

EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO PARA O SÉCULO XXI: O CASO DA UNIVERSIDADE DO ALGARVE

Júlio Mendes*
Ana Cláudia Campos**

Resumo:

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

Palavras-chave: Turismo. Ensino. Internacionalização. Inovação. Doutoramento

TOURISM IN HIGHER EDUCATION FOR THE XXI CENTURY: THE CASE OF THE UNIVERSITY OF ALGARVE.

Abstract:

From the starting point of a reflection about past, present and the future of education and research in tourism, the article begins by contextualizing and discussing about the reasons that underlie the internationalization process in course for the University of Algarve, second generically describe its positioning and commitment to teaching and research in tourism, and its latest, innovative, project consolidation internalization in this area - the application for a European program Erasmus Mundus Doctorate in Tourism.

Keywords: Education. Internationalization. Innovation. PhD

TURISMO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL SIGLO XXI: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE ALGARVE.

Resumen:

En el contexto de una reflexión sobre el pasado, el presente y el futuro de la educación y la investigación en el turismo, el artículo comienza contextualizando y discutir las razones que subyacen en el proceso de internacionalización en marcha por la Universidad de Algarve, segunda describir genéricamente su posicionamiento y compromiso con la docencia y la investigación en el turismo, y su más reciente e innovador, la internalización de consolidación de proyectos en esta área - la aplicación de un programa europeo Erasmus Mundus Doctorado en Turismo.

Palabras clave: Enseñanza. Internacionalización. Innovación. PhD

1. INTRODUÇÃO

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

* Doutoramento em Gestão, ramo de Estratégia e Comportamento Organizacional (Universidade do Algarve/UAlg). Professor Auxiliar da Faculdade de Economia/UAlg e Membro da Coordenação do Programa de Doutoramento em Turismo. Director do Mestrado em Gestão das Organizações Turísticas. Membro do Centro de Investigação sobre Espaço e Organizações. Investigador na área da Gestão e do Turismo (Gestão Integrada da Qualidade nos Destinos, Marketing, Gestão das Marcas e Experiência Turística). E-mail: jmendes@ualg.pt

** Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo pela Faculdade de Economia da Universidade do Algarve/UAlg. Doutoranda em Turismo pela UAlg, na qual também é docente e responsável pela disciplina de Ética Empresarial. Desenvolve projecto no âmbito da experiência turística de co-criação e as suas principais áreas de interesse são a comportamento do turista, experiência turística, marketing turístico, gestão e marketing dos destinos turísticos. É investigadora no Centro de Investigação sobre o Espaço e as Organizações (CIEO) da UAlg. E-mail: acalves@ualg.pt

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

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

O turismo é hoje um dos sectores económicos com maior expressão na economia global e, de acordo com as previsões mais credenciadas, deverá assumir-se como o sector que maior desenvolvimento irá ter nas próximas décadas. Este protagonismo, assim como os impactos económicos, sociais e culturais que irá provocar nas sociedades e nas regiões justificam plenamente a necessidade das universidades considerarem o ensino e a investigação do turismo como uma das suas prioridades em termos de criação e gestão do conhecimento. Esta preocupação faz tanto mais sentido quanto mais a universidade se reconhecer um dos *stakeholders* incontornáveis do sistema turístico.

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

Na Europa, o processo de Bolonha veio impor novas dinâmicas de funcionamento às universidades, e reforçar a necessidade de adopção dos processos de internacionalização. Toda a filosofia subjacente ao acordo de Bolonha, ao promover a dimensão europeia do ensino

superior, a mobilidade e a cooperação, aponta no sentido da abertura das organizações ao mundo exterior com o objectivo de tornar o Espaço Europeu de Ensino Superior mais competitivo e coeso. Neste sentido, a oferta de graus académicos desenvolvidos em regime de parceria, principalmente ao nível de mestrados e doutoramentos, a afinidade das linhas de investigação adoptadas e desenvolvidas, a selecção conjunta das temáticas, a definição dos métodos de aprendizagem e a eventual co-orientação de dissertações constituem já casos paradigmáticos de sucesso de inúmeras universidades europeias.

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

2. O ENSINO E A INVESTIGAÇÃO EM TURISMO

Uma abordagem à história da educação do Turismo evidencia, logo à partida, a inexistência de consenso quanto à sua genealogia. A datação é divergente, tanto quanto, aliás, a natureza e o conteúdo específico reconhecido ao Turismo nos cursos leccionados. Algumas fontes referem a sua emergência no contexto de funções desempenhadas na área da restauração e hotelaria, outras, que vêem a origem do saber em Turismo na formação dispensada a agentes de viagens; e outras, ainda, que argumentam a favor do crescente protagonismo que o Turismo foi alcançando no seio de disciplinas académicas já bem institucionalizadas, como a Geografia e a Economia.

Cooper *et al.* (2001) argumentam que ainda nas décadas de 70 e 80 do século XX, os cursos de Turismo não se encontravam bem definidos por ausência de um claro enquadramento académico e institucional, daí decorrendo inevitáveis inconsistências na coordenação e prestação de qualidade. Todavia, acrescentam, foi visível o esforço de investir num cada vez mais óbvio lugar académico do Turismo, pelo menos a três níveis: um, orientado sobretudo para a formação (mais do que educação) em áreas vocacionais de subsectores turísticos; outro, mais concebido como área de aplicação possível dos princípios de gestão e administração e, por fim, um último nível correspondente a uma vertente de pendor mais académico, que integra o Turismo como fenómeno social e humano de interesse para disciplinas academicamente já estabelecidas (Geografia, Sociologia, Linguística). A evolução tem-se feito, por conseguinte, numa lógica de reconhecimento da importância do Turismo no âmbito da educação superior.

Este reconhecimento tem vindo a ser apoiado, um pouco por todo o mundo, com uma oferta educativa

crescente a nível de graduação e pós-graduação, bem como pelo aparecimento continuado de recursos vários que constituem o suporte da investigação e da transmissão do saber, desde revistas de especialidade (*journals*) e livros didáticos, cujo número não pára de aumentar, a bases estatísticas do Turismo credíveis e institucionalizadas, a eventos de dimensão nacional e internacional que organizam a transmissão do conhecimento e simultaneamente dão corpo e robustecem uma comunidade científica em torno do Turismo, a associações profissionais dos diversos sectores turísticos, a redes de educação e investigação em Turismo.

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

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

A educação em Turismo tem sido construída nos moldes institucionais e pedagógicos das outras áreas disciplinares e a prática tem evidenciado a predominância de um modelo tradicional de ensino-aprendizagem, centrado na docência, na relação formal professor-aluno e na transmissão unilateral de saberes (do docente para o discente). A assumpção deste modelo de ensino superior transmite-se um pouco por toda a esfera de actuação da universidade, que formata os seus *curricula* à imagem e semelhança dos interesses das faculdades, departamentos e escolas (caso evidente de miopia de marketing), incorrendo no risco de não desenvolver sentido de missão e, como tal, não construir uma oferta adaptada às necessidades dos seus públicos, e logo à cabeça, dos alunos. Gradualmente, os sistemas foram consolidando práticas educativas e de

investigação cada vez mais à margem do real que, em primeira instância, lhes interessaria conhecer, desenvolver, transformar, com isso alargando o fosso entre teoria e prática, investigação e aplicação.

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

3. REPENSAR E INOVAR EM TERMOS DE OERTA ENSINO PÓS-GRADUADO

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

As universidades que estão imersas em destinos turísticos apresentam vantagens competitivas relativamente a outras que também se interessam por esta área do conhecimento mas que não dispõem de um laboratório social dinâmico, propício e receptível à experimentação e à investigação aplicada.

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

Uma boa parte da investigação aplicada desenvolvida ao longo deste meio século teve como preocupação fundamental a compreensão, a gestão e a monitorização do sistema turístico. Exemplos disso são os diversos estudos sobre as motivações e a experiência turística, marca e imagem dos destinos turísticos, segmentação, *targeting* e posicionamento,

satisfação, fidelização, qualidade de vida e bem-estar dos turistas, residentes e colaboradores, desempenho das empresas, impactos económicos, sociais e culturais, assim como outros trabalhos sobre tendências e cenários de desenvolvimento do turismo na região do Algarve.

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

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

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

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

Já é sabido que tais desafios resultam de um mundo globalizado nas suas relações económicas, políticas, tecnológicas e socioculturais, caracterizado por profundas mutações ambientais, as quais, inevitavelmente, irão

impactar nos padrões de mobilidade dos indivíduos, nas suas formas de satisfazer necessidades de sobrevivência, qualidade de vida e consumo. Prevê-se que o turismo continuará, cada vez mais, a marcar a vida das sociedades contemporâneas e a contínua acessibilidade dos destinos fará com que possa chegar a qualquer parte do mundo como actividade económica e eixo estratégico de desenvolvimento.

Do ponto de vista da oferta, a emergência de destinos que a todo o momento chegam ao mercado, sobretudo por efeito da integração das tecnologias de informação e comunicação nas cadeias de distribuição, criar – como, aliás, já se verifica na actualidade – as condições para que a concorrência se agudize, a excelência se torne vantagem competitiva e a colaboração, o instrumento do desenvolvimento. O que se passa a nível dos sistemas turísticos, passa-se e passar-se-á também a nível da oferta educativa superior.

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

4. O NOVO PROGRAMA DE DOUTORAMENTO EUROPEU EM TURISMO

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

Neste sentido, o projecto passou, logo de princípio, pela concepção e definição de um grupo de trabalho constituído por representantes de instituições de ensino superior que incorporam o Turismo como uma das suas áreas estratégicas de investigação e que, simultaneamente, representam diferentes e complementares proveniências no que toca a inserção em sistemas turísticos (destinos). As

sinergias decorrentes deste grupo de trabalho heterogéneo manifestaram-se em momentos de criatividade que permitiram pensar de forma clara em que sentido se deveria fazer a diferença. Assim, três ideias-chave constituíram-se como base do que viriam a ser os princípios distintivos do programa, objectivos e estrutura.

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

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

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

Estes princípios criaram as condições para a inovação no plano de uma concepção de abordagem à educação superior e investigação em turismo, que teria de ser pensada como integrada e integradora de metodologias e estratégias, de uma concepção de ensino/aprendizagem e filosofia pedagógica.

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

envolvimento num programa desta natureza.

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

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

5. CONCLUSÃO

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

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

REFERÊNCIAS

BURMASTER, E. *International Education Recommendations*, Wisconsin Department of Public Instruction, University of Wisconsin, 2005.

COOPER, C.; SHEPERD, R.; WESTLAKE, J. *Educando os Educadores em Turismo: Manual de Educação em Turismo e Hospitalidade*, São Paulo: Roca, 2001.

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

SILVA, J. A.; RODRIGUES P. M.; MENDES J.; PEREIRA L. N. "A Tourism Research Agenda for Portugal", *International Journal of Tourism Research*, 12, (1), 90-101, 2009.

URRY, J. *The Tourist Gaze*, London: Sage Publications, 1990.

Agradecimento

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

Recebido em 24 de outubro de 2013.

Aprovado, em sua versão final, em 20 de abril de 2014.

Texto convidado.