes essencialmente da não concretização de matrículas das colocações na 1.ª fase.

Quando procedemos a idêntica análise para a licenciatura em Gestão oferecida em regime nocturno verificamos que o aumento das vagas disponibilizadas para o ano lectivo 2006/07 não foi



Fonte: Adaptado de ÁGUAS, P. (2008)

fig 1: Acesso em regime diurno (Faro e Portimão)

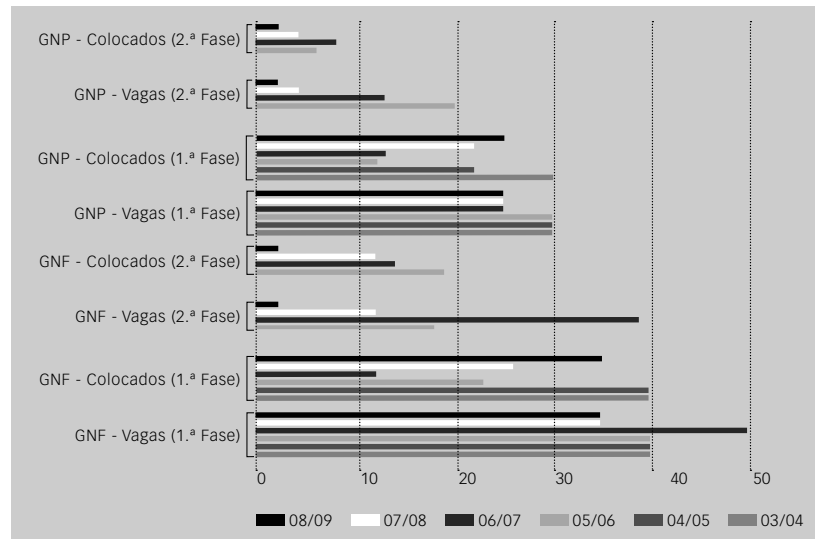
acompanhado de resposta semelhante ao nível da 1.ª fase de procura do curso. Notámos que para este período de recrutamento ocorreu alteração da forma de publicitação no *site* oficial do acesso ao ensino superior das licenciaturas que eram simultaneamente oferecidas em regime diurno e cuja oferta em regime nocturno não foi explicitada (nem para as vagas referentes a 2006/07 nem para as de 2007/08). Não dispomos de elementos adicionais que possam atestar dos reais factores que originaram esta inflexão (excesso de vagas oferecidas, deficiente divulgação no *site* oficial do acesso ao ensino superior, alteração do plano de curso ou outros) no entanto a totalidade das vagas foi preenchida na(s) fase(s) subsequente(s).

Apraz-nos no entanto constatar que no último ano as vagas sobranças para a 2.ª fase foram residuais resultando da não concretização de matrícula dos colocados na 1.ª fase. O que após tantos anos de oferta do curso e consolidada a reestruturação curricular, parece evidenciar a sua adequação à procura.

### A EVOLUÇÃO DO CURSO EM TERMOS DE ACTUALIZAÇÃO E DE ADAPTAÇÃO DO PLANO DE ESTUDO AO MERCADO DE TRABALHO

O actual plano de formação da licenciatura em Gestão resulta da adequação do anterior modelo, o qual conferia a licenciatura em dois ramos distintos; Gestão - Ramo Gestão Financeira e Gestão - Ramo Marketing, ao modelo preconizado pelo Processo de Bolonha.

Com aquela adequação a duração do plano de formação em regime diurno que era de quatro anos<sup>1</sup> passou para três anos possibilitando deste modo que os alunos terminem a sua formação inicial de ensino superior num período temporal mais reduzido o que lhes permitirá um primeiro contacto com o mercado de trabalho mais cedo e o poderem progredir posterior-



Fonte: Adaptado de ÁGUAS, P. (2008)

fig 2: Acesso em regime nocturno (Faro e Portimão)

mente a sua formação num sistema de estudo ao longo da vida.

A adequação dos planos curriculares de acordo com o processo de Bolonha permitiu ainda a optimização dos programas das diversas unidades curriculares e consequente actualização face às necessidades percebidas no mercado de trabalho.

É nossa convicção que o modelo actual se adequa de forma mais estreita às novas realidades do mercado de trabalho, o qual apresenta maior dinamismo e necessidade de actualização permanente das competências adquiridas.

No ano lectivo 2008/09 a licenciatura em Gestão, segundo o plano curricular adequado a Bolonha, atingirá o ano cruzeiro com a saída para o mercado de trabalho dos primeiros licenciados integralmente segundo o novo plano curricular. A carteira de cursos pós-graduados/especialização/mestrado actualmente oferecida pela ESGHT e na Universidade do Algarve permitirá "fidelizar" uma parcela dos nossos licenciados em Gestão que perspectivem o exercício da sua actividade profissional em áreas mais especializadas.

No futuro, as dinâmicas de

globalização, as actualizações tecnológicas (quer na área da informática quer na área das comunicações), os novos processos de tomada de decisão e as diferentes abordagens dos mercados impõem a revisão permanente dos respectivos programas das unidades curriculares, desejavelmente através de uma cada vez maior interligação com as organizações com recurso ao estudo de *case studies*, visitas às empresas, seminários com reputados profissionais das distintas áreas de formação, realização de estágios curriculares e/ou profissionais. Aqui consideramos da maior relevância a manutenção, e preferencialmente, o reforço das parcerias com o mundo empresarial por via dos estágios curriculares os quais, pese embora tendo perdido peso em termos de duração no novo plano do curso continuam a ser uma mais-valia valiosíssima enquanto variável facilitadora da integração dos recém licenciados no mercado de trabalho.

Assim, é nossa convicção que será necessária uma reflexão permanente dos *curricula* embora enquadrando as recomendações do Ministério da Ciên-



cia, Inovação e Ensino Superior para a harmonização das estruturas de formação:

A reestruturação da formação superior dos Jovens de forma a permitir a sua aproximação dos interesses da Sociedade e, simultaneamente, de uma escolha profissional de mais e melhor realização e satisfação pessoal (MCIES, 2004).

Esta reflexão deve permitir, igualmente, a formação de profissionais que transportem para as organizações, adicionalmente às competências técnicas também competências capazes de potenciar o desenvolvimento pessoal e das equipas onde se vão inserir com vista ao aumento da produtividade das empresas, mas também de realização das suas necessidades pessoais e profissionais.

### A GESTÃO EM REGIME NOCTURNO

A oferta por parte da E.S.G.H.T. da licenciatura em Gestão, também em regime nocturno, tem possibilitado a formação superior de uma faixa da população que de outra forma não o poderia concretizar.

Os resultados de inquérito realizado em Março de 2007 a ex-alunos da licenciatura em Gestão mostram que apenas cerca de 8 pontos percentuais diferenciam o número de diplomados dos regimes diurno (54%) e nocturno (46%).

A distribuição do plano curricular por um período de quatro anos (em contraposição com os três anos no regime diurno) procurando adaptá-lo às necessidades e restrições dos alunos trabalhadores estudantes, estamos em crer, contribuirá para a redução da taxa de retenção registada no passado nalgumas unidades curriculares, permitindo ao estudante uma melhor gestão dos seus tempos de estudo e o término da licenciatura num menor período de tempo.

### O SUCESSO DOS NOSSOS ALUNOS

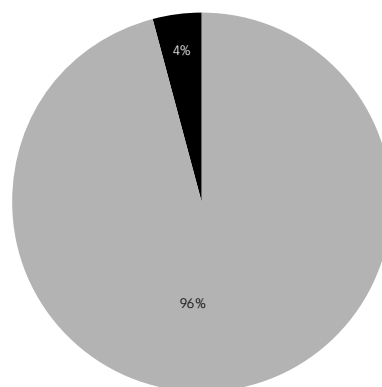
### ENQUANTO BOLSEIROS EM INSTITUIÇÕES ESTRANGEIRAS E EM TERMOS DE EMPREGABILIDADE

Tradicionalmente o aluno de Gestão não tem aderido em grande número aos programas comunitários de mobilidade embora se verifique uma inversão dessa tendência nos últimos anos. Julgamos encontrar explicação para esse comportamento nas dissemelhanças dos diversos planos curriculares ao nível europeu e na especificidade de algumas matérias leccionadas as quais fazem remissão ao sistema normativo/jurídico nacional. Acreditamos que a concepção de mobilidade subjacente ao novo paradigma do ensino superior, a flexibilização e a introdução de normas internacionais no sistema nacional conduzirão para inverter a tendência registada no passado.

Registamos, no entanto, que os alunos de Gestão são altamente motivados pelas experiências de formação além fronteiras, como é o caso das quase três dezenas de estudantes que nos últimos seis anos têm aderido à participação no programa Global Village na Universidade de Lehigh nos Estados Unidos da América.

No que concerne à empregabilidade, e de acordo com inquérito aplicado no passado mês de Março de 2007 aos ex-alunos da E.S.G.H.T., a empregabilidade apresenta valores muito distintos, observando-se que os licenciados em Gestão pela E.S.G.H.T. empregados representam 96%, e dos desempregados, quando inquiridos, quase metade não procurava emprego.

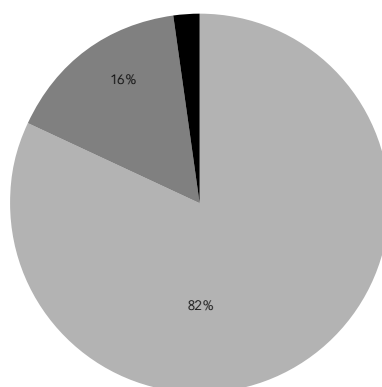
Aquele estudo constatou ainda que a região do Algarve exerce forte atracção sobre os diplomados que forma, verificando-se que cerca de 86% aqui exercem a sua actividade profissional. Sendo o sector terciário o de maior peso da região algarvia é natural que os graduados pela E.S.G.H.T. igualmente nele estejam maioritariamente afectados (85%), representando os sectores primário e o secundário, respectivamente, 5% e 10%.



■ Desempregados  
■ Empregados

Fonte: Carrasqueira, H e Teixeira, V. (2007)

fig 3: Empregabilidade



■ Prestação de Serviços  
■ A termo certo  
■ Sem termo (estável)

Fonte: Carrasqueira, H e Teixeira, V. (2007)

fig 4: Tipo de Vínculo

Praticamente 1 em cada 3 diplomados trabalha no mesmo local onde desenvolveu o estágio, e para os restantes, o respectivo enquadramento profissional faz-se sobretudo em empresas/instituições de outro sector, uma vez que apenas 32% pretende manter-se em unidades do mesmo sector onde efectuou o estágio.

Mais de 80% dos inquiridos têm uma relação contratual estável, representando praticamente o restante valor a parte de contratos a termo certo, já que são de pouca expressão

as prestações de serviços.

Cerca de 60% dos inquiridos têm um rendimento médio mensal que excedendo os 750 € não ultrapassa os 1500 €, havendo cerca de 12% que recebem valores, em média, abaixo dos 750 € e sensivelmente metade deste valor, auferem mais de 3000 €.

A maioria dos diplomados inquiridos manifesta a necessidade de complementar a sua formação (70%), constatando-se que a área da fiscalidade recolhe a parte mais significativa dos interesses explicitados, seguindo-se, a alguma distância, a contabilidade.

## CONCLUSÃO

A evolução da procura da licenciatura em Gestão encontra-se associada a

um conjunto de variáveis externas e internas percebidas pelos interessados. Os dados disponíveis não evidenciam o impacto decorrente da adequação do respectivo plano curricular ao Processo de Bolonha. Será um trabalho a realizar por inquirição dos estudantes e dos graduados após ultrapassado o ano cruzeiro da sua implementação.

Não tendo ocorrido até à data uma adesão expressiva por parte dos alunos da licenciatura em Gestão à mobilidade, verifica-se no entanto nos últimos anos uma crescente manifestação de interesse, o que nos leva a conjecturar um cenário futuro de maior concretização de mobilidade neste domínio.

Continua a ser de destacar a eleva-

da taxa de empregabilidade apresentada pelos diplomados bem como a estabilidade dos respectivos vínculos contratuais.

De notar ainda a elevada manifestação de interesse na continuação do estudo em formações pós-graduadas o que poderá potenciar a oferta de novos planos de oferta de formação nesta área.

.....

**1** Três anos referentes ao 1.º ciclo - conferente do grau de bacharel, aos quais acrescia mais um ano de especialização - 2.º ciclo - conferente do grau de licenciatura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- .....
- ÁGUAS, P. (2008), *Estudo do Acesso aos Cursos da ESGHT*, Actas do Conselho Científico.
- CARRASQUEIRA, H , TEIXEIRA, V.(2007), *Revista de Divulgação da ESGHT*, n.º 2, 2007/08, ISSN: 1646-4737.
- MCIES (2004), *Harmonização de estruturas*, MCIES, Set-2004.
- VARELA, L e MARTINS, A. I. (2004), Implementação do Processo de Bolonha: Estudo Provisório com vista à Reestruturação do Curso de Gestão da ESGHT.
- The Quality Assurance Agency for Higher Education (QAA) [online]  
<http://www.qaa.ac.uk>



# GESTÃO HOTELEIRA: UM CURSO COM PERSPECTIVAS DE FUTURO

Cláudia Henriques - Directora da Licenciatura em Gestão Hoteleira – ESGHT – chenri@ualg.pt

## TURISMO E HOTELARIA: SUA IMPORTÂNCIA NO ALGARVE

A importância do turismo e da sua indústria nas economias internacional, portuguesa e algarvia é crucial na actualidade e tende a reforçar-se no futuro, tal como evidenciam estimativas da WTTC (2003, 2006)<sup>1</sup>. O facto leva-nos a perspectivar que a opção por uma carreira profissional associada à gestão hoteleira constitui um desafio com perspectivas promissoras.

No respeitante ao Algarve, enquanto região turística portuguesa por excelência, assente predominantemente no produto “sol e mar”, encontra-se actualmente entre as economias cuja importância relativa do *cluster* do turismo é muito significativa, contribuindo a sua indústria de Viagens e Turismo (V&T)<sup>2</sup> com 45% do PIB e 37% do emprego (2003) da região, perspectivando-se para o futuro (2013) uma contribuição para o PIB de 71%. Essa contribuição ainda é maior se considerarmos a economia das V&T<sup>3</sup>.

A relevância turística do Algarve está igualmente patente no Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN, 2007-2013), associada à ambição de afirmar a região em questão como uma das mais desenvolvidas do país e da Europa. Está também expressa no Plano Estratégico Nacional do Turismo (ME, PENT, 2006-2015) e na sua «matriz estratégica de desenvolvimento dos produtos no território», onde se estabeleceu um conjunto de produtos turísticos actuais e com perspectivas futuras de «elevada valorização e desenvolvimento», destacando-se o «turismo de

sol & mar», «turismo náutico», «turismo residencial», «*golf travel*» e «saúde e bem estar».

Constituindo-se o Algarve, fundamentalmente como região receptora de turistas, recepcionando presentemente cerca de 13 milhões de dormidas<sup>4</sup>, vários são os desafios que se colocam à competitividade da sua indústria turística, a qual passa necessariamente pela aposta na qualificação das empresas de produção – hotéis e restaurantes (as de maior representatividade em economias do turismo receptoras).

O facto apela a uma reflexão não apenas sobre as políticas de planeamento e gestão que afectam e afectarão o desenvolvimento turístico algarvio mas também sobre os determinantes da qualificação do produto turístico regional. Entre esses determinantes destaca-se o sistema de Ensino Superior associado ao turismo e à hotelaria, pois tal como a EU (2003) referencia, este tipo de ensino «detém um papel central no desenvolvimento humano e das sociedades modernas na medida em que potencializa o desenvolvimento social, cultural e económico e activa valores éticos e de cidadania».

Assim, o ensino superior da gestão hoteleira deverá desenvolver-se estabelecendo uma articulação entre a dinâmica sectorial turística e a educacional, de modo a que se possa caminhar para a qualificação adequada de profissionais: «De salientar que a indústria do turismo é trabalho-intensiva, pelo que a formação desempenha um papel determinante na percepção e

qualificação das pessoas que intervmem nesta actividade, assumindo-se o factor humano como a essência da qualidade na oferta turística.» (Henriques, 2005: 86).

Cabe, então, às universidades, um papel fulcral na estruturação de cursos que valorizem o capital humano existente, apelando não só à delimitação de planos curriculares adequados aos desafios, mas também a um estreitar da relação entre as universidades e a comunidade, por um lado, e entre as universidades e o sector produtivo, por outro. Só assim, será possível um efectivo e sustentável contributo do ensino para o desenvolvimento económico, tornando a economia e o ensino domínios simbióticos por excelência.

## O CURSO DE GESTÃO HOTELEIRA DA ESGHT: ENTRE O PASSADO E O FUTURO

A ESGHT, entre o seu elenco de cursos, oferece, desde 1991, o Curso de Gestão Hoteleira, o que lhe dá mais de 17 anos de aposta num sector estratégico como é o do Turismo e Hotelaria, havendo o reconhecimento implícito de que um produto turístico de qualidade passa pela existência de quadros técnicos aptos a aprender o fenómeno turístico em toda a sua complexidade.

O Curso de Gestão Hoteleira – regime diurno, em Faro, foi criado pela Portaria n.º 970/91 de 20 de Setembro, tendo sido alterado pelas Deliberações do Senado SU-11/93 de 20 de Janeiro, SU-3/94 de 9 de Fevereiro e Deliberação n.º 373/99, de 26 de Março. Seguiu-se a instituição do Curso Bietápico de

Licenciatura em Gestão Hoteleira, o qual resultou da conversão do Curso Superior de Gestão Hoteleira e dos Cursos de Estudos Superiores Especializados (CESE) num curso de dois ciclos, sendo o primeiro de três anos, e conduzindo ao grau de bacharel, e o segundo de um ano, findo o qual era conferido o grau de licenciado em Gestão Hoteleira. O Curso Bietápico em questão derivava do Curso de Bacharelato em Gestão Hoteleira, cuja proposta se inicia em 1989 e entra em funcionamento em 1991 e 1992, respectivamente em regime diurno e nocturno. Este Curso de Bacharelato passou a assentar, no ano lectivo de 1994/95, numa nova organização curricular, fruto de uma primeira reestruturação no Plano de Estudos.

Em todas as etapas evolutivas, e como está patente no Relatório de Avaliação do Curso de Gestão Hoteleira da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Gestão (ESGHT, 2002/2003), houve sempre a preocupação de considerar dois grandes vectores formativos:

- a gestão de topo (direcção/administração hoteleira) responsável pela gestão estratégica do negócio e pelo planeamento, coordenação e controlo das actividades das diferentes áreas funcionais, e
- a gestão mais operacional ou funcional (responsável pelo desenvolvimento e implementação das políticas e planos de acção de cada área/departamento (direcção de alojamento, alimentação e bebidas, comercial, ...) que suportem os objectivos estratégicos definidos pela gestão de topo.

Paralelamente, houve o cuidado de adoptar uma metodologia diversificada assente em reuniões de curso, análises curriculares, inquéritos e discussões com os alunos e *feedback* dos estágios, a qual constituiu o ponto de partida para um processo multifaseado, onde foi importante não só a discussão interna (ESGHT) como também a dinamização da discussão externa (por exemplo discussão com o Conselho Consultivo de uma proposta de novo plano curricular, discussão com ex-alunos, entre outros).

Cabe igualmente salientar que a

delimitação do *perfil de gestor hoteleiro* teve sempre em conta a existência de diferenças significativas entre um gestor de empresas e um *gestor hoteleiro*, ao nível das qualificações de base e do papel das competências técnicas específicas destes profissionais. Este facto apelou à criação de um Curso independente do Curso Superior de Gestão.

De salientar que um estudo delineado por Taylor e Edgar (1999), influenciado por um modelo de Kotler (1972), assenta num conjunto de categorias dicotómicas, identificado enquanto Modelo de Gestão Hoteleira de 6 quadrantes. Este modelo prevê abordagens no âmbito de investigação ao nível da empresa, onde são enfatizados os níveis micro, meso e macro<sup>5</sup>. Esta matriz analítica, em larga escala consensual, apoiou muitas das escolhas da ESGHT no respeitante ao leque de disciplinas que devem integrar o plano curricular, uma vez que contribuem para a leccionação das competências académicas necessárias para se formar um gestor hoteleiro.

### BOLONHA

A construção de um Espaço Europeu de Ensino Superior apoiou-se em vários documentos de base orientadora<sup>6</sup>, que delimitaram a estratégia a seguir, conduzindo ao que veio a ser conhecido como o Processo de Bolonha. Este Processo assume como objectivos a «formação de uma dimensão e de uma consciência europeias novas no ensino superior, na investigação e na inovação, fundamentalmente sedimentadas na colaboração institucional e no intercâmbio cultural, este sustentado na mobilidade dos jovens e na promoção da empregabilidade no mercado alargado europeu» (MCIES, 2004). Para a sua efectivação pressupõem-se «maior transparência e comparabilidade das formações», «maior mobilidade de alunos, professores e investigadores» e «melhor empregabilidade».

Neste contexto, a ESGHT, para responder aos novos desafios do Ensino Superior aprovou um novo plano

curricular do Curso Superior de Gestão Hoteleira – 1º ciclo, conducente a uma licenciatura de 3 anos, a qual tem contado com um número de alunos inscritos que, entre os anos lectivos de 2006/2007 e 2008/2009, tem sido de 100 e 179 respectivamente (vide fig. 1).

ANO LECTIVO	LICENCIATURA EM G.H. - 1.º CICLO
2006/07	100
2007/08	164
2008/09 *	179

Fonte: Serviços Académicos da Universidade do Algarve, 2008

fig 1: Alunos Inscritos no Curso de Gestão Hoteleira em Faro- Bolonha

Este plano apoiou-se num conjunto de instrumentos de naturezas várias. Para além dos instrumentos de gestão, destacam-se os metodológicos e de investigação quantitativa, financeiros, legais, informáticos, linguísticos. Integra igualmente um estágio curricular, no 3º ano, com a duração de 8 semanas que visa propiciar aos alunos uma formação profissionalizante na área da Gestão Hoteleira.

Cabe assinalar que a ESGHT possui uma base de dados com cerca de 1618 empresas particulares, instituições públicas e outros organismos que já colaboraram na concessão de estágios aos seus alunos. É portanto uma vantagem competitiva que a consolidar e a aprofundar. Paralelamente, a ESGHT estabeleceu um conjunto de protocolos com vários grupos económicos que se destacam na hotelaria, facto que privilegiadamente favorece estágios nas empresas dos grupos em questão.

Os alunos de Gestão Hoteleira tendem a estagiar e a obter emprego maioritariamente em hotéis (departamentos administrativos, financeiros, de recursos humanos, de operações hoteleiras). Porém, como assinala Tan (2008: 1), «os casinos, eventos, aeroportos, barcos de cruzeiro» ganham crescente projecção na captação e valorização de

gestores hoteleiros. Não nos podemos também esquecer dos hospitais (gestão hospitalar nas vertentes hoteleiras), SPA e organismos institucionais (associados ao planeamento, gestão e financiamento do turismo).

.....

**1** Segundo estimativas da WTTC (2006), no respeitante a Portugal a Indústria das V&T contribui para 6.4% do PIB, em 2006, prevendo-se uma contribuição de 7.4%, em 2016. No emprego a contribuição é de 7.3% e 8.5%, respectivamente para 2006 e 2016. Quanto à Economia das V&T a contribuição para o PIB é de 15.5% e 17.7%, e para o emprego 17.7% e 20.4%, respectivamente para 2006 e 2016.

**2** As V&T incluem Transportes, Alojamento, *Catering*, Recreação/animação, Serviços para Visitantes.

**3** No respeitante ao Algarve, se

tivermos em conta o respectivo impacte na economia, "as V&T geram 66% do PIB e 60% do total dos postos de trabalho" (WTTC, 2003). Porém, as previsões do WTTC e da Oxford Economic Forecasting até 2013 são modestas, o que se torna preocupante se pensarmos na acérrima concorrência esperada para o futuro.

**4** Segundo as Estatísticas de Turismo do Instituto Nacional de Estatística nas suas Estatísticas do Turismo, o Algarve recebeu 13,3 milhões de dormidas em 2004, detendo uma representatividade de cerca de 42% do total de dormidas no espaço nacional concentradas maioritariamente nos meses de Verão (Julho e Agosto), o que indicia uma elevada sazonalidade. De 2004 a 2007, a taxa de sazonalidade algarvia oscilou entre cerca de 42% e 43%.

**5** No primeiro e segundo quadrantes a incidência é micro, enfatizando o nível do agente económico, nomeadamente a em-

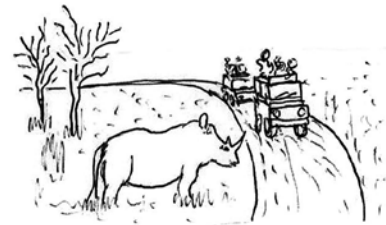
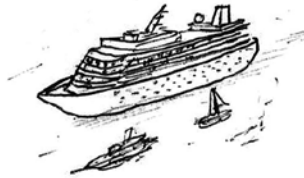
presa. No entanto, o objectivo será estabelecer o comportamento que a empresa (hotel/unidade de alojamento) deverá adoptar (prescritivo) para optimizar a sua performance. Nos quadrantes 3 e 4, a abordagem recai no nível meso, e consequentemente no nível sectorial (que pode ser subdividido de modos distintos: restaurantes, alojamento,...) visualizado quer pela perspectiva positivista (descritiva) quer normativa (prescritiva). Nos quadrantes 5 e 6 a tónica circunscreve-se ao nível macro, onde o que está em causa é a compreensão da agregação da indústria como um todo.

**6** Destacam-se: a Declaração de Bolonha (Junho, 1999), Comunicados de Praga (Maio, 2001) e de Berlim (Setembro, 2003), em sintonia com as estratégias estabelecidas nos Conselhos Europeus de Lisboa (2000) e de Barcelona (2002).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

.....

- ESGHT (2002/2003), *Relatório de Auto-Avaliação do Curso Superior de Gestão Hoteleira – 2002/2003*, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Faro.
- EU (EUROPEAN UNION) (2003), «The role of the universities in the Europe of Knowledge: Communication from the Commission». Comissão Europeia, Bruxelas.
- HENRIQUES, C. (2005), «Curso de Gestão Hoteleira: Que desafios no contexto da reforma do ensino superior?», in *Revista Encontros Científicos*, ESGHT - Universidade do Algarve, Nº1: 85-97.
- MCIES (2004), *Reforma do Sistema do Ensino Superior – Resumo das Orientações*. MCIES, Lisboa.
- QREN (2007), *Quadro de Referência Estratégico Nacional: 2007-2013*. Disponível online em <http://www.portugal.gov.pt>. Consulta em Outubro de 2008.
- TAN, N. (2008), «Future Jobs for Hospitality Students». Disponível online em <http://articlesbase.com/print/562405>. Consulta em Outubro de 2008.
- WTTC (2003), *Algarve: O Impacte das Viagens & Turismo no Emprego e na Economia*, WTTC.
- WTO (2006), «Tourism Market Trends». Disponível online em <http://www.wto.com>. Consulta em Março de 2007.



# TURISMO

## TENDÊNCIAS E CONDICIONALISMOS

.....

**Ronaldo Schütz** – Director da Licenciatura em Turismo – ESGHT – rschutz@ualg.pt

**Margarida Santos** – Vice-Directora da Licenciatura em Turismo – ESGHT – mmsantos@ualg.pt

### APRESENTAÇÃO

Uma reflexão acerca do Turismo não pode ser desvinculada dos condicionalismos da realidade e das constantes mutações do mundo onde nos inserimos. Um dos mais marcantes historiadores do século XX, Eric Hobsbawm, em entrevista recente mencionava que «como Marx, Engels e Schumpeter previram, a globalização, implícita no capitalismo, não apenas destrói uma herança de tradição como também é incrivelmente instável, operando por uma série de crises»<sup>1</sup>.

Num momento histórico em que a incerteza é o tema prevalente, e o capitalismo neo-liberal encontra-se, fazendo eco da recente manchete do jornal *Financial Times*, «em convulsão», julgamos oportuna a lembrança de factores inerentes ao macroambiente e condicionantes do comportamento humano, nomeadamente, dos turistas e do Turismo, que podendo ser afectados na sua intensidade quantitativa, parecem-nos fortemente fundamentados enquanto tendências.

A Associação Turismo do Algarve (ATA) tem por função desenvolver a comunicação internacional do destino Algarve. Seguindo as linhas de orientação do Plano Estratégico Nacional de Turismo 2006-2015, adjudicou ao Centro de Estudos da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve a concepção do Plano Estratégico de Marketing para o triénio de 2007-2009. A sua elaboração contou com

a participação activa de técnicos e especialistas de várias áreas relacionadas com o Turismo dos mundos académico e profissional, de Associações Empresariais, de Autarcas e teve o apoio e o acompanhamento da Região de Turismo do Algarve. O trabalho foi coordenado pelo Dr. Duarte Padinha e pela Dra. Susana Miguel, da ATA, e executado pela equipa técnica do Centro de Estudos da ESGHT, coordenada pelos Profs. Doutores Paulo Águas e Ronaldo Schütz, e composta pelas Mestres Célia Veiga, Cláudia Almeida e Elisa Coke, e pelas Licenciadas Marisa Serenho e Vera Henriques.

O texto a seguir é um excerto do Plano Estratégico de Marketing para o Algarve – 2007/2009, lançado em finais de 2006.

### ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

Identificam-se em seguida as tendências sócio-culturais, económicas, geopolíticas e tecnológicas que constituem potenciais ameaças e/ou oportunidades ao desenvolvimento do turismo.

#### 1. AMBIENTE SÓCIO-CULTURAL

##### ALTERAÇÕES DEMOGRÁFICAS

Nas nações industrializadas o aspecto mais crítico da demografia é a pirâmide etária invertida. A elevada proporção de pessoas reformadas no total da população influenciará a estrutura da procura turística nomeadamente através de:

- condicionamento da oferta de infra-estruturas e serviços de saúde;
- necessidade de dar mais ênfase ao conforto e menos à idade;
- procura de produtos alternativos ao Sol e mar.

#### MAIOR PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE E O BEM-ESTAR

A valorização da saúde e do bem-estar acompanha a tendência de envelhecimento da população. O Spa, a Saúde e o Turismo “keep fit” encontram-se provavelmente entre os produtos que beneficiam particularmente do aumento da importância económica dos turistas mais idosos.

#### AUMENTO DO NÍVEL EDUCACIONAL

O aumento do número de indivíduos com um elevado nível educacional reflecte-se nos interesses, no comportamento de compra e nas motivações turísticas, fomentando o crescimento do Turismo ambiental e do Ecoturismo. Esta tendência está também associada à promoção de uma atitude mais exigente em termos de responsabilidade social e ambiental dos destinos.

O aumento do nível educacional interfere igualmente no comportamento de compra por via do aumento do recurso à Internet, em particular na primeira fase do planeamento da viagem.

#### MAIOR PARTICIPAÇÃO DA MULHER NA VIDA ACTIVA



A crescente participação da mulher na vida activa, com o adiamento do casamento e da constituição de família, repercute-se nos padrões da procura, permitindo o aumento do rendimento familiar e do respectivo orçamento discricionário.

Com uma intervenção crescente na escolha do destino, as mulheres procuram tendencialmente mais experiências culturais para os seus filhos.

#### FRAGMENTAÇÃO DO TEMPO LIVRE E AUMENTO DO ORÇAMENTO DISCRICIONÁRIO

Diversas actividades de lazer, entre as quais se encontram as viagens, competem por uma população com menos tempo livre e mais orçamento discricionário.

A fragmentação dos tempos livres influencia a tendência de crescimento das viagens de curta duração e reservas «last minute». O fenómeno dos «short breaks» tende a aumentar, somando-se às tradicionais férias de Verão. Esta tendência, liderada pelos indivíduos com ocupações laborais intensivas, é influenciada pela emergência das companhias aéreas de baixo custo, das reservas via Internet, privilegiando particularmente o turismo de cidade («city break») e o Turismo residencial.

#### REDUÇÃO DA DIMENSÃO MÉDIA DO AGREGADO FAMILIAR

A redução do número de pessoas por agregado familiar é outro indicador de mudanças estruturais na Europa. Esta alteração levará à procura de outras ofertas directamente associadas a uma tendência de individualização do tempo de lazer.

#### NOVA ATITUDE FACE ÀS FÉRIAS E EMERGÊNCIA DE NOVOS ESTILOS DE VIDA

Com um papel essencial na vida dos indivíduos, as férias tornam-se sinónimo de independência, aventura, busca de novas experiências,

tipicidade/autenticidade, constituindo formas de auto-expressão. Esta nova atitude, associada a novos estilos de vida (o «consumidor híbrido» com padrões de consumo individualistas), gera uma fragmentação da procura.

A acompanhar o aumento da diversificação das actividades de lazer está a maior dificuldade do *trade* em antecipar os comportamentos dos consumidores e configurar os seus serviços em conformidade. A escolha dos destinos é influenciada pelos estilos de vida, que por sua vez são inspirados em grupos de referência tais como músicos pop/rock e artistas de cinema.

#### AUMENTO DA VALORIZAÇÃO DAS COMPONENTES AMBIENTAIS E CULTURAIS

As novas realidades sócio-culturais e ambientais, a par das campanhas de sensibilização para os perigos associados à exposição aos raios ultravioletas e à deterioração da camada do ozono, estão na base da exigência de novas alternativas ao Sol e mar, por parte dos consumidores.

A valorização e competitividade da oferta turística estão, em larga medida, dependentes da sua envolvente territorial relacionada com a imagem do produto e a qualidade do serviço que presta, fazendo crescer o interesse pela certificação ambiental.

Exigência de novos produtos:

- Ecoturismo está a tornar-se popular entre as diferentes faixas etárias.
- Turismo de aventura é actualmente um produto em rápido crescimento, em particular junto dos grupos etários mais jovens que procuram experiências mais activas.
- Outras tendências relativas à procura de novos produtos verificam-se através do crescimento dos Cruzeiros, da expansão das tendências «slow cities» e «slow food» da Itália para grande parte da Europa e do comércio nos grandes centros ou lojas de artesanato.

#### RELEVÂNCIA DO PREÇO NA TOMADA DE DECISÃO

Apesar de uma exigência crescente em termos de qualidade, seja nas infra-estruturas, seja nos serviços, o preço continua a ser um factor determinante na decisão da escolha de férias. Face à variedade de destinos e meios de distribuição, os consumidores procuram cada vez mais *best deals*.

## 2. AMBIENTE ECONÓMICO

#### ALTERAÇÕES CAMBIAIS

Pese embora a recuperação da economia dos EUA, a desvalorização do dólar poderá afastar os norte-americanos, e outros países do Pacífico, da zona euro. Por outro lado, a prevista apreciação do euro poderá encorajar os europeus a viajar para fora da zona da moeda única, podendo estes factos contribuir para a redução do crescimento do turismo internacional na Europa.

#### NOVOS MERCADOS EMERGENTES

O eventual abrandamento dos fluxos para a Europa pode, no entanto, ser contrariado pela consolidação dos novos países industrializados, nomeadamente na região da Ásia, os quais irão gerar um tráfego turístico significativo, sendo o continente europeu, potencialmente, um forte beneficiário.

#### CONDIÇÕES ECONÓMICAS PROPORCIONADORAS DE PROCURA

A Europa atravessa um clima de incerteza económica (sustentabilidade da Segurança Social). Todavia, o ciclo económico dos principais mercados emissores (Reino Unido e Alemanha) para o Mediterrâneo mostra-se favorável a um aumento do volume da procura e das despesas turísticas. Além disso, companhias aéreas, agentes e operadores turísticos estão a aliar-se a instituições financeiras para conceder crédito aos seus clientes.

#### AUMENTO DO PREÇO DO PETRÓLEO

A evolução do turismo poderá ser afectada negativamente pelas subidas

de preço do petróleo, nomeadamente, pelo impacto gerado no transporte aéreo.

O sector dos cruzeiros é também bastante penalizado, não sendo, contudo, previsível que tal impeça a tendência de crescimento acentuado, à semelhança do que aconteceu em 2005.

#### AUMENTO DA CONCENTRAÇÃO DE GRUPOS ECONÓMICOS

A perda de competitividade das empresas dos diferentes sectores turísticos (devido ao aumento dos combustíveis, da concorrência e no sector aéreo, de novos regulamentos de segurança e de acordos de *open skies*) tem estado na origem de um aumento da concentração de grupos económicos no turismo, através de integrações verticais e horizontais, tendência que se prevê ter continuidade no futuro.

#### AUMENTO DO NÚMERO DE OPERADORES ESPECIALIZADOS

A fragmentação da procura, resultante dos novos estilos de vida, é acompanhada pelo aumento do número de operadores especializados em segmentos de interesses específicos. Os fornecedores beneficiarão caso sejam capazes de criar novos produtos, conceitos e serviços com mais valor acrescentado.

#### DEPENDÊNCIA ECONÓMICA DE DESTINOS TURÍSTICOS

A economia de alguns países está a ficar excessivamente dependente da actividade turística. No âmbito europeu, outros factores contribuem para o potencial agravamento da situação, nomeadamente os níveis de fiscalidade aplicados aos produtos ligados ao turismo – os quais condicionam a competitividade de destinos como Portugal – e o fim próximo dos fundos comunitários.

### 3. AMBIENTE GEOPOLÍTICO

#### ALARGAMENTO DA UNIÃO EUROPEIA

O alargamento da União Europeia aumenta a mobilidade do turista europeu e intensifica a concorrência entre os destinos da União, actualmente com 25 países. A Bulgária e a Roménia têm adesão marcada para 2007 e estão em curso as negociações com a Croácia e a Turquia. Este último é um dos destinos turísticos que mais cresceu em 2005, ocupando o 9.º lugar em termos de chegadas internacionais e o 8.º em receitas.

#### TERRORISMO E EPIDEMIAS

A entrada no século XXI tem sido pautada por eventos externos que têm afectado negativamente o desenvolvimento do turismo: o «11 de Setembro», a guerra no Iraque, os atentados terroristas em estâncias turísticas e grandes metrópoles (Bali, Sharmal- Sheikh, Londres e Madrid), a SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome), a gripe das aves e, mais recentemente, a ameaça de atentados a aviões britânicos e norte-americanos, entre outros.

#### ALTERAÇÕES DAS CONDIÇÕES CLIMÁTICAS

Condições climáticas adversas têm afectado alguns destinos turísticos (México e Caraíbas, principalmente), condicionando positivamente os fluxos turísticos para a região do Mediterrâneo Ocidental.

#### AUMENTO DA CONSCIENCIALIZAÇÃO PARA AS QUESTÕES DE SEGURANÇA

A ameaça terrorista, a SARS e a gripe das aves, têm provocado alterações significativas, quer do lado da oferta – através da intensificação de aspectos burocráticos e processos de segurança – quer do lado da procura – através de alterações no comportamento do consumidor. Em síntese, estas últimas reflectem-se em:

- Um aumento do interesse pela visita a familiares e amigos;

- Um aumento da procura por destinos mais próximos da origem;
- A preferência por meios alternativos ao avião;
- O afastamento de destinos considerados inseguros.

Segundo a ETC (European Travel Commission), «o desejo de viajar para locais seguros tornou-se particularmente importante e os destinos turísticos devem estar preparados para satisfazer a procura turística de uma forma mais flexível nos períodos de crise» (2005)<sup>2</sup>. Contudo, os impactos destes acontecimentos têm sido localizados e temporários. A esse respeito, a OMT considera que a Internet terá um papel determinante na pesquisa prévia das condições de segurança.

#### AUMENTO DO RECONHECIMENTO DA IMPORTÂNCIA DO TURISMO

Os governos europeus têm vindo a reconhecer a relevância do turismo, o que poderá conduzir a um maior investimento económico e atenção política, e à cooperação entre o sector público e o privado.

### 4. AMBIENTE TECNOLÓGICO

#### INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NOS TRANSPORTES

Os avanços tecnológicos nos transportes permitem o aumento da capacidade e do conforto, de que são exemplo o Airbus 380 e o pacote Queen Mary 2. A expansão da rede de comboios de alta velocidade reduzirá o recurso a voos de curta distância e potenciará os «short breaks».

#### INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA GESTÃO DE RECURSOS AMBIENTAIS

O desenvolvimento tecnológico tem-se verificado igualmente ao nível de inovações na gestão de recursos, as quais permitem uma redução de custos e o aumento da qualidade ambiental dos destinos.



## INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA INFORMAÇÃO E NO MARKETING DOS DESTINOS

O turismo entrou definitivamente na era digital. Após uma adopção generalizada, na década de 90, dos sistemas de reservas informatizados – Global Distribution Systems (GDS), Computer Reservation Systems (CRS) e Destination Management Systems (DMS) –, cabe à Internet e às funcionalidades tecnológicas a ela associadas dar continuidade à

revolução no turismo.

Com o maior acesso à Internet assiste-se a uma crescente popularidade da pesquisa e das reservas online, a par da utilização de canais alternativos (telemóveis e TV interactiva).

.....

**1** Entrevista de Eric Hobsbawm à BBC (28 de Outubro de 2008). Disponível online em <http://dissidentex.wordpress.com/2008/10/28/eric-hobsbawm-entreis->

[ta-a-bbc-21-de-outubro-de-2008/](http://www.bbc.co.uk/portuguese/2008/10/081028_eric_hobsbawm_entreis-). Consulta a 12 de Novembro 2008.

**2** European Travel Commission (2005) «European Tourism Insights 2004 - including Outlook for 2005». Disponível online em [http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC\\_EuropeanTourismInsights\\_2004.pdf](http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_EuropeanTourismInsights_2004.pdf).

# ESGHT – PROMOVENDO A MOBILIDADE SOCIAL ASCENDENTE<sup>1</sup>

A Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT) foi criada em 1988 e pertence ao ensino politécnico da Universidade do Algarve. Desde a sua criação incorporou nos seus cursos a obrigatoriedade de realização de estágios profissionais pelos seus alunos antes de se formarem. Passados dezanove anos, cerca de 6000 estágios profissionais realizados e mais de 3000 alunos formados, a ESGHT apresenta não só um nível de empregabilidade superior a 93% como tem sido promotora de uma verdadeira mobilidade social ascendente. Este artigo apresenta um estudo sobre a evolução dos estágios e dos estagiários nestas múltiplas vertentes.

**Helder Carrasqueira** – ESGHT (hcarrasq@ualg.pt)

**Vítor Teixeira** – ESGHT (vteixeir@ualg.pt)

## INTRODUÇÃO

A Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT) foi criada em 1988 e pertence ao ensino politécnico da Universidade do Algarve. Desde a sua criação incorporou nos seus cursos a obrigatoriedade de realização de estágios profissionais pelos seus alunos antes de se formarem. Passados dezanove anos, cerca de 6000 estágios profissionais realizados e mais de 3000 alunos formados, a ESGHT apresenta não só um nível de empregabilidade superior a 93% como tem sido promotora de uma verdadeira mobilidade social ascendente.

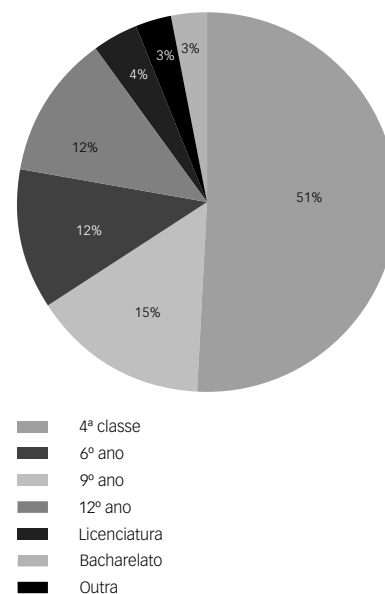
De facto, comparada com a formação de base/ocupação dos pais, os alunos já diplomados, conseguiram com o curso superior, um processo de melhoria em termos económicos e sociais. Do ponto de vista do investimento realizado, o retorno obtido pelos formados pela ESGHT no mercado de

trabalho apresenta-se como claramente favorável, quando comparado com quem ficou apenas com o 9º ano de escolaridade, como se depreende da análise adiante apresentada.

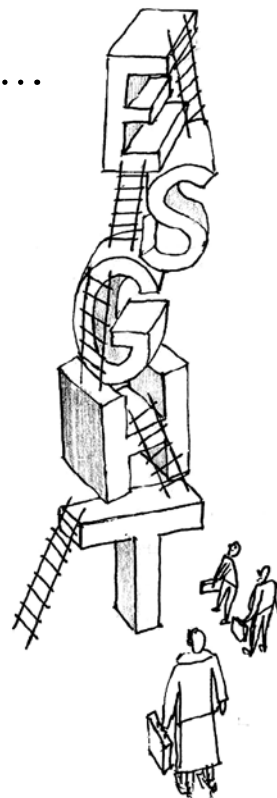
Há revoluções que se fazem aos tiros. Esta é feita de forma silenciosa e resulta na qualificação do *capital humano* em termos pessoais e sociais, com o conseqüente aumento de produtividade regional/nacional e a prática de uma cidadania mais activa. É também o cumprir da missão do ensino superior.

A criação do ensino superior no Algarve veio dar à região a possibilidade de se dotar de quadros qualificados, nomeadamente bacharéis e licenciados. Esta situação (antes a regra era ir estudar para Lisboa), permitiu mudar significativamente o panorama do denominado *capital humano* definido pela OCDE (1998) como “o conhecimento, as aptidões, as competências e outros atributos incorporados nos indivíduos

que são relevantes para a actividade económica”.



**gráfico 1:** Qualificação escolar dos pais dos antigos alunos

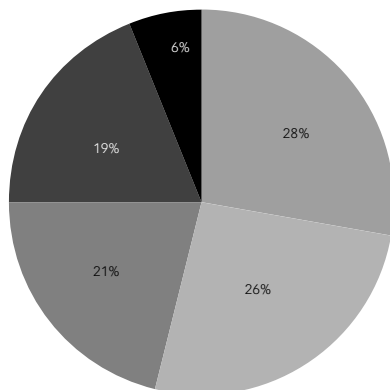


Para se perceber a evolução verificada e neste caso, o contributo da ESGHT para o processo, podemos começar por verificar o grau de qualificação apresentado pelos pais dos alunos diplomados pela ESGHT<sup>2</sup>:

Como se depreende do gráfico 1, é esclarecedor o facto da maioria ter como grau mais elevado de formação a 4<sup>a</sup> classe<sup>3</sup>. Se nos ativermos aos dados que dispomos sobre os sectores de actividade/ocupação, e considerando apenas os pais (género masculino), verificamos que 38,1% trabalhavam na agricultura e pescas, eram operários ou trabalhavam em officios (ex. mecânicos, electricistas, carpinteiros ou seralheiros); 34% no comércio/serviços e turismo/restauração; 12,3% na função pública; 10% declararam serem empresários sem conseguirmos especificar claramente o sector e Outros que não foi possível especificar, com 5,6%. No caso das mães era elucidativo o facto de 68,2% serem “domésticas”.

É a partir deste contexto que, aproveitando a criação da Universidade do Algarve e neste caso a ESGHT, estes pais e respectivos filhos decidem investir na formação do seu *capital humano*. Neste contexto, vejamos pois alguns dados que caracterizam a situação profissional dos filhos ou seja, dos alunos que se diplomaram pela ESGHT.

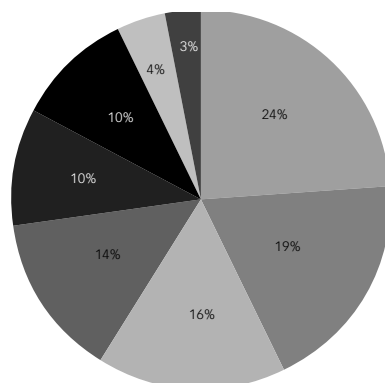
Assim, como se depreende da leitura do gráfico 2, o perfil dos cargos ocupados pelos diplomados apontam para um emprego de qualidade (Dirigentes/ Chefias, Quadros Superiores e Quadros Técnicos perfazem 68% dos formados); a percentagem de administrativos pensamos estar essencialmente relacionada com o facto de a ESGHT ter um curso que qualifica especificamente para a área; apenas 6% escapam ao padrão enquanto trabalhadores indiferenciados. Acresce o factor segurança no emprego pois 70% têm um contrato estável, 26% a termos certo e apenas 4% está em regime de prestação de serviços.



- Quadro Técnico
- Quadro Superior
- Dirigente/Chefia
- Trabalhador Indiferenciado
- Administrativo

**gráfico 2:** Cargos na hierarquia das empresas/instituições

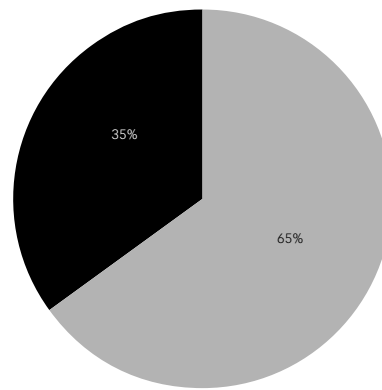
Os sectores de actividade também



- Hotelaria
- Indústria
- Comércio
- Outros
- Ensino
- Administração Pública
- Banca
- Turismo

**gráfico 3:** Sector de actividade

se encontram adequados à formação ministrada (ver gráfico 3). Entre os “Outros” uma parte significativa que conseguimos identificar trabalham em contabilidade, tendo empreendido na criação de empresas.



- Masculino
- Feminino

**gráfico 4:** Género

Quanto ao género (ver gráfico 4) a situação anterior em que a maioria das mães eram domésticas está claramente ultrapassada. Na verdade, 65% dos diplomados pela ESGHT são mulheres, apresentando inclusive uma taxa de eficiência no tempo médio para a conclusão do curso superior à dos colegas masculinos.

Acresce o facto de os formados pela ESGHT (em cada 10, 9 são licenciados e 1 é bacharel), terem um vencimento médio de 1560€, sendo a taxa de desemprego de 7%. Ou seja, face à base de partida representada pela educação/ocupação dos pais, os filhos diplomados pela ESGHT são protagonistas de um processo de mobilidade social ascendente que confirma que o investimento realizado no curso superior foi uma aposta ganha.

Este investimento realizado em formação pode repartir-se entre duas vertentes: a social e a privada. Em termos sociais, é consensual aceitar que uma população educada adquire um conjunto de comportamentos com repercussão positiva no todo global como sejam: hábitos e práticas correctas no campo da saúde, alimentação, natalidade e fertilidade, desenvolvimento de atitudes organizativas e de cooperação social, racionalidade no consumo e capacidade de crítica,

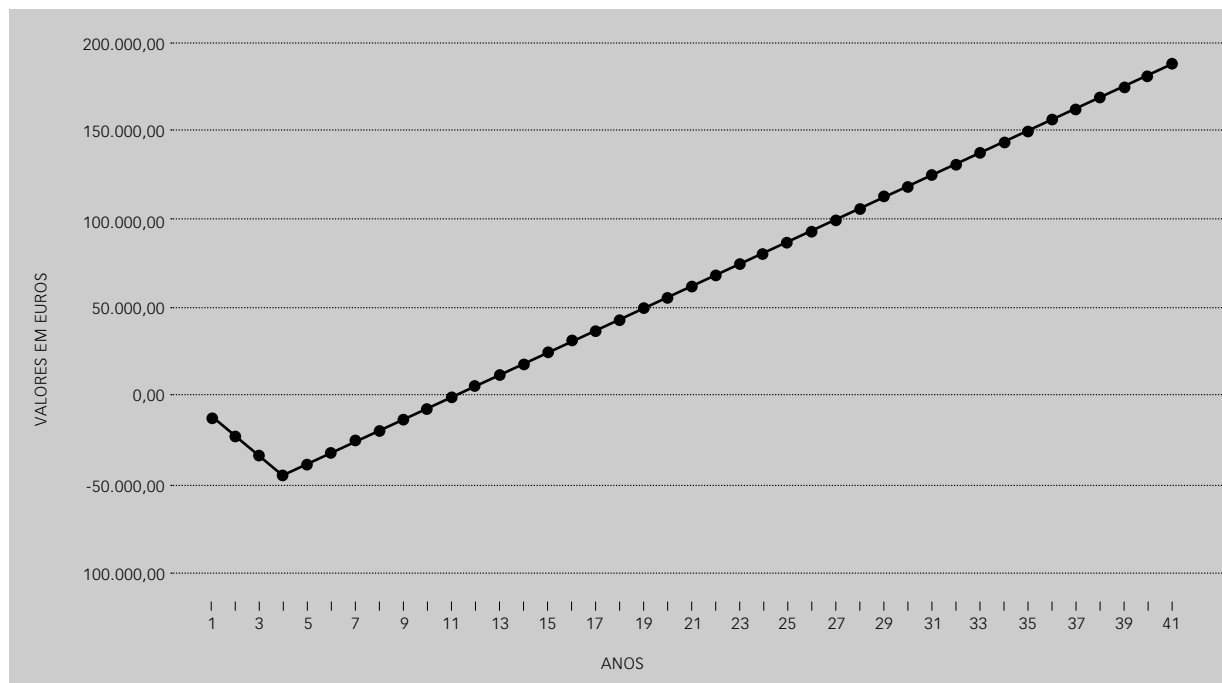


gráfico 5 : Análise de viabilidade do investimento em capital humano

assim como efeitos inter geracionais resultantes da difusão e produção de novos conhecimentos. Acresce a maior produtividade média do formado com o curso superior face aqueles que detêm uma formação menor (OCDE, 2004). Neste contexto, estamos perante um efeito social que justifica a natureza pública e o seu financiamento colectivo através do Estado.

Em termos privados, podemos ater-nos à denominada taxa de retorno do investimento ou seja, a taxa de desconto que iguala um fluxo de benefícios a um fluxo de custos, num dado momento temporal. Teoricamente, admite-se que as pessoas tentam investir em educação até onde os seus retornos, em termos de rendimento extra, forem pelo menos iguais aos custos suportados pela educação superior, incluindo os rendimentos perdidos por não entrar no mercado de trabalho durante a aquisição da educação. Se os retornos são altos, constituem um sinal para se investir mais nessa forma de capital; se os retornos são baixos, não se deve investir.

O critério de expansão ou não de um determinado nível educativo torna-se assim, numa questão de rentabilidade económica como pode ser aferido pelo gráfico 5.

No cálculo efectuado a partir dos dados disponíveis relativos aos diplomados da ESGHT, verifica-se que nos primeiros 4 anos, o aluno tipo está a investir (fluxo negativo de capitais), suportando custos de formação e custos de oportunidade relativos aos salários perdidos por não estar no mercado de trabalho (neste caso recorremos ao salário auferido por aqueles que entram no mercado de trabalho com o 9ºano – Inquérito ao Emprego, 2005). Posteriormente, ao entrar no mercado de trabalho, o aluno agora já diplomado (no seguimento do inquérito realizado aos diplomados em 2006), auferem em média um salário que é quase três vezes superior ao indivíduo que detém apenas o 9ºano. Inverte assim o fluxo de capital para positivo a seu favor, sendo que recupera totalmente o investimento realizado entre os 12 e 13 anos (*payback*). Se contabilizarmos

uma vida activa de 37 anos, o valor actualizado líquido deste investimento é de 182.797€ ou seja, um resultado amplamente positivo. Comparado com outros investimentos alternativos com risco baixo (a taxa de actualização usada foi de 2%), a taxa de retorno obtida é de 12,6% ou seja, um resultado praticamente imbatível que justifica largamente a rentabilidade de quem investiu no curso superior.

## CONCLUSÃO

Face ao exposto, os alunos diplomados pela ESGHT apresentam um perfil claramente positivo, quer do ponto de vista da rentabilidade do investimento, quer da mobilidade social ascendente de que são protagonistas. Acresce a inversão da tendência, quiçá secular, do papel que era atribuído à mulher e que agora a posiciona para cargos de chefia e liderança, face à sua eficiência e competência técnica.

É pois amplamente favorável tirar um curso superior, situação que deve ser vinculada pois é de 45% o abandono-

no escolar da população até aos 24 anos (contra menos de 18% de média na U.E.), o que penaliza e hipoteca a capacidade de afirmação futura num contexto de competitividade global, tolhendo o desenvolvimento e a qualidade de vida do país e da região. No pólo oposto e de acordo com os dados apresentados estão aqueles que tiraram um curso na ESGHT, aproveitando a oportunidade facultada pela Universidade do Algarve.

Passados quase vinte anos de existência, a ESGHT dotou o Algarve de 3 000 quadros superiores, hoje amplamente disseminados pelas empresas e

instituições da região. Como dissemos no início, há revoluções tranquilas que não se fazem aos tiros.

.....  
**1** Artigo apresentado no Congresso do Algarve com a designação: "Ensino Superior: A Revolução Tranquila".

**2** Inquérito realizado no primeiro semestre de 2007, abrangendo todos os alunos diplomados pela ESGHT como Bacharéis ou Licenciados até ao final de 2006; a taxa de resposta foi de 31% tendo-se recebido 840 inquéritos válidos.

**3** Note-se que no presente (ex. ano lectivo 2006/07) os pais dos actuais alunos

já apresentam um nível de qualificação superior pois 11% são licenciados, 4% bacharéis, 24% completaram o 12ºano, 18% o 9º ano, 12% o 6ºano e 23% o 1ºciclo, ou seja, a antiga 4ª classe.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

.....

- CABRITO, B. (2002) *Economia da Educação*, Lisboa, Texto Editora.  
ESPERANÇA, J. & MATIAS, F. (2005) *Finanças Empresariais*, Dom Quixote.  
INE (2005) *Inquérito ao Emprego*.  
OCDE (2004) *Education at a Glance: OCDE Indicators 2004*.  
OCDE (2004) *Régards sur l'éducation*.  
PSACHAROPOULOS, G. (1981) *Returns to Education: an Updated International Comparison*, *Comparative Education*, nº17, pp.139-159.

# SAÍDAS PROFISSIONAIS DA LICENCIATURA EM GESTÃO DA ESGHT

.....

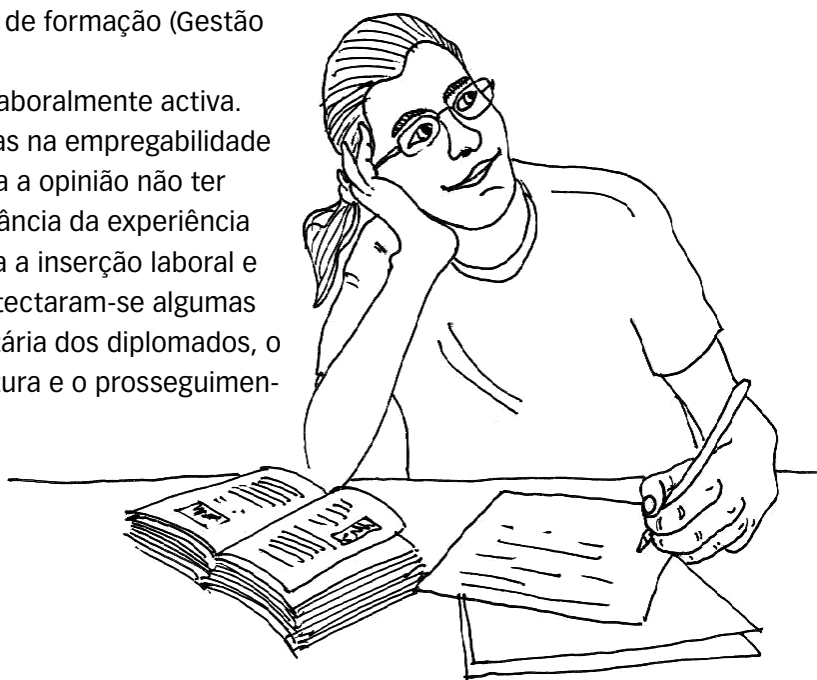
Ainda que o número de diplomados com a licenciatura bietápica em Gestão possa ser considerado um indicador de sucesso, convém conhecer as saídas profissionais encontradas por estes graduados e identificar as eventuais diferenças nas respectivas percepções relativamente aos dois ramos de formação (Gestão Financeira e Marketing).

A quase totalidade dos inquiridos estava laboralmente activa. Não se detectaram diferenças significativas na empregabilidade dos dois ramos de formação, pese embora a opinião não ter sido coincidente no que respeita à importância da experiência profissional e à contribuição do curso para a inserção laboral e a aquisição de competências práticas. Detectaram-se algumas diferenças que se prendem com a faixa etária dos diplomados, o tempo decorrido desde o final da licenciatura e o prosseguimento de estudos.

**Elisa Coke** – ESGHT (ecoke@ualg.pt)

**Cátia Issufo** – ex-aluna ESGHT

**Vânia Jorge** – ex-aluna ESGHT



## INTRODUÇÃO

Hoje em dia, a relevância da formação académica de nível superior e a empregabilidade dos diplomados está sob escrutínio de estudantes, pais, empresas, instituições de ensino e governantes. Este facto justifica-se, em parte, pela escalada do preço da educação superior, que leva a que se discuta o valor que determinado curso comporta e a adaptação dos respectivos conteúdos curriculares ao “mundo real” do trabalho (Carley e Mathisen, 2004:1).

A transição de uma estrutura académica para uma estrutura empresarial é muitas vezes confusa, quando não traumática. Para os graduados, essa transição significa alcançar um objec-

tivo crucial de longo prazo, culminado que está um processo longo que consumiu recursos económicos e exigiu sacrifícios pessoais. Para os empregadores, ela representa um investimento significativo no recrutamento, selecção e formação de novos trabalhadores – e se estes forem mal sucedidos ou se abandonarem a empresa, esta incorrerá nestes custos novamente. Para os educadores, essa transição reflecte a compreensão das necessidades de ambos, alunos e empregadores (Tomkovič, Erffmeyer and Hietpas, 1996:29).

As instituições que formam graduados com competências facilitadoras de uma adequada inserção profissional possuem vantagem competitiva sobre as instituições concorrentes, pelo que

é crucial ir ao encontro das necessidades e desejos dos seus segmentos-alvo – a comunidade empresarial e os estudantes (Bovinet, 2007).

A Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT) tem visado a criação de cursos superiores destinados a formar profissionais que correspondam às necessidades e transformações do mercado actual. Até ao ano lectivo de 2007/2008, a instituição ofereceu licenciaturas bietápicas que possuíam uma significativa componente prática, contemplando estágios curriculares que proporcionavam uma oportunidade de inserção no mundo do trabalho.

A licenciatura bietápica em Gestão teve início no ano lectivo de 1998/1999

e era constituída por um primeiro ciclo ao nível do bacharelato e por um segundo ciclo ao nível da licenciatura, devendo os alunos, neste último, optar por frequentar o ramo de Gestão Financeira ou o ramo de Marketing. Antes da sua criação, os alunos com o bacharelato em Gestão tinham a possibilidade de frequentar o Curso de Estudos Superiores Especializados (CESE) em Gestão Financeira ou em Marketing<sup>1</sup>, o qual lhes garantia a equivalência à licenciatura com o mesmo nome.

De 1999 para cá, detectaram-se nos registos da ESGHT cerca de 500 alunos com licenciatura no ramo de Gestão Financeira e perto de 190 no ramo de Marketing, não se incluindo nestes números os muitos alunos que concluíram os CESE.

Conquanto o considerável número de diplomados em Gestão possa ser considerado um indicador de sucesso, convém conhecer as saídas profissionais encontradas por esses graduados e, sempre que possível, identificar as principais diferenças nas suas percepções face à empregabilidade dos dois ramos de formação.

## METODOLOGIA

Para a realização deste estudo foram aplicados questionários aos ex-alunos da ESGHT que concluíram o bacharelato em Gestão seguido do CESE ou da licenciatura bietápica, nos ramos Gestão Financeira ou Marketing. Dada a fraca taxa de resposta que costuma caracterizar os questionários enviados por via postal, optou-se por aplicá-los *on-line* precedidos de notificações enviadas por e-mail durante o mês de Agosto de 2007<sup>2</sup>. Para tal, foram seleccionados para participar neste estudo os 288 licenciados que possuíam um endereço de correio electrónico actualizado na base de dados da ESGHT<sup>3</sup>. No total, foram recebidas 120 respostas úteis, abrangendo antigos alunos que se graduaram nos anos lectivos compreendidos entre 1990/1991 e

2005/2006, com especial incidência nos três últimos anos (70,8%).

Procedeu-se ao cruzamento de variáveis com o objectivo de detectar eventuais relações de dependência<sup>4</sup>.

## AS SAÍDAS PROFISSIONAIS DOS DOIS RAMOS DA LICENCIATURA EM GESTÃO

No que respeita aos 120 questionários respondidos, constatou-se que os graduados concluíram a licenciatura bietápica (87,5%) ou o CESE (12,5%), tendo 66,7% optado pelo ramo de Gestão Financeira e 33,3% pelo ramo de Marketing (ver Gráfico 1).

Na sua maioria, os respondentes eram do sexo feminino (67,5%), tinham menos de 34 anos (85,8%) e estudaram em Faro (79,2%), tendo frequentado, no bacharelato, o regime diurno (67,5%). Foram os inquiridos das faixas etárias mais elevadas os que, regra geral, optaram por frequentar o curso em regime nocturno.

Mais de metade dos inquiridos (55,0%) estava a trabalhar antes da conclusão da licenciatura, sendo novamente aqueles que se situavam nas faixas etárias mais elevadas os que afirmaram já desenvolver uma actividade profissional durante a licenciatura.

Dos que já trabalhavam durante o curso, 72,7% aproveitaram para fazer o estágio curricular na empresa onde trabalhavam.

Relativamente à situação profissional em Agosto de 2007, quase todos se encontravam a trabalhar (99,2%), tendo 34,5% afirmado estar a fazê-lo na mesma empresa onde decorreu o estágio curricular (ver Gráfico 2).

Dos que não trabalhavam durante o curso, a maioria esperou menos de seis meses para encontrar uma saída profissional.

A obtenção do actual posto de trabalho foi explicada, sobretudo, com a candidatura a concurso público (22,4%), o recurso a conhecimentos pessoais (21,6%), o convite de alguém (17,2%) e o estágio curricular (15,5%),

entre outras razões. Alguns (3,4%) afirmaram ter criado a sua própria empresa.

No que respeita aos ramos de actividade empresarial, os inquiridos estavam dispersos principalmente pela Banca (19,8%), Gabinetes de Contabilidade (15,4%), Administração Pública (12,8%), Turismo (9,4%) e Hotelaria (8,5%), entre outras instituições públicas e privadas (ver Gráfico 3).

No entanto, no que concerne aos dois ramos da licenciatura, a distribuição não se fez do mesmo modo pelos vários ramos de actividade empresarial, estando os licenciados

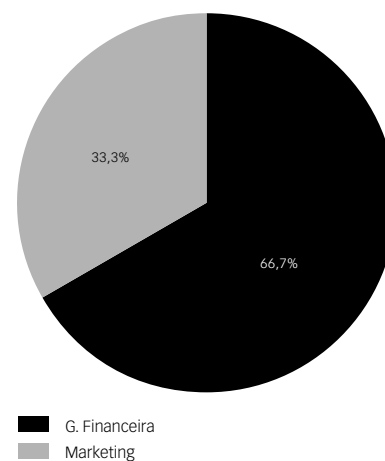


gráfico 1: Ramo de Formação

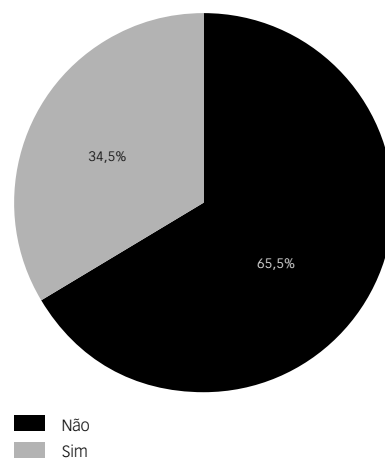


gráfico 2: Está a trabalhar na empresa onde estagiou

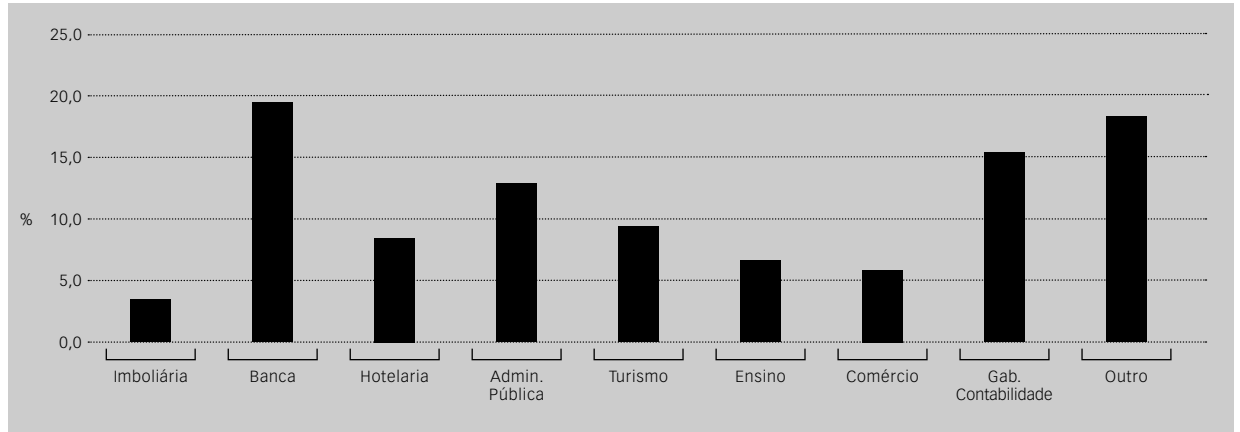


gráfico 3: Distribuição dos licenciados por ramos de actividade empresarial

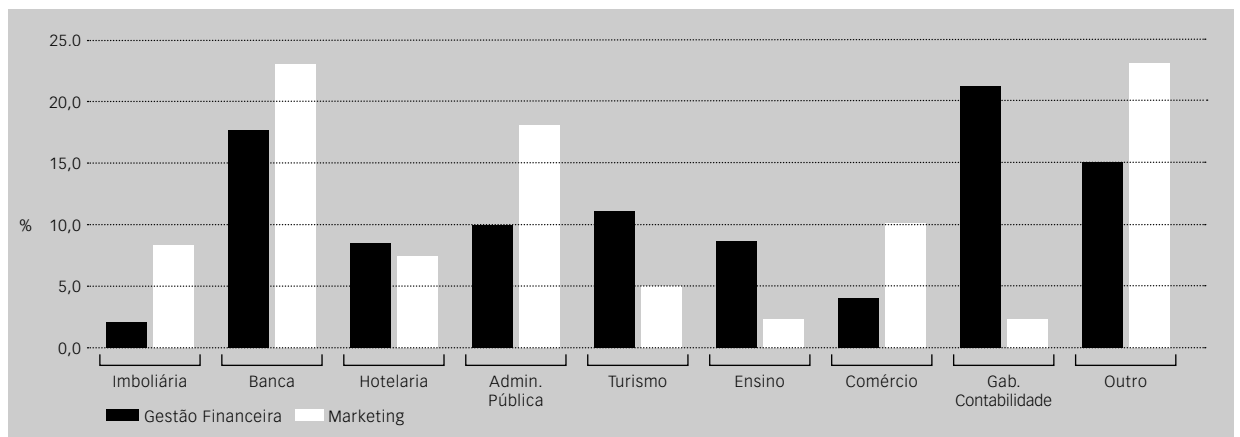


gráfico 4: Ramo de Formação // Ramo de Actividade Empresarial

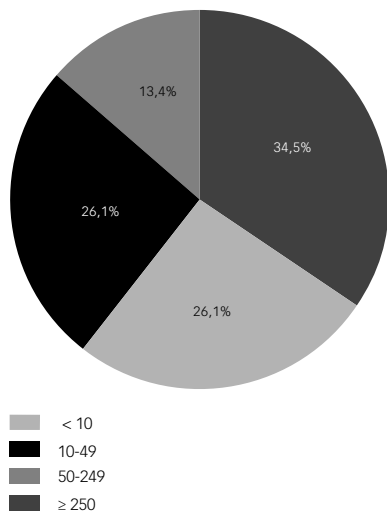


gráfico 5: Dimensão da Empresa (nº de trabalhadores)

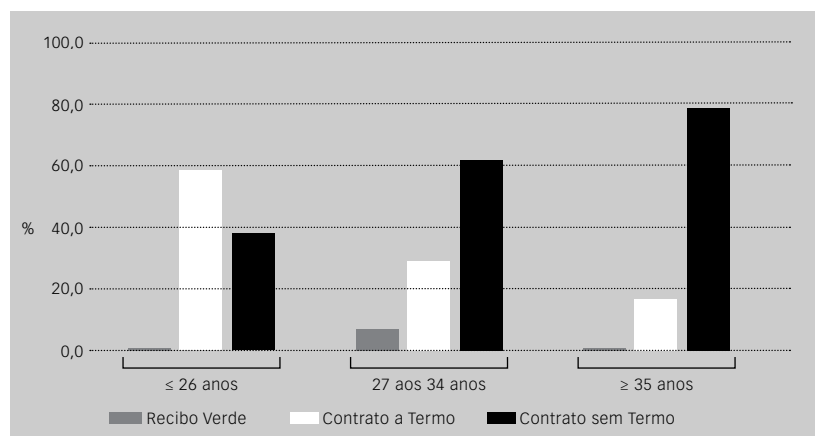
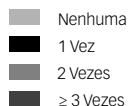
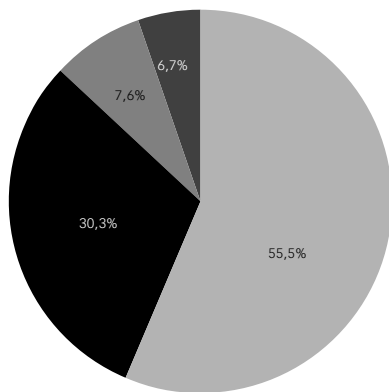


gráfico 6: Faixa Etária // Vínculo Laboral





**gráfico 7:** Mudança de Entidade Patronal

em Gestão Financeira principalmente em Gabinetes de Contabilidade, Banca e Turismo e os licenciados no ramo de Marketing primordialmente na Banca, Administração Pública e Comércio (ver Gráfico 4).

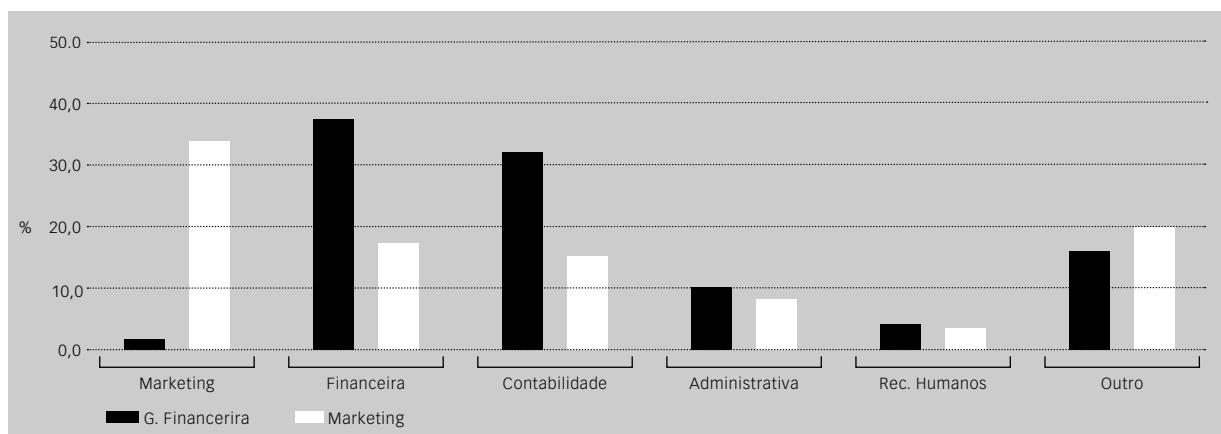
As empresas onde laboravam situavam-se sobretudo no Algarve (89,9%), com destaque para os concelhos de Faro e Loulé. Eram de dimensão variável, estando mais de metade dos inquiridos (65,5%) a trabalhar em micro, pequenas ou médias empresas, embora seja de salientar que mais de um terço (34,5%) trabalhava em empresas com 250 trabalhadores ou mais (ver Gráfico 5).

No que se refere à estabilidade

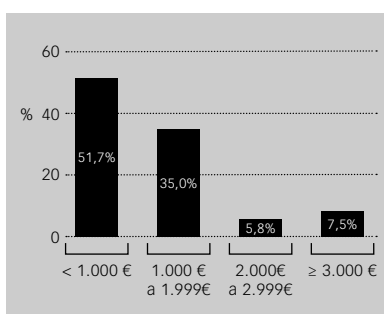
A distribuição dos diplomados por área funcional vai, de certa forma, ao encontro da formação académica adquirida, com os que concluíram Gestão Financeira a mencionarem maioritariamente as áreas financeira e de contabilidade, enquanto os de Marketing marcaram mais presença na área de marketing, seguida da financeira e de contabilidade (ver Gráfico 8).

Quanto à carreira profissional na empresa, encontravam-se distribuídos pelos quadros técnicos (30,3%), superiores (26,1%) e administrativos (25,2%).

No que respeita ao rendimento bruto mensal, 51,7% destes licenciados auferiam menos de 1.000 euros líquidos por mês, seguindo-se 35,0% que



**gráfico 8:** Ramo de Especialidade // Área Funcional



**gráfico 9:** Rendimento Mensal Líquido

laboral, verificou-se que muitos (58,0%) estavam em contratos sem termo, situação característica principalmente das faixas etárias mais elevadas (ver Gráfico 6).

Mais de metade dos inquiridos (55,5%) não mudou de entidade patronal desde que concluiu a licenciatura (o que é compatível com a elevada percentagem de respondentes que concluíram a licenciatura em anos mais recentes). Os que optaram por mudar de emprego uma vez ou mais (ver Gráfico 7), fizeram-no com o objectivo de encontrar uma saída profissional mais compatível com a sua formação ou uma melhor remuneração.

ganhavam entre 1.000 e 2.000 euros mensais (ver Gráfico 9).

Eram os graduados nas faixas etárias superiores que dispunham de rendimentos mensais mais elevados (ver Gráfico 10).

Alguns diplomados (23,3%), nomeadamente das faixas etárias mais elevadas, referiram ter prosseguido os estudos após a licenciatura, optando principalmente por cursos de mestrado, embora tenha havido referência também à frequência de cursos de pós-graduação e de formação profissional. Os graduados que continuaram a estudar depois da conclusão da licenciatura integravam os escalões

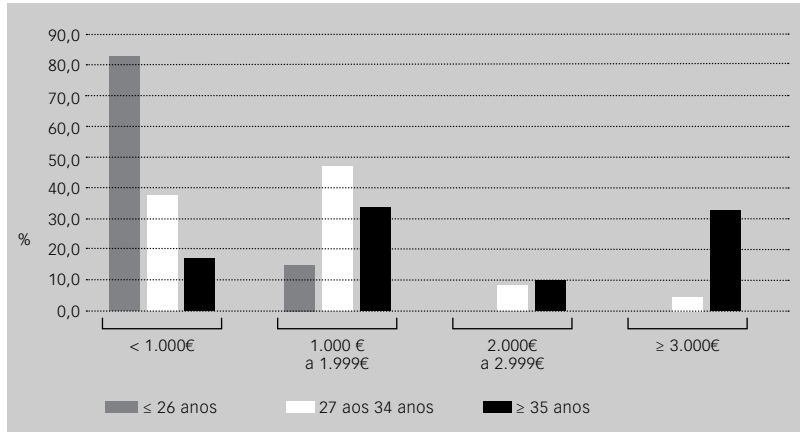


gráfico 10: Faixa Etária // Rendimento Mensal Bruto

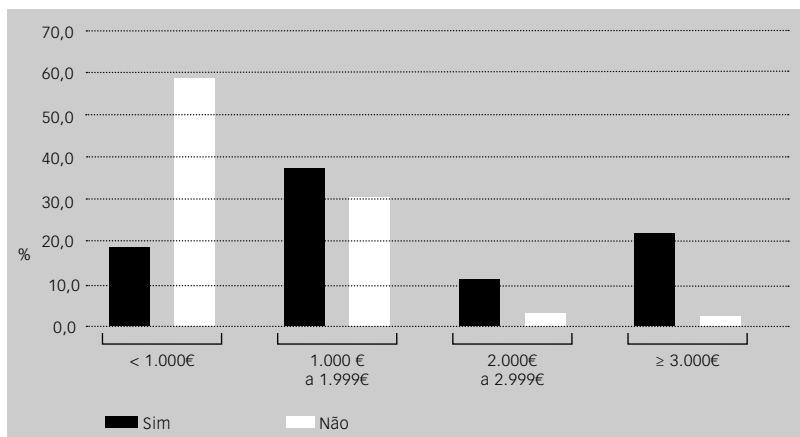


gráfico 11: Prosseguimento de Estudos // Remuneração Mensal

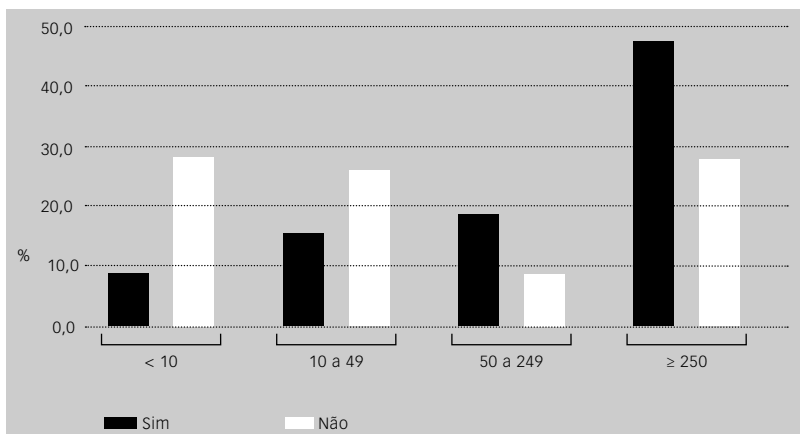


gráfico 12: Prosseguimento de Estudos // Dimensão da Empresa

de remuneração mais elevados (ver Gráfico 11).

Ainda no que respeita ao prosseguimento de estudos, os inquiridos com mais formação académica eram os que estavam a trabalhar nas empresas com maior dimensão (ver Gráfico 12).

No geral, os inquiridos foram de opinião que a licenciatura em Gestão contribuiu para a sua situação profissional actual, considerando que o curso ajudou significativamente na obtenção do emprego actual, na respectiva inserção profissional e na aquisição de competências teóricas e práticas (ver Quadro 1).

No entanto, os graduados do ramo de Marketing revelaram-se mais críticos na avaliação das competências práticas adquiridas durante o curso, considerando-as menos significativas do que afirmaram os seus colegas de Gestão Financeira (ver Gráfico 13).

Semelhante foi a opinião dos graduados do ramo de Marketing quanto à contribuição do curso para a respectiva inserção profissional, proferindo uma opinião menos favorável do que os seus congéneres de Gestão Financeira (ver Gráfico 14).

Os diplomados acharam que os maiores obstáculos à rápida obtenção de colocação profissional se prendem com a falta de experiência laboral (87,5%), com o facto de os empregadores preferirem mão-de-obra menos qualificada (55,8%) e com a oferta de remuneração pouco aliciante (45,0%). No entanto, os licenciados em Gestão Financeira apontaram mais vezes a falta de experiência como obstáculo à rápida colocação profissional por comparação com os graduados em Marketing (ver Gráfico 15).

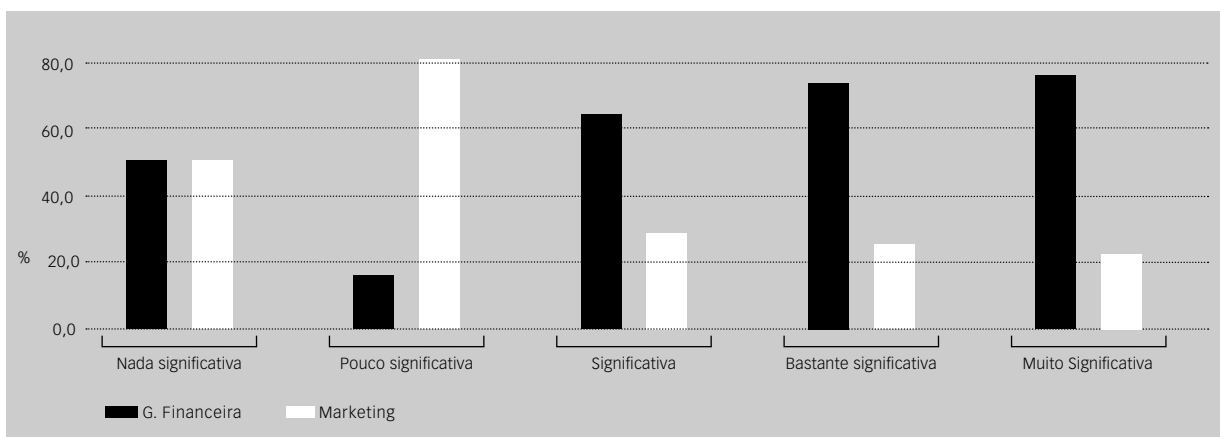
Questionados sobre o valor atribuído ao seu ramo de especialização, a maior parte dos ex-alunos percepcionou que a área de formação académica é valorizada pelos empregadores.

Ao considerar-se o tempo que decorreu desde o final da licenciatura até ao desenvolvimento deste estudo, constataram-se algumas diferenças

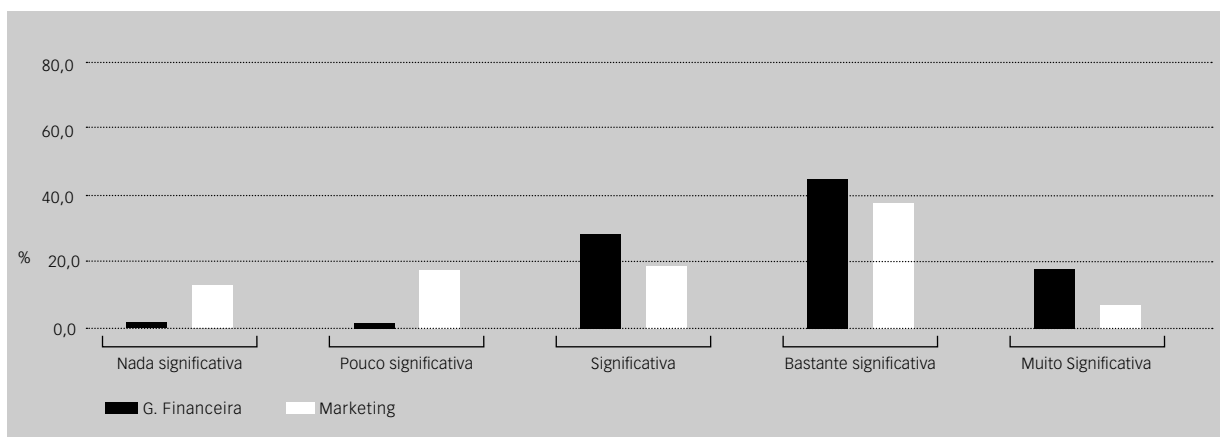
CONTRIBUIÇÃO DO CURSO PARA A AQUISIÇÃO DE:	1	2	3	4	5
	%	%	%	%	%
Emprego actual	16,7	10,0	17,5	35,8	20,0
Competências Teóricas	2,5	5,0	23,3	51,7	17,5
Competências Práticas	3,3	9,2	29,2	43,3	15,0
Inserção Profissional	5,0	7,5	26,7	45,0	15,8

1=nada significativa; 2=pouco significativa; 3=significativa; 4= bastante significativa; 5=muito significativa

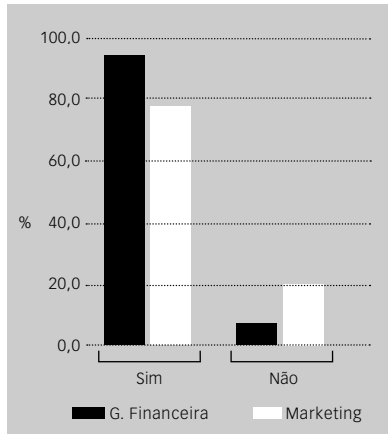
**quadro 1:** Contribuição do curso para a situação laboral actual



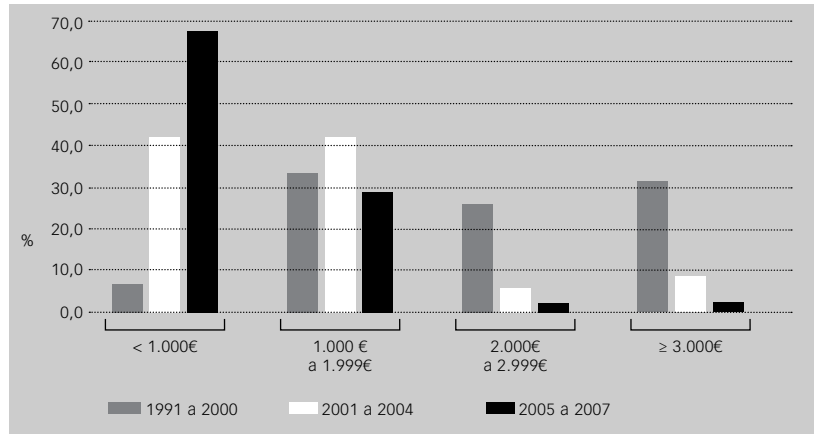
**gráfico 13:** Ramo de Formação // Aquisição de competências práticas



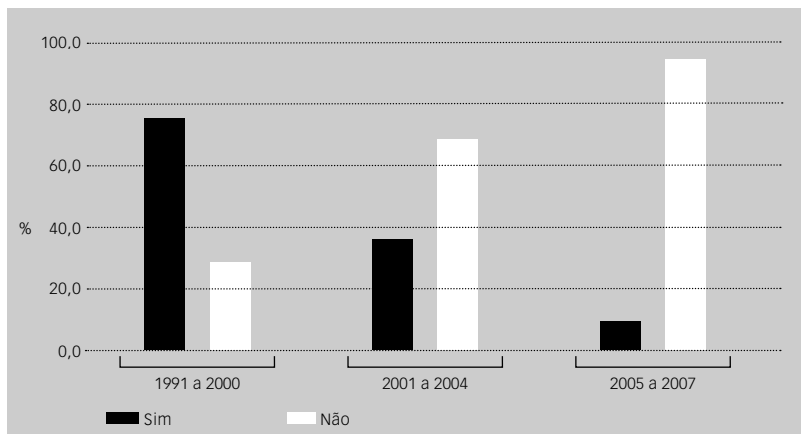
**gráfico 14:** Ramo de especialidade // Inserção profissional



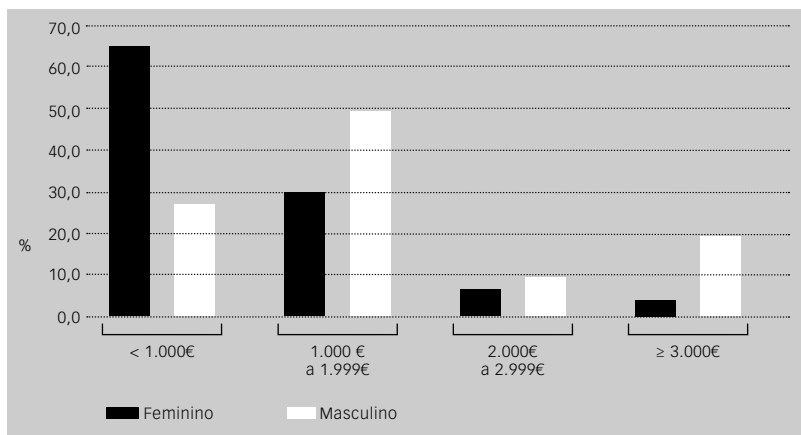
**gráfico 15:** Ramo de Formação // Falta de Experiência Profissional



**gráfico 16:** Ano Final da Licenciatura // Rendimento Mensal



**gráfico 17:** Ano Final da Licenciatura // Prosseguiu os Estudos



**gráfico 18:** Sexo // Remuneração Mensal

significativas entre os inquiridos. Os que se graduaram há mais tempo mudaram mais vezes de emprego, posicionavam-se nos escalões superiores de rendimento mensal (ver Gráfico 16), prosseguiram os estudos para além da licenciatura (ver Gráfico 17) e, naturalmente, estavam nas faixas etárias mais elevadas. Nas restantes variáveis não se detectaram diferenças significativas face aos diplomados mais recentes.

Ao comparar-se a distribuição dos inquiridos do sexo feminino e do sexo masculino pelos diferentes níveis de remuneração mensal, encontraram-se diferenças significativas entre ambos, com o sexo feminino posicionado nos escalões de rendimento mais baixo, ao passo que os diplomados do sexo masculino auferiam salários mais elevados (ver Gráfico 18). Foram também os graduados do sexo masculino que afirmaram ocupar na empresa o lugar de dirigentes. De realçar não terem sido identificadas nesta comparação diferenças significativas relativamente aos dois sexos no que respeita ao prosseguimento de estudos, ano de conclusão da licenciatura, ramo de formação e tipo de vínculo à entidade patronal. Registou-se, contudo, alguma diferença no que respeita às faixas etárias, com os inquiridos do sexo masculino posicionados nos escalões mais elevados.

## CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, a licenciatura bi-tápica em Gestão oferece, no geral, garantias de inserção profissional aos graduados em ambos os ramos de formação.

Se considerarmos que os ex-alunos que se situavam nas faixas etárias mais elevadas – coincidentes amiúde com os que se licenciaram há mais tempo – eram os que auferiam rendimentos mensais superiores e tinham mais estabilidade laboral, não podemos deixar de atender às potencialidades deste tipo de formação académica no desenvolvimento de uma carreira profissional atractiva. Esta ideia sai reforçada se observarmos a situação profissional dos que prosseguiram estudos após a conclusão da licenciatura, os quais auferiam uma remuneração mensal mais elevada.

Pese embora os recém-licenciados poderem ser levados a pensar, numa análise mais imediata dos dados recolhidos neste estudo, que as saídas profissionais que os esperam serão mal remuneradas e precárias, os resultados obrigam a uma análise mais

cautelosa, parecendo indicar, ao invés, que os graduados têm qualidades propiciadoras de crescimento profissional e que, à medida que vão adquirindo experiência laboral, estão dotados das competências necessárias à progressão na carreira.

A relação encontrada entre o tempo que decorreu desde o término da licenciatura e o número de vezes que mudaram de entidade laboral parece confirmar que, hoje em dia, o sucesso profissional não está inevitavelmente aliado à manutenção do posto de trabalho na mesma organização, como sucedia no passado, parecendo antes sugerir que os graduados devem ser menos acomodados e mais proactivos na gestão da sua carreira profissional. Para garantirem a sua vantagem competitiva, devem estar receptivos à aquisição de novas competências e à actualização de conhecimentos, sem rejeitarem os desafios e as oportunidades conducentes ao progresso e crescimento profissional.

Relativamente à lacuna entre as expectativas e as percepções de alguns diplomados, patente na opinião acerca de certas características da licenciatura, a instituição precisa de

compreender as razões que lhe estão subjacentes e agir para colmatá-la.

.....

**1** Os CESE em Gestão Financeira e em Marketing tiveram início, respectivamente, no ano lectivo de 1990/1991 e 1991/1992.

**2** Para a aplicação on-line dos questionários contou-se com o apoio do docente Carlos Afonso (ESGHT) no recurso ao programa livre PhpSurveyor, o qual permite preparar, publicar e recolher as respostas aos questionários.

**3** Nos registos da ESGHT constavam 2.716 alunos que frequentaram os vários cursos da escola. Destes, só eram de considerar os que possuíam o bacharelato em Gestão e tinham concluído a licenciatura num dos dois ramos de formação. Foi possível apurar 288 graduados que reuniam as condições necessárias e possuíam endereço de correio electrónico actualizado, o que coincidiu, obviamente, com os inquiridos que terminaram a licenciatura em anos mais recentes.

**4** Na análise estatística utilizou-se o programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). No cruzamento das variáveis considerou-se haver diferenças estatisticamente significativas sempre que  $p < 0,05$ .

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

.....

- BOVINET, J. W. (2007), «Different Skill-Set Views: A Four-Year Study of Marketing Students, Practitioners and Educators», in *Journal of Business and Public Affairs*, Vol. 1, nº 1: 1-8.
- CARLEY, S. e MATHISEN, R. (2004), «Student' and Graduates' Views on the Relevance of Marketing Education to Career Success», Kennesaw State University. [On-line]. [12 de Março de 2007]. Disponível em <http://www.sbaer.uca.edu>.
- TOMKOVICK, C., ERFFMEYER R.C. e HIETPAS, G. (1996), «Evaluating Entry-Level Sales Applicants: An Application of Policy Capturing by Collegiate Recruiters» in *Marketing Education Review*, Vol. 6, nº 3 (Fall): 29-40.

# OS NOVOS DESAFIOS DO PROTOCOLO EMPRESARIAL

---

O mundo actual é caracterizado por mudanças rápidas e inevitáveis que nos obrigam a estar constantemente informados. O mesmo sucede no mundo do trabalho, no qual é essencial estarmos a par das regras e princípios que devem reger o nosso comportamento. Ora, é exactamente sobre estas mudanças e diferenças que este artigo versa, procurando explicar, nomeadamente, as diferenças entre protocolo empresarial e protocolo oficial.



**Cristina Marques Fernandes** – <http://protocolopt.blogspot.com/>  
**Susana de Salazar Casanova** – <http://protocolopt.blogspot.com/>

## PROTOCOLO EMPRESARIAL

Entendemos como protocolo empresarial um conjunto de regras de comportamento, que todas as empresas devem estabelecer e assumir para si próprias e para os seus representantes ou colaboradores, tendo em vista as condutas que tenham por mais apropriadas no exercício da sua actividade, nos seus procedimentos para comunicar e nas suas funções de receber, na organização de eventos e na ordenação dos seus intervenientes, com o objectivo de otimizar os contactos quer entre as diversas entidades com as quais se relaciona, quer entre as pessoas que as compõem. Estas regras, fruto do senso comum, da experiência e da criatividade, são imprescindíveis a um universo empresarial cada vez mais exigente, onde cada um deve conhecer bem a sua realidade pessoal e profissional, o lugar que lhe é atribuído e a actuação que lhe compete praticar.

## DISTINÇÃO ENTRE O PROTOCOLO EMPRESARIAL E O OFICIAL

As principais características que distinguem o protocolo empresarial do protocolo oficial são a flexibilidade e a «liberdade» de que o primeiro pode dispor. De facto, salvo raríssimas situações pontuais, o protocolo empresarial é flexível porque não se rege por legislação minuciosa e precisa, estando unicamente ao serviço dos interesses e dos objectivos que a empresa pretenda atingir, para a qual não é imperativo prosseguir certas normas, embora esse desleixo lhe possa vir a causar prejuízos enormes. É não só aceitável como até salutar que as empresas tenham uma identidade e uma cultura próprias que, embora dentro dos padrões generalizados de urbanidade e sem deixarem de cumprir os seus deveres institucionais e sociais, as possam distinguir, deste modo criando uma imagem que deve ser mantida com rigor perante a sociedade civil, as entidades oficiais e o mercado. Assim, a empresa privada optará por uma linha de conduta que reflecta o modo de ser e de

pensar dos seus accionistas, expresso através das escolhas e das orientações conferidas aos seus gestores, aos quais cabe assegurar o posicionamento tido por adequado perante os investidores e o público, bem como o seu modo de agir face aos organismos que a tutelam e aos meios de comunicação, por forma a que possa apresentar-se com seriedade, autenticidade e credibilidade, sem cometer o erro de praticar comportamentos impróprios ou que a desacreditem porque, afirmam os especialistas, uma atitude desajeitada pode custar milhões.

## SER FLEXÍVEL NÃO É SER DESCRICIONÁRIO E PROMOVER A CRIATIVIDADE PRÓPRIA NÃO SIGNIFICA INCENTIVAR O IMPROVISO

A este propósito, abordamos um aspecto que sempre nos tem interessado muito particularmente, ou seja, a necessidade das empresas disporem de um *Manual Interno de Protocolo*. Com efeito, os responsáveis pelas empresas têm o poder e o dever de

estabelecer determinadas regras de conduta que devem ser adoptadas pelo conjunto, vasto e heterogéneo, dos seus colaboradores.

Essas regras, para serem realmente úteis e praticadas, carecem de ser devidamente divulgadas ou, pelo menos, de estarem sistematizadas, à disposição de quem queira ou precise de as consultar, quando tiver dúvidas ou se sentir envolvido em actuações que sabe estarem de antemão preconizadas.

Assim acontece para uma infinidade de outros procedimentos, já há muito reconhecidos como devendo ser uniformizados, o mesmo deverá ocorrer quanto ao protocolo, traduzindo-se na existência de um *Manual Interno*. Se é óbvio que a sua aplicação se enquadra num âmbito mais parcelar, não é menos certo que, como todos os demais regulamentos, deve ser criado, dado a conhecer e implementado, na medida em que as empresas não podem prescindir de quem as represente aja com correcção em todos os actos que pratique. Desde logo, para que haja uma coerência de actuações em conformidade com os parâmetros que a empresa entende como mais correctos, evitando-se que cada colaborador ou cada grupo proceda como melhor entender ou souber (mesmo quando, às vezes, não sabe...), em improvisos que criam grandes disparidades e que transmitem para o exterior uma imagem de desconcertante desorganização e amadorismo. Perante situações similares, todos devem agir de forma também semelhante, sem os excessos de uns ou as imprudências e até irresponsabilidades de outros, dado que está em causa a identidade corporativa e não a sensibilidade ou gosto individual dos seus agentes.

Por outro lado, o *Manual* deve ser encarado como um elemento de consulta, como um auxiliar prático das pessoas a quem se deparem determinadas situações e que têm que tomar certas atitudes ou participar, activa ou passivamente, em determinados even-

tos, sem necessidade de «inventarem» o que já está estabelecido e sentindo-se seguras de que estão a proceder de forma adequada e sem divergir dos preceitos que a empresa entende por convenientes. Além disso, a divulgação ou disponibilidade deste código é um instrumento de cultura geral. No seu próprio interesse e no sentido de apoiar aqueles que nela trabalham e convivem, a empresa, nesta vertente como em tantas outras, tem obrigação de proporcionar a todos a possibilidade de se informarem e de actuarem de acordo com as formalidades e posturas reconhecidas como profissionalmente apropriadas.

Quanto a estes pressupostos, julgamos que todos estaremos de acordo. Contudo, quantas empresas em Portugal dispõem de tal documento? Receamos que muitíssimo poucas.

Acreditamos que é dever dos profissionais e estudiosos desta matéria, alertar e sensibilizar os nossos empresários para a necessidade de existência dessa compilação de normas.

O principal objectivo de um *Manual Interno de Protocolo* é sensibilizar e gerar processos de mudança de mentalidade e comportamento, porque continua a ser, para alguns, muito cómodo encarar o protocolo como um amontoado de regras vagas e enfadonhas, em parte desconhecidas, distantes e impraticáveis no decorrer da actividade empresarial. E, em última instância, sempre entendendo que «isso» é uma preocupação que cabe aos outros, não ao próprio, que para tal «não está vocacionado».

#### **LIBERDADE DE ADOPTAR, OU NÃO, NORMAS PROTOCOLARES DE CONDUTA OU UMA PSEUDO-LIBERDADE CADA VEZ MAIS E ATÉ DUPLAMENTE CONDICIONADA**

É um lugar-comum dizer-se que não há liberdades absolutas. Ora, neste caso, em que utilizamos a expressão liberdade para distinguir as característi-

cas principais do protocolo empresarial relativamente ao oficial, temos agora de considerar que essa liberdade não só nada tem de absoluto como até, pelo contrário e pelo menos por duas ordens de razões, vai ficando cada vez mais relativa ou limitada.

Desde logo, porque se a flexibilidade proporciona liberdade, não é menos certo que a liberdade gera responsabilidade. E, dessa responsabilidade, qualquer empresa que se preze não pode prescindir. Se a empresa, desde sempre e por definição dos seus próprios propósitos, não pode aceitar conceitos como «a liberdade de procurar ter prejuízos», a «liberdade de ser mal gerida», a «liberdade de não ser honrada», a «liberdade de não ter preocupações sociais» – não pode, também, actualmente e cada vez mais, pensar como possível ter a liberdade de não informar correctamente, a liberdade de comunicar mal, a liberdade de não cuidar a sua imagem, a liberdade de não receber bem as entidades com quem convive, ou seja, a liberdade de dispensar as regras essenciais do protocolo.

Assim e em primeiro lugar, são as próprias empresas que têm de se auto-condicionar eliminando essas pseudo-liberdades para poderem, como lhes cabe, prosseguir e desenvolver os seus negócios, contribuindo para o bem-estar da sociedade na qual se integram. Essa própria sociedade que tem evoluído vertiginosamente e quem não for capaz de compreender e de acompanhar essa «corrida» está, pelo seu imobilismo, condenado a ser ultrapassado e a fracassar.

Tal como não é hoje sequer concebível prescindir de manejar línguas estrangeiras, utilizar as tecnologias de informação ou conhecer outros mercados e culturas, de dispor do gabinetes de apoio ao investidor ou de relações públicas, também já se torna imperativo saber produzir e receber a informação, saber comunicar com as entidades mais variadas, saber gerir uma imagem de sucesso e saber contactar, conviver, receber.

Ora, no que às normas de conduta se reporta e focando só o último dos deveres aludidos, como se recebe nas empresas em Portugal? Nem sempre bem. Entendemos que o gesto de bem receber não é apenas um mero cumprimento de requisitos básicos: dispor bem o visitante, minimizar perdas de tempo e de recursos, cumprir normas de segurança, transmitir uma imagem de profissionalismo que aumenta a notoriedade da empresa.

Já afirmámos que dispomos de flexibilidade nas empresas privadas para recebermos – mas não podemos prescindir de aplicar escrupulosamente todas as normas protocolares, mesmo que esse processo decorra com tanta fluidez que o protocolo nem seja notado.

Contudo, terá sido o suficiente para veicular a mensagem pretendida? Que primeira impressão ficou? O discurso verbal foi o adequado àquele visitante? Que postura assumiu o nosso corpo? Até que ponto o nosso sorriso foi afável e não fabricado? Para onde olhámos e o que reflectiu o nosso olhar? Que segurança transmitiu o nosso aperto de mão? Em que tom expressámos as nossas palavras? Estávamos apressados ou serenos?

O acto de receber constrói-se essencialmente com base em *people skills* em detrimento de *technical skills* – cortesia, imagem, confiança, credibilidade – que concorrerão para desenvolver oportunidades e estreitar laços profissionais.

O nosso papel, do ponto de vista técnico, consistirá em ajudar o anfitrião empresarial a comunicar eficazmente com os seus diferentes públicos, alertando-o para a necessidade de conceber estratégias e definir mensagens a transmitir durante o desenrolar do seu papel, quer se trate de receber para uma reunião no escritório, um almoço de trabalho ou um evento de maior amplitude.

Como poderemos ajudar?

- Estabelecendo uma metodologia coerente e comum da empresa,

devidamente reproduzida no *Manual Interno de Protocolo*;

- Interagindo especialmente com os serviços de comunicação que englobam relações com os meios, relações públicas, relações institucionais, relações com investidores, responsáveis pela organização de eventos e responsáveis pela manutenção da imagem corporativa;

- Desenvolvendo *know-how* e metodologias próprias adaptadas à realidade económica, social e cultural portuguesa;

- Considerando o acto de receber como fazendo parte de um processo de comunicação integral e não como um acto isolado e inconsequente.

## **SEGUNDA VERTENTE DA LIBERDADE CONDICIONADA – A REGULAMENTAÇÃO EXTERNA**

Aludidas as auto-limitações destinadas a impor uma boa conduta, resta-nos proceder a brevíssimas referências quanto às regras exteriores que condicionam as empresas e que, tanto ou mais das que as já abordadas, voltam a exigir saber informar, saber comunicar, saber defender a identidade, saber conviver e receber. Agora já não porque a empresa pretenda com isso ter êxito mas antes porque para desenvolver as suas actividades tem de se sujeitar a uma imensidade de tutelas que têm em vista as salvaguardas sociais e os interesses superiores da comunidade.

Quando o *Código das Sociedades Comerciais* elenca os direitos dos accionistas, qual coloca em primeiro lugar? Não os elementares direitos aos lucros, ao voto, ou qualquer dos tantos outros, mas antes o direito à «informação».

Logo por aí se percebe uma orientação que acarreta uma imensidade de transformações nas posturas a que estão obrigadas as empresas e nos novos procedimentos que tiveram de passar a adoptar.

Chegamos à mesma conclusão com que fechámos o ponto anterior: mais e

mais informação, cada vez mais e mais variada comunicação, permanentes contactos com as mais diversas entidades, reuniões, recepções, entrevistas, *road-shows*, conferências, eventos, e uma vez mais condutas e procedimentos que implicam a aplicação do protocolo empresarial e que reclamam o apoio de técnicos de tais matérias.

## **CONCLUSÃO**

Terminamos como começámos – chamando a atenção para uma área da convivência humana em que o estudo e a aplicação do protocolo ainda não estarão suficientemente aceites e implantados, área essa que se distingue do oficial ou diplomático por beneficiar de uma flexibilidade, como tal também de uma liberdade que, embora muito variáveis de empresa para empresa, a diferenciavam.

Porém, e com o espectacular desenvolvimento ocorrido entre os agentes produtivos, numa economia cada vez mais internacionalizada e em mercados globais, com as praças financeiras cada vez mais interligadas e interdependentes de comunicação (quer por reconhecimento da necessidade de auto-regulamentação quer por imposições ou entidades tutelares), para poderem progredir e para se colocarem com melhores níveis das suas congéneres estrangeiras, as empresas passaram a carecer de forma acentuada de saber informar, saber comunicar, saber participar, receber e conviver com múltiplas entidades, nomeadamente com os seus *shareholders* e *stakeholders*.

Para tal, precisam também de respeitar normas de comportamento bem compreendidas e definidas, num mundo cada vez mais concorrencial e exigente, em que um pequeno gesto ou qualquer omissão podem ter custos elevadíssimos, precisam de ser auxiliadas nesta rede de complexos relacionamentos por pessoas com sensibilidade, conhecimentos e experiência de protocolo.



# FOLKFARO – FOLCLORE INTERNACIONAL CIDADE DE FARO

---

Numa sociedade cada vez mais globalizada, a tendência para a adoção de padrões e normas comportamentais uniformes é uma constante. O Folclore, enquanto estudo e conhecimento das tradições de um povo, tem o papel de garantir a identidade cultural de uma comunidade. O presente artigo pretende ser um instantâneo de uma manifestação plural, porém consistente e uniforme na sua vontade de fazer prevalecer a riqueza e a diversidade próprias do ser humano<sup>1</sup>.

**Cátia Cabete** - ex-aluna ESGHT - cc\_tita@hotmail.com

**Mara Silva** - ex-aluna da ESGHT - hokkista@hotmail.com

**Vânia Gago** - ex-aluna da ESGHT - vania\_gago@hotmail.com

**Ronaldo Schütz** - ESGHT - rschutz@ualg.pt



fig 1: Logotipo do FolkFaro.

---

## INTRODUÇÃO

Numa sociedade cada vez mais globalizada, a tendência para a adoção de padrões e normas comportamentais uniformes é uma constante. De Tóquio a Buenos Aires, passando por Berlim e Dacar, são difundidas as mesmas músicas, assistem-se aos mesmos filmes e programas de televisão e são tidas como importantes referências às mesmas fontes, quase sempre de origem anglo-saxónica, e mais precisamente, norte-americana. O Folclore, enquanto estudo e conhecimento das tradições de um povo, expressa-se nas suas lendas, crenças, canções e

costumes, adquire neste contexto um significado especial e cada vez mais importante, o de garantir a identidade cultural de uma comunidade.

O presente artigo pretende ser um instantâneo de uma manifestação plural, porém consistente e uniforme na sua vontade de fazer prevalecer a riqueza e a diversidade próprias do ser humano.

## O FESTIVAL E OS SEUS ORGANIZADORES

O FolkFaro é o maior festival internacional de folclore a sul do Tejo, com créditos afirmados a nível internacional. Promove no Algarve

um pólo de atracção para o Turismo de natureza cultural, tendo inserido a capital algarvia no roteiro dos grandes festivais internacionais de folclore. Este evento surgiu em 2003, e já trouxe à cidade cultura e tradições de grupos provenientes da Argentina, Brasil, Bulgária, Coreia do Sul, Costa Rica, Croácia, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, França, Geórgia, Guatemala, Holanda, Índia, Itália, Macedónia, México, País Basco, Paraguai, Perú, Polónia, Quênia, República Checa, República da Buriácia, República do Tataristão, Roménia, Rússia, Senegal, Sérvia, Turquia, Ucrânia, Venezuela (ver figura 2), entre inúmeros grupos portugueses.

O Grupo Folclórico de Faro (ver figura 3) para além de ser um grupo de folclore algarvio é também o grupo organizador do FolkFaro, e teve como fonte de inspiração a sua experiência nos inúmeros festivais nacionais e internacionais de folclore em que participou.

As origens do Grupo Folclórico de Faro remontam ao início dos anos 30,

sendo o mais antigo grupo de folclore da região Algarvia e um dos mais antigos do país. Os primeiros convites para apresentar danças regionais começaram em 1930. Assim, começaram as primeiras representações do folclore regional e, principalmente, daquela que era considerada a mais típica e expressiva das danças algarvias – O Corridinho.

Actualmente o grupo conta com cerca de 50 elementos entre bailadores, músicos e figurantes que se juntam com a principal intenção de preservar a tradição e a cultura algarvia.

Devido ao facto do FolkFaro ser um evento único e de incidência sazonal, que é desenvolvido para responder a necessidades específicas e que representa para os espectadores uma oportunidade única de lazer este pode ser caracterizado como um “Special Event”.

O festival realiza-se na segunda quinzena de Agosto, tem a duração de nove dias e conta com a presença de grupos de várias nacionalidades, tendo cada grupo uma noite específica para a sua exibição, que acontece ao ar livre, no palco da doca de Faro. Durante o festival os grupos participantes realizam vários tipos de espectáculos,

entre os quais se destacam as animações para reclusos, terceira idade e crianças. No entanto, no decorrer deste, os grupos presentes participam ainda noutros tipos de actividades, nomeadamente, gala de abertura, hastear das bandeiras, animação de rua, desfile dos grupos participantes na baixa da cidade, espectáculos nas cidades mais próximas e no Aquashow. No último dia do festival os grupos são convidados a participar numa celebração ecuménica (ver figura 1), tendo como epígrafe “A Paz e a Amizade entre os Povos” em que cada um dos grupos lê uma mensagem e canta uma música em prol da paz e da união dos povos. À noite, no palco da doca, os grupos reúnem-se para a última actuação, ocasião plena de sentimento e normalmente carregada de intensa emotividade, pois está prestes a chegar a hora da despedida.

O FolkFaro mostra aos habitantes de Faro, e a todos os que visitarem a capital algarvia, a magia do encontro daqueles que preservam e mantêm vivas as suas raízes, a sua herança cultural. Durante uma semana mais de 300 artistas, entre músicos, bailarinos e figurantes, enchem a cidade de uma alegria contagiante, partilhando com a população a sua forma de sentir o fol-

lore. Os participantes ficam alojados na Escola Secundária João de Deus, mais conhecida por Liceu, que amavelmente tem cedido as suas instalações para a organização do evento. Os aspectos logísticos só são possíveis de concretizar graças ao grande número de voluntários que se têm disponibilizado para assegurar a realização de inúmeras tarefas como a organização, recepção e acompanhamento dos grupos, cozinha, vendas, limpezas, entre outros.

### CREDITAÇÃO CIOFF

Sendo este festival certificado pelo Conselho Internacional dos Organizadores de Festivais de Folclore (CIOFF), é da responsabilidade do grupo organizador ter em atenção os seguintes pontos: os grupos participantes não devem exceder as 30 pessoas, incluindo directores, dançarinos, músicos, tradutores, e eventuais motoristas; todos os grupos convidados devem remeter à organização do festival materiais promocionais, cassetes vídeo ou DVD com actuação do grupo, cinco fotos de boa qualidade, historial do grupo e lista de participantes; os grupos devem pagar as suas próprias despesas de viagem até Portugal e regresso, os que viajam de avião deverão chegar ao aeroporto de Faro, Lisboa ou Sevilha um dia antes do festival; a organização do festival providencia transporte em território português ou comparticipação para os grupos com transporte próprio, no custo de combustível, de €0,60 por quilómetro, alojamento em escola ou em residências de estudantes, alimentação com 3 refeições diárias, guias para acompanhamento dos grupos, ajudas de custo de €3,00 por pessoa e por dia e ainda actividades de animação e entretenimento para todos os participantes; todas as actuações deverão ser efectuadas com música ao vivo e o estilo artístico dos participantes deverá basear-se no folclore da região ou país do qual o grupo é originário.



fig 2: Grupos Reunidos para a Celebração Ecuménica



**fig 3:** Dançarina do grupo da Venezuela

Os pontos anteriormente referidos são fulcrais para a continuação da certificação do CIOFF. Esta é uma organização não governamental com relações formais de consulta com a *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO). O CIOFF foi criado em 1970, com o objectivo de salvaguardar a promoção e a difusão da cultura tradicional e do folclore. Actualmente, está representado em mais de 70 países, através das respectivas secções nacionais, e reúne mais de 250 festivais internacionais em todo o mundo. Os festivais CIOFF são organizados para promover as diversas expressões da cultura tradicional tais como a música, a dança, o canto e o artesanato. Os artistas participantes reúnem-se com um propósito de Paz e Amizade. Através da promoção das artes folclóricas do seu país ou região junto dos outros participantes e do público, as prestações dos grupos contribuem para o respeito pela herança cultural e pelas tradições dos povos.

### **O FOLKFARO E O SEU PLANO ESTRATÉGICO**

Numa perspectiva de marketing e seguindo as etapas de um plano estratégico, a missão do FolkFaro é dar a

conhecer não só a dança típica desta região mas também as diversas danças e tradições existentes por todo o mundo.

Um dos objectivos deste festival é diferenciá-lo de outros festivais de folclore existentes a nível nacional, uma vez que a maioria destes eventos têm a duração de um ou dois dias e contam somente com a presença de grupos portugueses.

Com a divulgação, promoção e realização das diversas manifestações contidas na sua programação, este evento pretende ainda incentivar as populações em geral a conhecerem as tradições e costumes que também são seus na medida da sua inserção numa determinada cultura, aspecto este também verificado com a presença de grande número de imigrantes do Leste Europeu. É dada uma atenção especial aos mais jovens, pois este contingente populacional normalmente é incentivado por vários apelos de índole mais consumista e frequentemente desconhece a diversidade e o potencial artístico do seu próprio enquadramento cultural.

### **ANÁLISE SWOT**

Um aspecto importante para compreender o significado do festival na

vida da cidade de Faro foi a elaboração da análise *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) em que se verificam alguns pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças deste festival. Como pontos fortes destacam-se a diversificação da oferta turística da região e grande envolvimento da comunidade. Relativamente aos pontos fracos os mais importantes a referir são a insuficiência de espaços para a prática destes espectáculos e as condições das infra-estruturas de alojamento para os grupos participantes. Quanto às oportunidades deste festival é de salientar que deverão ser disponibilizados ao público mais lugares de estacionamento e ainda garantir uma mais intensa e eficaz promoção e divulgação do evento a nível nacional. Em relação às ameaças é de referir o risco de acidentes devido à elevada aglomeração de pessoas e ainda a carência de recursos financeiros, pois o festival está dependente de subsídios e patrocínios.

Note-se, porém, que a análise SWOT aponta para que, embora o festival possua algumas falhas, é uma mais valia para a dinamização do espaço, da cidade e da sua economia.

As conclusões da análise SWOT implicam sublinhar alguns dos objectivos inerentes à realização do FolkFaro, dos quais destacamos a promoção da cidade de Faro como pólo cultural, atracção de um maior número de visitantes à cidade durante o evento e incentivar os habitantes e visitantes à prática e envolvimento no folclore.

### **INQUÉRITO AOS ESPECTADORES DA GALA DE ABERTURA**

Tendo como finalidade conhecer e identificar as características e as motivações dos visitantes que procuram este evento, bem como a sua opinião em relação à qualidade e organização do mesmo, pareceu ser interessante a realização de um inquérito. No entanto, um problema se colocou: tratando-



fig 4: Casal Algarvio com Traje Citadino do Grupo Folclórico de Faro

se de um evento que decorre ao ar livre, com a apresentação diária de um grupo em Faro e outras apresentações a decorrerem simultaneamente em várias localidades durante nove dias, os seus espectadores constituem um público bastante diversificado e heterogéneo nas suas características. Isto implicou que a aplicação do inquérito fosse limitada a um público mais específico, presente num momento em que

existiram condições para a execução do mesmo. Necessariamente, as conclusões foram redutoras e circunscritas ao tipo de público inquirido.

Este inquérito teve como população alvo os espectadores que estiveram presentes na gala de abertura do FolkFaro e durante o referido espectáculo foram inquiridas 168 pessoas. Todos os inquiridos encontravam-se no Teatro das Figuras com a intenção principal

de assistir a um espectáculo de danças e tradições provenientes de todo o mundo.

Relativamente à formulação estratégica, o segmento que a sessão de gala deste festival cativa são grupos de pessoas de uma faixa etária mais elevada e com habilitações literárias ao nível do ensino secundário e superior. Neste caso, é necessário implementar estratégias de forma a captar novos segmentos de pessoas, nomeadamente indivíduos de localidades próximas de Faro e indivíduos de faixas etárias mais jovens. Passando para a fase do *targeting*, que consiste na selecção dos segmentos de acordo com a atractividade, objectivos e recursos do evento, só se tornam alvos aqueles segmentos cujas necessidades possam ser satisfeitas pelos recursos do festival e de acordo com os objectivos deste. No caso particular da sessão de gala FolkFaro este segmento é composto maioritariamente por indivíduos com idades superiores a 50 anos. Geralmente estas pessoas interessam-se em conhecer diversas culturas, como as danças, as tradições e a história adjacente a cada país. Posteriormente analisámos o posicionamento, isto é, a forma como a organização é vista pelos públicos a quem se dirige. Trata-se de um conjunto de características de imagem que permitem ao público situar o produto num universo de produtos semelhantes e distingui-lo. Assim, pretendendo-se posicionar o FolkFaro como um evento de grande dimensão reconhecido a nível regional e nacional, o reconhecimento foi manifestado de forma evidente.

#### **A REALIZAÇÃO DO FOLKFARO, O MARKETING – ASPECTOS TÉCNICOS E PRÁTICOS**

Na sequência das fases acima apresentadas seguimos para a análise dos 4 P do marketing *mix*, em que se realizou um estudo quanto ao produto,

ao preço, à distribuição e comunicação. O produto apresentado pelo FolkFaro é essencialmente a exibição de danças folclóricas dos mais diversos pontos do mundo através de espectáculos, *ateliers*, animação de rua, entre outros. Relativamente ao preço, e dado que o FolkFaro é um evento sem fins lucrativos, todos os espectáculos têm entrada livre, à excepção da gala de abertura na qual é cobrada uma quantia simbólica, em que 50% das receitas líquidas revertem a favor de uma instituição designada pelo grupo no próprio ano. Quanto à distribuição dos bilhetes para a gala de abertura, esta é feita no teatro Municipal de Faro, onde se realiza o evento. Os restantes espectáculos são distribuídos por várias localidades, tais como Faro, S. Brás de Alportel, Quarteira, Albufeira, Alte, Querença, Loulé, Boliqueime, Salir, Olhão e Luz de Tavira.

No que diz respeito à comunicação do evento, esta é feita de várias formas, utilizando desde as mais populares às mais recentes técnicas de publicidade. Assim temos, anúncios do evento em jornais, rádios, cinema, faixas, Mobiliário Urbano Para Informação (MUPI's), *outdoors*, revistas, folhetos, *merchandising* (t-shirts), televisões digitais, entre outros. A comunicação é, então, uma das ferramentas mais importantes no marketing do evento e para garantir o seu sucesso é necessária uma estratégia planeada de promoção que viabilize a sua realização e dê a conhecer a sua existência junto do público. Outro factor de elevada importância na comunicação de um evento é a criação de uma imagem que os consumidores associem de imediato ao festival, neste caso específico o logótipo do FolkFaro (ver figura 1).

Depois de cumpridas todas as fases acima descritas, passou-se a fase de implementação do evento. Nesta fase são apresentadas as várias actividades e as datas previstas para a realização das mesmas. Uma vez que este espectáculo envolve a participação de muitas pessoas, é necessário proceder

à sua organização pormenorizada, para que não existam falhas no decorrer do festival. Deste modo, a preparação do FolkFaro inicia-se assim que termina a edição do ano anterior. As primeiras reuniões servem para fazer um balanço identificando os pontos positivos e negativos da edição anterior e procurar alternativas para que no próximo ano não surjam os mesmos pontos negativos. O passo seguinte será fazer uma pesquisa sobre os possíveis grupos a participar no festival e seleccionar os que mais se adequam ao evento. Posteriormente é feito um convite oficial aos grupos seleccionados para conhecer até que ponto estes estão interessados em participar no festival. Mais tarde iniciam-se reuniões com os *stakeholders* com o objectivo de angariar novos patrocínios e garantir os já existentes. Alguns dos patrocinadores deste festival são a Câmara Municipal de Faro, Região Turismo do Algarve, Inatel, Junta de Freguesia da Sé, Jumbo de Faro, ALGAR, Minisom, ANA, CTT, Iberfaro, A.Santos & Brito do Vale, Lda, Frutas Álvaro Paço & Filhos e Aquashow. De seguida, é feito um levantamento dos custos do próximo evento (aluguer sala do teatro municipal e licenças, custos com o alojamento e alimentação dos grupos, transporte, seguros, publicidade e fotógrafos contratados). Com a angariação dos patrocinadores concluída inicia-se a campanha publicitária, que é outro ponto fulcral que deverá ser levado a cabo pela organização do festival. Um mês antes da concretização do evento, a campanha promocional é colocada nas ruas, estabelecimentos comerciais, entre outros. Com o aproximar do FolkFaro é necessário o recrutamento de voluntários, tarefa que está a cargo de Élia Frade, responsável pelos guias que acompanham os grupos participantes no decorrer do festival.

Uma vez que os grupos ficam alojados na Escola Secundária João de Deus e as actividades lectivas terminam em Julho, a preparação do alojamento começa ainda no final de Julho,

e é levada a cabo por voluntários e elementos do grupo organizador. Após o desfecho do festival, os voluntários e os elementos do grupo juntam-se novamente para limpar e arrumar toda a escola. Outras das tarefas a desempenhar pelo grupo folclórico de Faro é a decoração e actualização dos cenários dos palcos e a preparação dos alimentos para os grupos convidados. Embora o voluntariado seja uma mais-valia para o FolkFaro, é também de grande importância referir que por trás de todo este evento existe uma comissão organizadora responsável, com capacidade criativa e operacional que luta pelo sucesso deste festival. Esta comissão é constituída por onze pessoas, sendo cada uma responsável por uma área específica, nomeadamente contactos com os grupos e programação do festival, tesouraria e finanças, publicidade, alimentação e bebidas, alojamento, transportes, relações públicas, coordenação dos guias, multimédia e secretariado.

Depois da concretização do FolkFaro é realizada uma reunião pela comissão organizadora com o propósito de trocar informações e analisar o decorrer de todo o evento. Esta análise apresenta todos os pontos a melhorar e os que se devem manter nas próximas edições. É ainda efectuada uma análise financeira onde são considerados todos os custos e receitas provenientes da realização do festival. Embora o FolkFaro não gere benefícios financeiros para o grupo, o facto de a população se deslocar à Doca de Faro, em grande número (aproximadamente 4.000 visitantes por noite), e demonstrar o seu agrado pelos espectáculos apresentados, leva a que a organização veja o seu esforço reconhecido.

## CONCLUSÃO

É um facto adquirido que o FolkFaro pode ser um dos produtos mais importantes para o desenvolvimento turístico de Faro, uma vez que conseguiu colocar a cidade na rota dos

grandes festivais culturais de folclore da Europa. Como este festival integra participantes de vários pontos do mundo pode ser considerado único, dado que revela a cultura de vários países e todos os anos apresenta novos grupos e ao mesmo tempo manifestações bastante díspares. Dado que estes grupos se apresentam não só em Faro como em várias localidades da região algarvia, este evento retrata a sua importância não só para a cidade em questão como também para a dinamização de todo o Algarve.

Tem sido aproveitado o impulso existente no turismo nesta época e atraído pessoas de diferentes nacionalidades que se encontram de férias, levando-as a participar nos diversos momentos do programa do Festival.

Este tipo de espectador vê nestes eventos uma possibilidade de entretenimento e de distração nocturna, encarando-os como um complemento interessante à rotina do dia-a-dia. É ainda de salientar que o FolkFaro funciona como um factor de aglutinação dos emigrantes de leste da Europa

e Orientais que se encontram a viver em Faro, dado que estes sentem este festival como uma aproximação às suas origens.

A realização do projecto permitiu concluir que o FolkFaro é um evento muito importante para o desenvolvimento da cidade de Faro enquanto destino cultural, pois proporciona a todos os visitantes uma semana de animação, cultura e folclore. No entanto, existem aspectos que poderiam ser melhorados e actividades que podem ser implementadas, nomeadamente decorar a cidade de forma alusiva ao evento (por exemplo, retratando uma época passada), maior número de actividades lúdicas como *ateliers* de música e sons para criar uma interacção com instrumentos e músicos, tertúlias e debates sobre questões culturais, demonstrações gastronómicas e peças de teatro relacionados com a cultura dos diferentes países. É ainda de destacar a importância da contextualização da população mais jovem, pois estes representam uma destacada e numerosa colaboração enquan-

to voluntários e, ao mesmo tempo, participam e assistem aos espectáculos apresentados durante o festival. Outro ponto de extrema importância é a aposta num maior investimento na divulgação e promoção do evento, que poderá ser feita em vários pontos estratégicos fora da cidade de Faro.

Em suma, eventos como o FolkFaro podem ser vistos como um pólo de atracção para todos os turistas, principalmente os de âmbito cultural, contribuindo assim na construção de uma imagem positiva da cidade e da região aos seus visitantes, ao mesmo tempo que despertam e activam nas populações locais sentimentos de integração e culto das suas raízes.

.....

**1** O trabalho teve origem no âmbito do projecto final de curso da Licenciatura em Gestão Hoteleira da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, da Universidade do Algarve, e que teve como tema "O FolkFaro na Promoção da Cidade".

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- Bowdin, G. et al. (2002). *Events Management*, Butterworth Heinemann. Oxford: Oxford.
- Ferreira, A. et al. (2007). *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*. Lisboa.
- Getz, D. (1997). *Event management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura, Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Lumsdon, L. (1997). *Tourism Marketing*. Oxford: International Thomson Business Press.

## DOCUMENTO ELECTRÓNICOS:

---

- Câmara Municipal de Faro. (Maio 2008) FolkFaro – *Folclore Internacional da Cidade de Faro*. (Act. 04.09.06), [www.cm-faro.pt](http://www.cm-faro.pt)
- Grupo Folclórico de Faro. (Abril 2008) *O Festival*. (Act. 30.09.07) Consultado 23.04.2008, [www.folkfaro.com](http://www.folkfaro.com)
- Grupo Folclórico de Faro. (Abril 2008) *Grupo*. (Act. 20.04.06) Consultado 23.04.08, [www.grupofaro.pt.vu](http://www.grupofaro.pt.vu)



# ROTAS DO SUL

## SAGRES E O MAR – MITOS E REALIDADES

.....

**José António Santos** - ESGHT - [jasantos@ualg.pt](mailto:jasantos@ualg.pt)

**Margarida Custódio Santos** - ESGHT - [mmsantos@ualg.pt](mailto:mmsantos@ualg.pt)

Dos antigos navegantes às lendas e aos mitos, de São Vicente ao Infante Dom Henrique, da destruição de Drake à consolidação da pesca e do turismo como principal sustento de uma escassa população, do clima peculiar às belezas naturais, a importância de Sagres está intimamente associada ao mar.

Sagres, incluindo naturalmente o Cabo de São Vicente e a área circundante, é um dos raros lugares em que a localização geográfica, uma natureza agreste, mas majestosa, e factores históricos se conjugam com uma dimensão mítica, conferido a este lugar uma magia única, que ao longo dos milénios lhe outorgou uma projecção singular.

A região de Sagres, situada no extremo sudoeste do Continente Europeu, foi durante aproximadamente três milénios um dos limites do mundo conhecido. Para os povos vindos do Mediterrâneo Oriental, como Fenícios, Gregos, Cartagineses, Romanos e Árabes, que em geral navegavam ao longo da costa, o Cabo de São Vicente constituía o limiar da navegação para ocidente antes do *mare incognitum*. Por esse motivo foi conhecido, durante milénios, como o *Finis Terrae*, ou seja, o Fim do Mundo.

A linha de costa, entre a Ponta de Sagres e o Cabo de São Vicente, é constituída por uma plataforma rochosa de origem sedimentar cortada abruptamente até ao mar, com altitudes variáveis entre os 60 e os 80 metros, e que ocasionalmente é recortada por pequenas enseadas com praias de areia, como a Praia do Tonel e a Praia do Beliche.

Esta zona apresenta condições climáticas especiais motivadas pelo cruzamento das influências atlânticas, preponderantes na costa oeste e mediterrâneas na costa sul, predominando os ventos de quadrante norte e noroeste, carregados de salsugem, comuns no Verão, associados a forte ondulação e com frequente nevoeiro de advecção litoral que conferem a este lugar uma singularidade climática contrastante com a restante região algarvia. Tal facto, associado à fraca precipitação e a temperaturas amenas no Inverno fazem com que Sagres tenha as menores amplitudes térmicas em Portugal.

Estas condições climatéricas têm implicações na flora da região que inclui várias espécies endémicas, ou seja, com uma existência confinada à orla costeira do Planalto Vicenti-

no, razão pela qual algumas espécies apresentam no respectivo nome a designação geográfica, como por exemplo a *As-tragalus tragacantha vicentinus* e a *Hyacinthoides vicentina*. No entanto, a existência destas espécies únicas de flora está longe de ser salvaguardada. Os visitantes, ao procurarem os pontos mais interessantes do ponto de vista paisagístico, vão criando trilhos e destruindo a cobertura natural e permitindo que vegetação infestante se vá fixando nestas zonas levando à destruição progressiva das características únicas desta área, que actualmente está integrada na Rede Europeia de Reservas Biogenéticas, na Rede Natura 2000 e no Parque Natural do Sudoeste Alentejano e da Costa Vicentina.

Existem nesta região vestígios arqueológicos, nomeadamente menires da época neolítica, mais precisamente do V e IV milénios a.C., que comprovam o povoamento desta região em épocas mais recuadas. No entanto, as referências mais antigas sobre a história de Sagres estão intimamente ligadas ao Cabo de São Vicente, ao qual os escritores da Antiguidade atribuíam um carácter sagrado, patente na designação *Promontorium Sacrum*, ou seja, o Cabo Sagrado, que na época romana era sobretudo dedicado ao culto de Saturno.

Uma segunda evocação religiosa surgiu no século VIII, ligada ao culto cristão do mártir São Vicente, cujas relíquias aí terão chegado por via marítima por essa altura, como forma de os preservar da destruição pelos muçulmanos, que no início desse século tinham invadido a Península







Ibérica. Segundo a tradição, os restos mortais do Santo terão aportado a Sagres à deriva numa barca guardada por dois corvos, atributos iconográficos que serão constantes nas representações posteriores do mártir, pelo menos na arte portuguesa, e adoptados na iconografia do brasão de armas de Lisboa ainda durante a primeira dinastia. As relíquias terão sido então depositadas na Igreja do Corvo situada sobre as inhóspitas falésias do Cabo de São Vicente e cuja designação estava ligada à crença de que os bandos de corvos presentes no local seriam os guardiões do Santo. Em meados do século XII, o geógrafo árabe Muhammad Al-Idrisi refere a Igreja do Corvo que, na sua opinião, já seria anterior à dominação islâmica e se situava num "promontório que se mete pelo Mar".

De tal forma o culto de São Vicente se tornou relevante, que D. Afonso Henriques, após a tomada de Lisboa aos Mouros em 1147, ali mandou uma embarcação recolher as relíquias do Santo e trasladá-las para Lisboa, passando este Santo a ser o Padroeiro da cidade e tendo, em sua honra, sido construído o Mosteiro de São Vicente de Fora.

Três séculos mais tarde, percebendo a enorme importância de Sagres para apoio à navegação, o Infante D. Henrique funda uma povoação no Promontório de Sagres intitulada Vila do Infante, tal como explica no seu testamento, para onde se retirava com alguma frequência no período final da sua vida e onde faleceu em 1460. Estas frequentes estadas em Sagres do principal impulsor dos descobrimentos portugueses, foram, sobretudo no século XIX, pretexto para a associação de Sagres aos descobrimentos portugueses, tendo surgido o mito da Escola Náutica de Sagres.

Outro evento histórico de enorme importância para Sagres foi o ataque inglês comandado por Sir Francis Drake em 1587 e a consequente destruição das fortalezas da

Baleeira, Belixe, São Vicente e Sagres. Antes da destruição desta última, a mais importante, ordenou Drake que um dos seus expedicionários executasse um mapa com o desenho pormenorizado da fortaleza e dos seus edifícios, o qual ainda hoje se conserva na *British Library* em Londres, e com base no qual foram restauradas ou reconstruídas as edificações interiores da fortaleza em 1960, aquando das comemorações do quinto centenário da morte do Infante D. Henrique.

O passeio que agora vos propomos inclui duas visitas (à fortaleza de Sagres e ao Cabo de São Vicente), uma passagem pela Vila de Sagres e um percurso em viatura, com algumas paragens, na Costa Vicentina na zona da Carra-pateira, onde se pode apreciar a natureza em estado puro. Propomos, assim, uma excelente combinação de cultura, património e natureza, nas mais fascinantes paisagens culturais e naturais de todo o Algarve.

Sugerimos como início do passeio a visita da fortaleza de Sagres. A primeira impressão quando nos aproximamos do exterior é a de uma fortificação em estilo *Vauban*, relativamente baixa, com espessas paredes e cuja entrada era protegida por dois baluartes destacados do corpo central. A porta da fortaleza apresenta, na parte superior do frontão neoclássico, um brasão datado de 1793, pertencente ao então governador e capitão general do Reino do Algarve, D. Nuno de Mendonça e Moura. Após pagamento do ingresso, que tem actualmente um custo de 3 €, acedemos a um recinto interior, de onde se obtém, de imediato, uma panorâmica geral do património interior.

Na parte superior do lado interno do portão pode ser vista uma lápide em memória do Infante D. Henrique, fundador da fortaleza. Do lado esquerdo do recinto interior podemos observar a famosa rosa-dos-ventos, descoberta ocasionalmente em 1921 e, possivelmente, do tempo do Infante. Esta enorme circunferência com 24 segmentos principais, marcados com pedras e subdivididos em segmentos mais pequenos, teria tido naturalmente uma função, embora a mesma, até hoje, não tenha sido devidamente investigada, pelo que apenas são dadas suposições, sendo a mais usual, que este conjunto seria um relógio de sol. Contudo, embora tal utilização fosse possível, desde que no seu centro fosse colocado um *gnómon* para projectar a sombra, não nos restam dúvidas de que essa não era a sua única utilização, caso contrário, não seria necessária a metade sul da circunferência, dado que a sombra apenas se projectaria na sua metade voltada para norte. Por outro lado, pensamos que não é por acaso que a rosa-dos-ventos está dividida em 24 segmentos principais, pois se considerarmos o movimento de rotação da Terra, um dia corresponde a 360 graus, que equivalem a 24 horas, ou seja a 24 segmentos de 15 graus cada. À excepção de um, todos os segmentos principais estão subdivididos por um raio em duas partes, por vezes iguais, ou seja de 7,5 graus cada, o que corresponde a trinta minutos, por vezes ainda em partes de diferentes tamanhos, sendo os maiores



de 11,25 graus, ou seja, 45 minutos e outros de 3,75 graus, o que equivale a 15 minutos. Resta-nos perguntar: para que é que isto servia, então?

A nossa interpretação é que esta rosa-dos-ventos traduz conhecimentos astronómicos que no tempo do Infante Dom Henrique seriam estudados e aperfeiçoados com vista à sua utilização prática na orientação durante as descobertas marítimas. Neste contexto, faz sentido a ligação de Sagres às navegações portuguesas quinhentistas, não no sentido exacerbado com que os Românticos conceberam e transmitiram a ideia da Escola Náutica de Sagres, mas num sentido muito mais realista de que a corte que acompanhava o Infante a Sagres nos últimos 15 anos da sua vida englobaria também cientistas e navegadores, que aqui dariam continuação às suas actividades.

À excepção da igreja seiscentista, que substituiu a antiga Igreja de Santa Maria edificada pelo Infante, e da Torre Cisterna, igualmente da mesma época e quase escondida atrás do moderno centro de exposições, todas as edificações antigas foram literalmente destruídas aquando das polémicas obras efectuadas na década de oitenta na suposta adaptação do conjunto patrimonial a fins turísticos. Este é um triste exemplo do que não se deve fazer ao nosso património.

Aconselhamos agora a subida ao torreão central, por cima da entrada, ao qual se acede através de uma rampa, onde se pode observar um relógio de sol esculpido na pedra. Em direcção a nascente temos o baluarte de Santo António e em direcção a poente o baluarte de Santa Bárbara, ambos com acesso a partir do torreão central, pelo que se aconselha esse pequeno passeio, de onde se desfruta de uma vista fantástica sobre a costa. Descemos agora para a bateria situada atrás da igreja, onde se podem ver alguns canhões antigos, sinal de que a fortaleza de Sagres servia, desde o início da sua construção, para o controlo da navegação e defesa costeira.

Para os amantes dos passeios a pé aconselhamos ainda o trilho de cerca de dois quilómetros à volta do promontório, com vistas deslumbrantes sobre a costa e o oceano, com



passagem por mais duas antigas baterias costeiras e pelas furnas, cavernas no interior do promontório, com enormes fendas no solo, por onde se pode ouvir o som irrequieto das ondas ao embaterem nas rochas.

Partimos agora para a próxima visita, ao Cabo de São Vicente. A cerca de um quilómetro da fortaleza, vemos do lado esquerdo frente à Praia do Tonel a Rocha do Leão, um estranho rochedo que emerge das águas em forma de leão. Alguns quilómetros mais adiante passamos a Praia do Beliche e um pouco depois o Forte do Beliche, uma edificação do século XVI, hoje adaptada a casa de chá e pousada.

Chegamos agora ao Cabo de São Vicente, onde podemos estacionar a viatura e entrar no forte, cuja visita se aconselha devido à excelente vista e à magia do lugar. A história das edificações que aqui existem ou que já existiram é extremamente interessante. A existência da Igreja do Corvo, local de culto a São Vicente, onde supostamente teriam sido depositadas as suas relíquias, é referida, como vimos, em documentos árabes do século XII. Este local continuou a ser lugar de peregrinação, pois em 1434 D. Duarte solicitou ao Papa autorização para a fundação de um mosteiro franciscano, com o objectivo de apoiar os peregrinos que ali se deslocavam, pedido esse que foi aceite, sendo ali edificado um convento. No início do século XVI o Bispo de Silves mandou construir ali uma muralha à volta do convento, assim como instalações para residir. Todo o complexo foi destruído em 1587 por Drake e reconstruído algumas dezenas de anos mais tarde. Datam, assim, do século XVII grande parte das edificações que hoje aqui podemos observar e que em 1846, na sequência da extinção das ordens religiosas e da nacionalização do seu património, foram adaptadas ao complexo do farol. O próprio farol é extremamente interessante, sendo o mais potente dos faróis portugueses e um dos mais potentes da Europa, dado que o seu raio, ampliado por enormes espelhos de cristal, tem um alcance de noventa quilómetros.

Regressamos agora a Sagres para visitar a baía com o porto de pesca que é, provavelmente, pelas condições naturais, o mais bonito do Algarve. Para tomar uma bebida ou uma refeição ligeira existem várias esplanadas, inclusivamente com vista sobre a baía. Para uma refeição mais substancial aconselhamos o Restaurante O Carlos, onde não se deve deixar de provar, como entrada, a sua deliciosa sopa de peixe.

É agora tempo de dedicarmos um pouco mais de atenção à natureza da Costa Vicentina. Regressamos, assim, em direcção à Vila do Bispo, onde tomamos a estrada em direcção a norte para a Carrapateira, uma pequeníssima povoação rural onde o tempo parece passar mais devagar e, cerca de 100 metros após passarmos a aldeia tomamos uma estrada à esquerda em direcção à Praia da Carrapateira. Passamos a praia e subimos já por uma estrada de terra batida até um ponto mais elevado e viramos num pequeno desvio à direita até um miradouro sobranceiro à praia, onde podemos estacionar e apreciar uma paisagem deslumbrante e única.

Sobretudo na Primavera a natureza, com toda a sua variedade de flores, é absolutamente fascinante. A partir daqui existem duas possibilidades: para os amantes das caminhadas aconselhamos um passeio de duas horas (incluindo o regresso pelo mesmo trilho) ao longo do caminho junto à costa em direcção a sul até à Praia do Amado. Tanto a vista das falésias que descem abruptas até ao mar, como a panorâmica geral da costa, compensam o esforço dispendido; e para os amantes do conforto aconselhamos o mesmo percurso em viatura, com algumas paragens para observar a costa. Da Praia do Amado existe uma estrada para a Carrapateira, pelo que já não é necessário regressar pelo mesmo caminho. Para a viagem de regresso a Lagos aconselhamos agora a estrada da Serra do Espinhaço de Cão em direcção a Aljezur até encontrarmos a estrada principal em direcção a Lagos.

#### COMENTÁRIOS FINAIS

Pelas belezas naturais e pelo legado cultural não é, assim, de estranhar que Sagres seja um dos locais mais visitados pelos turistas no Algarve. De facto, para muitos

turistas que alugam uma viatura para conhecer melhor o Algarve, a ida a Sagres é quase um imperativo. De igual modo, a excursão a Sagres continua a ser, para as agências de viagens, a que mais se vende, embora a visita do promontório de Sagres om a fortaleza tenha sido excluída do programa desde que as autoridades responsáveis a descaracterizaram arquitectonicamente e passaram a condicionar o seu acesso a entradas pagas.

No seu *Guia de Portugal* editado em 1927 Raul Proença iniciava a descrição de Sagres da seguinte forma: «Sagres, para um homem culto dá para três dias de concentração e de sonho» (Proença, 1927: 312). Dada a vastidão do tema e porque tentámos concentrar a nossa visita num único dia, fazendo para isso uma escolha muito selectiva dos locais e tentando dosear de forma adequada o binómio cultura/natureza, temos a sensação de que o mais importante ficou por dizer e que muitos outros locais de interesse ficaram por visitar. Resta-nos esperar que tenhamos, pelo menos, despertado a vossa «concentração» para um local «de sonho» onde se continua a sentir o pulsar da natureza e a magia do mito.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

.....

- Garcia, José Manuel (1990), *Sagres*, Câmara Municipal de Vila do Bispo, Vila do Bispo.
- Proença, Raul (1927), *Guia de Portugal – Estremadura, Alentejo, Algarve*. Biblioteca Nacional, Lisboa.
- IPPAR - Ministério da Cultura. *Promontório de Sagres*. Consultado Fev. 2009, [http://www.ippar.pt/sites\\_externos/sagres/Siteport/fsagres.htm](http://www.ippar.pt/sites_externos/sagres/Siteport/fsagres.htm)
- Município Vila do Bispo. Consultado em Fev. 2009, [http://www.cm-viladobispo.pt/portal\\_autarquico/vila\\_bispo/v\\_pt-PT](http://www.cm-viladobispo.pt/portal_autarquico/vila_bispo/v_pt-PT)
- Santos, José e Santos, Margarida (1997), *A cultural guide to the Algarve*, Guialgarve, Faro.

# PÁGINA DO PORTUGUÊS UTILIZAÇÃO DE MAIÚSCULAS E MINÚSCULAS NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DA ESGHT

Filipa Perdigão - ESGHT

Rita Baleiro - ESGHT

A propósito de um pedido que nos foi endereçado no sentido de fazermos a revisão linguística dos Regulamentos de Estágio e de Frequência e Avaliação da ESGHT verificámos que nos se levantavam dúvidas quanto à utilização de maiúsculas e minúsculas nas designações de órgãos, de responsáveis de cargos e de documentos na nossa Escola.

Após a análise dos vários textos produzidos na ESGHT, verificámos dois aspectos: (i) falta de sistematização no uso de maiúsculas e minúsculas – a título ilustrativo, em alguns documentos surgia o vocábulo “regulamento” com minúscula inicial e noutros surgia com maiúscula; (ii) o recurso constante a maiúsculas como forma de destacar determinados elementos no texto, fazendo com que se perca também o efeito de realce ou destaque que pensamos ter sido a intenção inicial dos redactores.

Nenhuma destas situações nos pareceu estar fundamentada nas gramáticas, prontuários e acordos ortográficos.

Perante este cenário, empreendemos uma investigação em diversas fontes sobre o uso correcto das maiúsculas e minúsculas neste género de documentos.

Consultámos os seguintes documentos *Acordo Ortográfico de 1945*, revisto em 1973; *Novo Acordo Ortográfico de 1990*, ratificado em 2008; *Livro de Estilo do Público de 1998* e ainda a excelente página do *Ciberdúvidas da Língua Portuguesa* à qual já fizemos referência por diversas vezes nesta rubrica<sup>1</sup>.

Verificámos ainda que nos *Estatutos da FCSH da Universidade Nova de Lisboa* os seguintes órgãos surgiam com minúscula inicial: assembleia de representantes; director; conselho directivo; conselho científico; conselho pedagógico; conselho administrativo; conselho consultivo e até reitor. No entanto, o *Diário da República* grafa todos estes órgãos e cargos com maiúscula inicial<sup>2</sup>.

Rapidamente concluímos que não há uma regra única deste uso, e que as fontes divergem em muito na prescrição da norma. Por essa razão, decidimos dedicar a presente página do português à sistematização desta utilização ortográfica.

Apresentamos um quadro-resumo que elaborámos para ajudar à redacção dos documentos da ESGHT.

MAIÚSCULAS	Utilização de <b>Maiúscula</b> em órgãos com poder de decisão	Conselho Directivo, Conselho Científico, Conselho Pedagógico, Subáreas, Comissões, Núcleos etc.
	Utilização de <b>Maiúscula</b> nas designações de serviços de apoio	Serviços Académicos; Secretariado de Cursos; Gabinete de Relações Externas
	Utilização de <b>Maiúscula</b> nas designações dos cursos e das licenciaturas da ESGHT e nas designações dos regulamentos	Licenciatura em Turismo; Curso de Especialização Tecnológica em Gestão de Animação Turística; Curso de Especialização Tecnológica em Técnico Especialista de Contabilidade; Regulamento de Frequência e Avaliação
	Utilização de <b>Maiúscula</b> nas designações dos núcleos ou cursos quando estes estiverem especificados	director do <b>Curso de Turismo</b> ; responsável do <b>Núcleo de Línguas I</b>
	Utilização de <b>Maiúscula</b> na referência a documentos seguidos da sua designação específica	Regulamento de Frequência e Avaliação Relatório de Actividades de Estágio;

## MINÚSCULAS

Utilização de <b>minúscula</b> nos cargos dos responsáveis pelos órgãos	<b>presidente</b> do Conselho Directivo; <b>responsável</b> de estágios; <b>coordenador</b> de estágio; <b>orientador</b> de estágio; <b>director</b> de núcleo, <b>director</b> de curso, etc.
Utilização de <b>minúscula</b> na referência a esses cursos e documentos, quando não seguidos pela designação completa	“O presente <b>regulamento</b> abrange os estágios curriculares obrigatórios, decorrentes da componente de formação em contexto de trabalho, integrados nos seguintes cursos da ESGHT”  “Por <b>relatório de actividades</b> entende-se um documento com a seguinte estrutura”
Utilização de <b>minúscula</b> nas diferentes componentes do estágio	angariação de estágio; plano de estágio, acordo de colaboração; relatório de actividades; cronograma de estágios; grelha de avaliação das actividades desenvolvidas.
Utilização de <b>minúscula</b> nos subtítulos dos artigos dos regulamentos	“a) Do estagiário” “b) Do orientador de estágio”

Não queremos deixar de referir que esta lista não é exhaustiva e que se baseou nos exemplos que fomos retirando dos documentos cuja revisão linguística fizemos. Assim, gostaríamos de pedir a vossa colaboração no sentido de acrescentarem mais exemplos para que a lista fique o mais completa possível. Para o fazerem, poderão enviar-nos um email com a vossa sugestão que nós acrescentá-la-emos a este quadro. Por fim, esperamos que esta sistematização contribua para uma maior coerência ortográfica nos documentos da ESGHT.



## FORMATO DAS COLABORAÇÕES:

.....

1. Os artigos não devem ultrapassar as 5000 palavras, incluindo notas, bibliografia e figuras, quadros ou tabelas.
2. Os textos devem ser redigidos em Times New Roman 12, com espaçamento simples, sem recuo de parágrafo e alinhado à esquerda, sem duplo entrelinhamento entre parágrafos.
3. As tabelas, gráficos e figuras devem ser sempre apresentadas a preto e branco e enviadas em ficheiro autónomo. O texto do artigo deverá conter a indicação dos locais onde os gráficos, tabelas e figuras devem ser incluídos.
4. Na primeira página do artigo deve constar, pela seguinte ordem: título do artigo, nome do(s) autor(es), correio electrónico, contacto telefónico, nome da instituição onde trabalha(m), resumo e palavras-chave.
5. O resumo não pode ultrapassar as 100 palavras.
6. O artigo deverá incluir o máximo de 4 palavras-chave.
7. As referências bibliográficas devem ser apresentadas de acordo com o sistema AUTOR-DATA: (Eco, 2001: 10).
8. Critérios para listagem das referências bibliográficas:
  - **Livros:** ECO, U. (2001). *Sobre a Literatura*. Lisboa: Difel.
  - **Colectâneas:** Wodak, R., e Krzyzanowski, M. (orgs.) (2008). *Qualitative Discourse Analysis in the Social Sciences*. New York: Palgrave Macmillan.
  - **Artigos em colectâneas:** Wodak, R. e Busch, B. (2004). Approaches to Media Texts. In J. D. Downing (Ed.), *The Sage Handbook of Media Texts* (pp. 105-122). London: Sage.
  - **Artigos em revistas:** Sobral, J. M. (2003). A Formação das Nações e o Nacionalismo: os paradigmas explicativos e o caso português. *Análise Social*, xxxvii (165), 1093-1126.
  - **Teses:** Skey, M. (2008). *Flagging Nations? Exploring the Banality of National Discourse Through a Study of Everyday Talk and Media Texts in England*. Tese de Doutoramento, London School of Economics, London.
  - **Edições antigas:** Espinosa, B. (1988 [1670]). *Tratado Teológico-Político* (trad. D. P. Aurélio). Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
  - **Documentos electrónicos:** Van Dijk, T. A. (1996). *Opinion and Ideologies in Editorials*, Paper for the 4th International Symposium of Critical Discourse Analysis, Language, Social Life and Critical Thought, Athens, 14-6 December 1995, 30pp. <<http://www.discourse-in-society.org/editoria.htm> > consultado em 15.09.2004.
9. As citações são apresentadas entre aspas duplas «...».
10. As citações com 5 linhas ou mais devem ser apresentadas num parágrafo separado do texto por linha dupla, tanto do texto imediatamente anterior, como do texto subsequente, e não devem ser limitadas por aspas.
11. As notas são de fim de documento e não de fim de página, e são precedidas de numeração romana.
12. Os artigos podem ser escritos nas seguintes línguas: português, espanhol, francês e inglês.

As propostas de publicação devem ser submetidas por correio electrónico para os seguintes endereços: **fperdig@ualg.pt** e **rbaleiro@ualg.pt**

A publicação final dos artigos seleccionados demora entre 6 e 12 meses.





Administração Regional de  
Saúde do Algarve, I.P.



Ministério da Saúde