

## **Bem-vindos ao I Seminário de Doutorandos da ESGHT 2010!**

Neste livro vai encontrar os resumos das sessões paralelas e dos *posters* apresentados por ordem alfabética. Nas pastas encontra o programa do Seminário e um mapa do Campus.

Esperamos que este seminário seja uma oportunidade de partilha de experiências de investigação e que contribua para estabelecer contactos com outros investigadores.

Gostaríamos ainda de vos convidar a submeter os vossos artigos para eventual publicação em uma das duas revistas da ESGHT. Pode encontrar as normas para submissão de artigos quer na pasta quer nas respectivas páginas da Internet: *Dos Algarves* (<http://www.dosalgarves.com>) e *Encontros Científicos - Tourism Management Studies* (<http://www.tmstudies.net/>).

**Aproveite bem o dia!**

## **Welcome to the I Postgraduate Conference ESGHT 2010!**

In this booklet you will find the abstracts of the oral presentations and posters listed in alphabetical order. The day's programme can be found on a separate sheet in your welcome pack, along with a map of the Campus.

We hope this conference will enable you to share interdisciplinary and innovative postgraduate research and develop your networking opportunities by meeting other researchers.

We would like to invite all participants to submit written papers for eventual publication in one of our two academic journals. You will find the guidelines for submission in the welcome pack, or via the journal websites: *Dos Algarves* (<http://www.dosalgarves.com>) and *Encontros Científicos - Tourism Management Studies* (<http://www.tmstudies.net/>).

**Enjoy your stay in Faro!**

### **Comissão Organizadora / Organising Committee:**

Ana Isabel Renda  
Ana Paula Correia  
Cidália Carrusca  
Filipa Perdigão Ribeiro  
Idília Santos  
Joaquim Pinto Contreiras  
Kate Torkington  
Rita Baleiro  
Rosária Pereira

**Design Web / Website design:** Carlos Sousa (ESGHT)

### **Patrocínios / Sponsors:**

Universidade do Algarve – ESGHT  
Câmara Municipal de Loulé  
Câmara Municipal de Faro  
Delta

## SESSÕES PARALELAS

ALBINO, Sara

### **As Cidades Universitárias e o Turismo – Apresentação de uma Tipologia de Análise do Desenvolvimento Turístico nas Universidades**

Relacionar práticas de turismo com o mundo Universitário, remete-nos numa primeira fase para duas ideias subjacentes: às motivações turísticas e ao seu impacto nos espaços que as acolhem. A primeira reflexão diz respeito à ideia de ascensão de uma imagem de marca e de sacralização dos espaços (McCannell: 1999) e à e a segunda sobre a apropriação destas motivações exógenas, como mote de transformação e desenvolvimento espacial. Quando falamos de cidades Universitárias, entramos em áreas de influenciam que envolvem vários actores sociais com diversas motivações, faixas etárias e capacidades económica, cujas práticas de sociabilidade, de trabalho, turismo e lazer, moldam os espaços e as imagens que lhes são atribuídas.

Este estudo visa distinguir dois tipos de cidades universitárias viradas para o turismo, de acordo com as motivações dos indivíduos que as frequentam e as imagens que transmitem aos públicos externos, que as objectivam e transformam em lugares de experiências de consumo e de passagem. Vemos que as práticas de turismo educacional são impulsionadas pela atracção do produto de imagem e pela aura em torno de determinadas Universidades ou metrópoles que as acolhem. Encontram-se assim Universidades cuja imagem despoleta o turismo na cidade e cidades que despoletam o turismo nas Universidades (os públicos Universitários que estão deslocados do seu local de origem insere-se também nos públicos turísticos). Deste modo, algumas Universidades, nomeadamente as de grande notoriedade, situadas fora das metrópoles, como é o caso das Universidades de Coimbra e de Oxford, à semelhança das antigas cidades-estado tornam-se um meio de desenvolvimento endógeno para as regiões que as envolvem, havendo uma dicotomia entre a sua tradição local e a necessidade de abertura e de contacto com outras cidades. Encontramos também as cidades, que devido a razões que se prendem com uma imagem de dinamismo cosmopolita ou à aquisição de um papel central nas esferas geopolítica, económica e cultural, como é o caso da cidade de Londres e Barcelona se tornam locais de desenvolvimento exógeno para as suas instituições de ensino superior, dando origem a fenómenos de mobilidade turística entre os frequentadores das Universidades. Estas metrópoles que são também universitárias são cidades onde várias universidades competem entre si pelo espaço de influência que ocupam e pelas redes internacionais de mobilidade que alimentam e a que dão origem, como a Rede Universitária UNICA (Network of Universities from the capitals of Europe).

Pegando na dicotomia cidade/campo discutida por Carlos Fortuna (2002) e Immanuel Wallerstein (1982) sobre o êxodo rural, sobre culturas urbanas e espaços públicos, e sobre os espaços de intermediação nas cidades e inspirando-se no modelo de análise do turismo urbano proposto por Douglas Pearce (2001) este trabalho visa apresentar uma análise preliminar dos tipos de cidades universitárias mencionados, fazendo relações com os processos de construção de imagens de marca ligadas às universidades, com as motivações turísticas dos indivíduos em mobilidade que as frequentam e com as respostas de planeamento de espaços face ao crescimento de fluxos de mobilidade temporária advindos das Instituições do Ensino Superior.

Palavras-chave: turismo universitário; cidades universitárias; espaços de consumo e lazer; motivações turísticas.

BALEIRO, Rita

### Reading the Literary Text at University

The purpose of this presentation is to present my ongoing PhD investigation on literary reading. I have chosen to do a case-study and my population is a group of university students doing a Major in Literatures, Languages and Cultures – Portuguese and English Studies - at Universidade Nova de Lisboa, in Portugal. I will focus on the motivations for choosing this research topic, on the research questions, on the description of the act of literary reading and on the definition of literary reading literacy – a key concept of my investigation. At the end, I will present some of the preliminary findings of the research.

Keywords: literacy; literary reading literacy; university.

CARVALHO, Matilde Gonçalves

### O turismo português e os *sítios web*: uma abordagem linguística

A presente comunicação insere-se num projecto de pós-doutoramento a ser desenvolvido na Universidade Nova de Lisboa, no qual se propõe estudar como se constrói linguisticamente o conhecimento em *sítios Web* do turismo português.

O turismo é uma realidade social que desempenha um papel fundamental no desenvolvimento social e económico do país – a suscitar, sublinhe-se, uma abordagem multidisciplinar (Cunha, 2006). Por sua vez, o desenvolvimento exponencial dos meios de comunicação via Internet é indiscutível, na sociedade actual. Turismo e Internet, enquanto actividades sociais, parecem-nos eixos de grande relevância para o mundo de hoje e estamos em crer que uma abordagem linguística poderá contribuir de forma significativa para uma mais fina compreensão da forma como os textos produzidos dão (ou não) conta de finalidades ambicionadas, explícitas ou não – permitindo nomeadamente avançar na objectivação de boas práticas por parte dos profissionais envolvidos e no desenvolvimento da consciência crítica dos utentes.

Assim sendo, o principal objectivo desta comunicação é discutir qual o contributo que a linguística dos textos e dos discursos pode oferecer para um melhor conhecimento e desenvolvimento do turismo português.

De acordo com o quadro teórico em que nos baseamos (Interacionismo Socio-discursivo - Bronckart 1997, 2008 e Semântica textual – Rastier, 2001), proceder-se-á a uma abordagem descendente das práticas de linguagem, em que o global determina o local. Assim sendo, partindo da caracterização da actividade (geral) do turismo (Cunha 2006, Milheiro 2009) e das acções específicas correspondentes aos textos a analisar, propomo-nos verificar como essas condicionantes se reflectem em termos linguísticos e discursivos nos *sítios Web* pertencendo a dois tipos de instituições no âmbito do turismo – umas de ordem pública, que se preocupam sobretudo com a gestão e o planeamento, outras de ordem privada, que tentam atrair os turistas através do produto proposto.

CHEN, Jason L.

### Developing SEM-Based Tourist Satisfaction Index: Partial Least Squares versus the Bayesian Method

Assessments on customer satisfaction have received considerable attention. A number of national and industrial customer satisfaction indices (CSIs) have been built over the last two

decades (e.g., Chan et al., 2003; Eklöf, 2000; Fornell, 1992; Fornell, Johnson, Anderson, Cha, & Bryant, 1996). Yet the research on tourist satisfaction index (TSI) is at the initial stage (Song, Li, van der Veen, & Chen, 2009). In general, the theoretical frameworks and estimation methods of both CSIs and TSIs are derived from the American Customer Satisfaction Index (ACSI), which is based on a structural equation model (SEM) with the estimation method of partial least squares (PLS). However, it has been found that estimates of PLS are biased (Bagozzi, 1994; Cassel, Hackl, & Westlund, 2000). To overcome the weaknesses of traditional SEM estimation methods, the Bayesian approach was recently introduced (Lee, 2007). As a robust method, it can be used to estimate the SEM-based TSI. However, to what extent the Bayesian approach is superior to the PLS estimation is still unknown.

For the purpose of comparing the PLS with the Bayesian estimates in terms of the asymptotic unbiasedness, a simulation study is conducted. Given the main objective, this study employs a simplified framework with inclusion of three constructs: perceived performance, perceived value, and tourist satisfaction. The estimates that based on the generated data set are regarded as the true parameters. Both the Bayesian and PLS solutions are produced in 30 replications with different sample sizes increasing from 50 to 1500. In each replication, 100 sub-samples are randomly drawn from the whole data set. The mean of simulated estimates are then compared with the true parameters by calculating the distance between them. The results show that the Bayesian approach is preferable than PLS when developing the SEM-based TSI.

**Keywords:** tourist satisfaction index; structural equation modelling; partial least squares; Bayesian method

- Bagozzi, R. P. (1994). Structural equation models in marketing research: Basic principles. In R. P. Bagozzi (Ed.), *Principles of marketing research* (pp. 317-385). Oxford: Blackwell.
- Cassel, C. M., Hackl, P., & Westlund, A. H. (2000). On measurement of intangible assets: A study of robustness of partial least squares. *Total Quality Management & Business Excellence*, 11(7), 897 - 907.
- Chan, L. K., Hui, Y. V., Lo, H. P., Tse, S. K., Tso, G. K., & Wu, M. L. (2003). Consumer satisfaction index: New practice and findings. *European Journal of Marketing*, 37(5/6), 872-909.
- Eklöf, J. A. (2000). *European customer satisfaction index pan-European telecommunication sector report based on the pilot studies 1999*. Stockholm, Sweden: European Organization for Quality and European Foundation for Quality Management.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- Lee, S. Y. (2007). *Structural equation modeling: A Bayesian approach*. Chichester, West Sussex: Wiley.
- Song, H., Li, G., van der Veen, R., & Chen, J. L. (2009). Assessing mainland Chinese tourists' satisfaction with Hong Kong using the Tourist Satisfaction Index. In A. Fyall, M. Kozak, L. Andreu, J. Gnoth, & S. S. Lebe (Eds.), *Marketing Innovations for Sustainable Destinations*. Oxford: Goodfellow Publishing.

**COKE, Elisa**

### **Modelação da Escolha do Consumidor: Revisão da Literatura**

Com a expansão geográfica dos centros comerciais, os retalhistas precisam de informação que lhes permita responder à turbulência do ambiente competitivo e sustentar estratégias adequadas à inclusão do respectivo ponto de venda no conjunto de escolha do consumidor, designadamente no seu conjunto de evocação. Também os poderes públicos e privados estão interessados em tomar decisões que possibilitem colmatar deficiências de planeamento e obstar à erosão patente no comércio de alguns centros urbanos.

Neste pressuposto assenta a relevância do presente estudo, cuja investigação empírica utilizará a metodologia de modelação da escolha do consumidor com vista ao desenvolvimento de uma ferramenta explicativa e de previsão de comportamento que facilitará, por um lado, a

identificação de (des)vantagens competitivas dos retalhistas e, por outro, a adopção de estratégias de gestão de áreas comerciais destinadas a atrair a procura.

A revisão da literatura permitiu conhecer diversos modelos de escolha, desde os que enfatizam a localização e a dimensão do ponto de venda, aos que propõem funções de utilidade e defendem a inclusão de variáveis associadas à imagem da área comercial e às características sociodemográficas e psicográficas do consumidor.

Procedeu-se à caracterização da evolução da oferta, com referência às mutações que a mesma tem patenteado nas últimas décadas e aos atributos que constituem a imagem da loja e da área comercial retalhista. Seguiu-se a evolução do comportamento de compra do consumidor, com identificação de diferentes tipologias e das diversas alterações ocorridas no domínio demográfico, cultural, social e económico, com reflexos nos padrões individuais e familiares de consumo.

Pretende-se utilizar o modelo de regressão logística e, para tal, proceder-se-á à especificação do conjunto de escolha e à definição da metodologia de recolha de dados primários, de estimação e validação do modelo, à eleição das variáveis explicativas a incluir, respectivo tipo, quantificação e período a que respeitam.

Palavras-chave: centro comercial; modelação da escolha; regressão logística.

CONTREIRAS, Joaquim

### **Adaptação e aplicação de um *Scorecard* Ético a Grupos Hoteleiros a operar no Algarve. Metodologia da análise qualitativa e apresentação de resultados**

Nesta comunicação iremos apresentar a metodologia qualitativa utilizada na realização da tese de doutoramento intitulada “Gestão pela cultura ética e de responsabilidade social nas organizações hoteleiras de 4 e 5 estrelas no Algarve como factores de atracção de candidatos de elevado potencial” que está a ser desenvolvida no âmbito do Doutoramento em Gestão ministrado pela Universidade de Évora.

Neste estudo para além da dimensão da Responsabilidade Social das Organizações (RSO) e variáveis associadas a analisar junto das empresas hoteleiras focaremos igualmente a nossa atenção nos Candidatos de Elevado Potencial (CEP), que identificamos junto dos finalistas de cursos na área da hotelaria e do turismo e de activos em formação contínua em Escolas Técnicas e de Ensino Superior. Procuramos através da realização de entrevistas semi-estruturadas com base num guião, recolher informação junto de administradores e outros responsáveis por Grupos Hoteleiros (GH) a operar no Algarve. Pretendemos que essas informações nos permitam preencher um *Scorecard Ético* (SE) concebido por Spiller (2000) e por nós adaptado, de forma a classificar cada um dos GH participantes neste estudo. Este SE irá posicionar as práticas de cada uma destas organizações, em termos dos interesses dos seis grandes Grupos de Interesse (GI) identificados por Spiller (2000). Seguimos, portanto, a ideia de que a Cultura Ética (CE) e a RSO não devem surgir dissociadas das estratégias de desenvolvimento organizacional a médio e longo prazo, mas para tal, será importante clarificar até que ponto a CE e a adopção de estratégias de RSO são uma mais-valia na imagem e reputação destas organizações e, principalmente, na capacidade de atraírem CEP.

Ou, se por outro lado, a reputação associada à CE e à RSO conhecidas não influenciam as escolhas dos CEP, mas antes questões como a proximidade do possível local de trabalho do seu local de residência, a localização geográfica das organizações hoteleiras em regiões com tradição na actividade hoteleira e com acesso a equipamentos sociais, culturais, educativos e de saúde com qualidade, a possibilidade de rápida progressão na carreira, a estabilidade profissional, o salário inicial oferecido e outras regalias de ordem financeira a auferir.

Palavras-chave: Responsabilidade Social das Organizações (RSO); Candidatos de Elevado Potencial (CEP); *Scorecard* Ético (SE); Livro Verde (LV); Grupos de Interesse (GI).

### DIALANG – Definição do Nível das Competências Linguísticas: Percepções e Nível de Inglês dos Alunos do 1º Ano da Licenciatura em Turismo

Este estudo tem como objectivo aferir o nível de domínio linguístico da língua inglesa de vinte e dois alunos que frequentam a disciplina de Inglês I para Turismo do 1º ano da Licenciatura em Turismo da ESGHT/UAlg. O estudo visa, por um lado, a consciencialização, por parte dos alunos, dos seus conhecimentos reais e, por outro lado, fornecer ao professor um ponto de referência em relação às áreas/competências que devem ser substancialmente reforçadas (Alderson, 2005). Um aspecto crucial é ainda a implicação e participação do aluno nesta aferição/diagnóstico.

O estudo surge na sequência da crescente heterogeneidade dos conhecimentos e competências dos alunos, tornando cada vez mais problemática a gestão do programa e das turmas, uma vez que o professor se vê confrontado com alunos com necessidades e processos de aprendizagem muito díspares. Este factor origina a desmotivação quer dos alunos que não conseguem acompanhar o ritmo da turma quer, no extremo oposto, dos que acabam por ser forçados a repetir conteúdos (Bell, 1991).

Através da revisão da literatura pretendemos destacar a relevância i) da aferição/diagnóstico de competências (Alderson, 2005), ii) da motivação para o sucesso na aprendizagem de língua estrangeira (Gardner, 1991) e iii) do desenvolvimento do trabalho autónomo (Dickinson, 1994).

Assim, seleccionámos o sistema de avaliação da língua DIALANG como ferramenta de diagnóstico do nível das competências linguísticas destes alunos. O DIALANG é um software de acesso livre na *Internet* que permite aferir os níveis de compreensão oral, compreensão escrita, expressão escrita, vocabulário e estruturas em 14 línguas europeias. Neste estudo descreve-se de forma breve o sistema DIALANG, a metodologia de aplicação seguida e alguns dos resultados obtidos. Resultados preliminares permitem indicar claramente os pontos fortes e fracos dos utilizadores relativamente à língua e, simultaneamente, oferecem um instrumento válido e fiável para os aconselhar (Alderson, 2005) e motivar (Warschauer, 1996) quanto à forma de melhorar essas competências linguísticas.

Palavras-chave: ensino língua inglesa; competências linguísticas; diagnóstico; motivação; autonomia.

- Alderson, J. (2005). *Diagnosing foreign language proficiency: the interface between learning and assessment*. New York: Continuum.
- Bell, J. (1991). *Teaching multilevel classes in ESL*. San Diego, CA: Dominic Press.
- Conttia, L.M.W. (2007). *The Influence of Learner Motivation on Developing Autonomous Learning in an English-for-Specific-Purposes Course*. Tese de Mestrado, University of Hong Kong, Hong Kong, <[http://www.asian-efl-journal.com/thesis\\_lai\\_conttia.pdf](http://www.asian-efl-journal.com/thesis_lai_conttia.pdf)> consultado em 20/02/2010.
- Dickinson, Leslie (1994). Learner autonomy: what, why and how?. In V. J. Leffa (Ed.), *Autonomy in Language Learning* (pp. 2-12) Porto Alegre: Editora da Universidade.
- Gardner, R.C. (1991). Attitudes and motivation in second language learning. In Allan. G. Reynolds (Ed.), *Bilingualism, Multiculturalism, and Second Language Learning* (pp. 43-63). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Gardner, R.C. (2001). Language Learning Motivation: The Student, the Teacher and the Researcher. *Texas Papers in Foreign Language Education*, 6, 1-18.
- Hussin, S., Maarof, N., & D'Cruz, J. V. (May 2000). *Sustaining an interest in learning english and increasing the motivation to learn English: An enrichment program*, *The Internet TESL Journal*, vol. vii, no. 5, May 2001, <<http://iteslj.org/Techniques/Hussin-Motivation/>> consultado em 20/02/2010.
- Warschauer, M. (1996). Motivational aspects of using computers for writing and communication. In M. Warschauer (Ed.), *Telecollaboration in Foreign Language Learning* (pp. 29-48). Honolulu: University of Hawaii Press.

EURICO, Sofia

### **Cursos superiores em Turismo e a estrutura profissional do sector**

A formação na área científica do Turismo e a sua concepção do ponto de vista da qualificação dos seus recursos humanos são tópicos carentes de conhecimento científico no âmbito da educação e formação em Turismo, pelo que o presente estudo intenta uma reflexão sobre a realidade educativa do Turismo ao nível do Ensino Superior Português, tendo como público-alvo profissionais licenciados. A experiência académica e a profissional concedem aos diplomados uma condição privilegiada quando comparados com os demais agentes que integram o sistema educativo. É assim de pesar o seu parecer e proceder à análise da informação fornecida como instrumento indispensável para uma abordagem integrada do ensino do turismo e para um delinear de estratégias que intentam o desenvolvimento do sector turístico, enquanto actividade que utiliza intensivamente o capital humano.

Neste sentido, um modelo de equações estruturais será proposto e, alicerçado em hipóteses muito específicas, cuidará de avaliar o grau de satisfação dos diplomados em Turismo em relação aos serviços prestados pelas instituições de ensino superior com cursos na área curricular do turismo, identificando os factores e respectivas relações que os satisfazem e que podem conduzir à sua fidelização. O principal objectivo da pesquisa prende-se com uma abordagem do Turismo do ponto de vista da qualificação superior dos seus recursos humanos e, no panorama actual do ensino superior em turismo, um estudo desta natureza impõe-se pela pressão sentida ao nível da procura de um ensino de excelência, pela competitividade de mercado que endurece a disputa entre as diferentes instituições, pela expansão do período educativo até e durante a vida profissional do indivíduo, pela concretização do processo de Bolonha e pela exigência imposta aos profissionais deste sector.

Palavras-chave: recursos humanos; turismo; ensino superior.

FARIA, Ana Rita

### **Os sistemas de contabilidade de gestão no sector hoteleiro: o caso do Algarve**

Para gerirem eficazmente as empresas, os gestores necessitam da informação proveniente dos sistemas de contabilidade de gestão (SCG). O objectivo desta investigação é caracterizar os SCG no sector hoteleiro e verificar se variáveis contingenciais (*e.g.*, dimensão da organização, tipo de gestão, estrutura de custos, tecnologia de informação, intensidade da concorrência, estratégia organizacional) influenciam a utilização de diferentes SCG. Adicionalmente pretende-se determinar o grau de adopção do *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry* – o plano de contabilidade desenvolvido em 1926 nos EUA especificamente para o sector. A investigação recorre à teoria da contingência, que se baseia na premissa de que não existe um único SCG que possa ser genericamente aplicável a todas as organizações e em qualquer circunstância. Este estudo encontra justificação na escassez de investigação sobre os SCG no sector dos serviços e, em particular, nos hotéis. Embora nos últimos anos tenham surgido a nível internacional alguns estudos sobre contabilidade de gestão nos hotéis em áreas como contabilidade de custos, orçamentação, avaliação do desempenho, apoio à tomada de decisão e contabilidade de gestão estratégica, apenas um número reduzido investiga a utilização conjunta de diversas técnicas. Também só recentemente se analisaram os efeitos de determinadas variáveis contextuais nos SCG hoteleiros. Nesta investigação recolheram-se dados através de entrevistas pessoais aplicando questionários estruturados a uma amostra de 60 hotéis de quatro e cinco estrelas a operar no Algarve. Os resultados preliminares

revelam uma elevada taxa de adopção do *USALI* e de técnicas de contabilidade de gestão tradicionais, como é o caso dos orçamentos (com reduzido uso da orçamentação de base zero e flexível), e uma reduzida ou nula adopção de técnicas contemporâneas tais como o Custeio Baseado nas Actividades (ABC), análises de rendibilidade de clientes, *Balanced Scorecard* e outras técnicas de contabilidade de gestão estratégica.

HENG, Sónia

### Aquisição de morfologia de concordância verbal em L2-Português por aprendente adulto de L1-Chinês

A investigação sobre a aquisição da concordância sujeito-verbo tem alertado a atenção dos muitos investigadores. A partir das últimas décadas o interesse de investigação científica por este tema tem crescido. Todavia, poucas investigações foram feitas em relação à aquisição deste aspecto em Português como L2 por aprendente L1-Chinês. Este trabalho pretende comentar alguns achados de um estudo preliminar sobre a concordância sujeito-verbo no Português Europeu (PE) como L2 por um grupo de estudantes universitários de L1-Chinês.

Em termos gerais, a concordância verbal dá-se com o sujeito, realizado ou oculto, nas desinências de número e pessoa que a forma verbal recebe. O paradigma verbal em Português (PE) é rico, tendo desinência flexionada em *pessoa* e *número* morfo-fonologicamente realizada. Em contrapartida, o Chinês é uma língua que não tem nenhuma flexão verbal morfo-fonologicamente realizada. A expressão de *pessoa* e *número* compreende-se através duma interpretação semântica contextualizada.

Neste trabalho, contemplamos a P1 (1ª pessoa singular), a P4 (1ª pessoa plural) e a P6 (3ª pessoa plural), partindo da pressuposição da forma P3 (3ª pessoa singular) como *default* que é proposta em muitos estudos feitos. A variante padrão (1a, 2a e 3a) e a não padrão (1b, 2b e 3b) do paradigma verbal em Português observam-se nas seguintes frases para P1, P4 e P6 respectivamente:

- (1) a. Eu *gosto* de filme de acção. !228LLo  
b. ... e quando eu *ajuda-o* a cozinhar, ... !220Car
- (2) a. nós *chamamos* esta composição de tema. !64Henr  
b. porque na China nós quando *era* muito ... !239Car
- (3) a. as praias ...sim...as praias em Algarve *são* lindíssimas. !152Est  
b. Uma vez, eles *pediu-me* para os levar a minha associação de karaté. !112Est

O corpus de dados de pesquisa foi constituído por produções orais em contexto de entrevista realizadas no período de Dezembro de 2009 a Janeiro de 2010. Foram examinadas 2552 ocorrências verbais, entre as quais 877 da forma P1, 122 da P4 e 399 da P6. Os 10 informantes, em dois géneros (5 masculino e 5 feminino) e de dois tipos de escolaridade secundária (chinesa e luso-chinesa), são estudantes universitários do 3º ano em estudos portugueses, tendo aproximadamente 1600 horas de aulas da língua alvo (Português) na altura em que as entrevistas foram feitas. As ocorrências observadas foram codificadas para seis variáveis independentes, e subsequentemente submetidas a uma análise quantitativa por meio de pacote estatístico VARBRUL. As variáveis independentes avaliadas são as seguintes:

Variáveis independentes avaliadas
(1) saliência fónica
(2) tipos de verbo
(3) tipos de oração
(4) realização, posição e distância do sujeito
(5) características semânticas do sujeito
(6) tempo de investimento em estudo



Considerações finais serão dadas aos resultados obtidos das rodadas que foram feitas no âmbito do VARBRUL. Tentamos identificar os contextos linguísticos e extra-linguísticos que favorecem ou desfavorecem o uso de flexão verbal.

- BRUHN DE GARAVITO, J. 'Tense morphology in the acquisition of Spanish.' Paper presented at the 5th Conference on the Acquisition of Spanish and Portuguese, University of Iowa, October 18-20, 2002.
- BRUHN DE GARAVITO, J. L2 disassociation between morphology and syntax: A problem of mapping or a deficit? Paper presented at GASLA 6 (Generative Approaches to Second Language Acquisition), The University of Ottawa, April 25-28, 2002.
- EMMERICH, C. A língua de Contato no Alto Xingu. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Tese de Doutorado, 1984.
- GUY, G..R. e ZILLES A. *Sociolinguística Quantitativa – Instrumental de Análise*. Paráblo Editorial, São Paulo, 2007.
- HAWKINS, R. e CHAN C. The partial availability of Universal Grammar in second language acquisition: the 'failed functional features hypothesis'. *Second Language Research* 13, pp 187-226, 1997
- LEUNG, I. Failed Features versus Full Transfer Full Access in the Acquisition of a Third Language: Evidence from Tense and Agreement. In *Proceedings of the 6<sup>th</sup> Generative Approaches to Second Language Acquisition Conference (GASLA 2002)*, (ed.) Juana M. Liceras et al., 199-207 Somerville, MA: Cascadilla Proceedings Project, 2003
- LI, D e CHENG, M. *A Practical Chinese Grammar For Foreigners*. SINOLINGUA Beijing, 1998.
- PRÉVOST, P. e WHITE, L. Accounting for morphological variation in second language acquisition: truncation or missing inflections? In Friedemann, M.A. & Rizzi, L., (eds), *The acquisition of syntax*. London: Longman, pp. 202-35, 1999.
- PRÉVOST, P. e WHITE, L. "Missing surface inflection or impairment? Evidence from tense and agreement". *Second Language Research* 16, 103-133, 2000
- QUEVEDO SGARBI, N. A variação da concordância verbal entre os falantes do Mato Grosso do Sul: Universidade Estadual Paulista, Tese de Doutorado, 2006.
- RUBIO, C. Por uma definição da variante estigmatizada na concordância verbal no interior paulista: a atuação da variável *gênero/sexo*. *Estudos Linguísticos XXXVI(2)*, Maio-Agosto, 2007. pp. 380-388, 2007
- SANTOS, O. Concordância Verbal em Vitória da Conquista: Visão de Conjunto dos Factores Linguísticos. Em *Pesquisa em Estudos da Linguagem IV*. Edições Uesb: Vitória da Conquista, pp. 211-226, 2007.
- SILVA, J. Concordância Verbal de Terceira Pessoa do Plural no Português Popular do Brasil: Um Panorama Sociolinguístico de Três Comunidades do Interior do Estado da Bahia. 2005. <http://www.bibliotecadigital.ulfa.br>.
- SILVA BRUSTOLIN, A. Itinerário do uso e variação de *nós* e *a gente* em textos escritos e orais de alunos do Ensino Fundamental da Rede Pública de Florianópolis, Tese de Mestrado, 2009.

LAWTON, Rachele

### Language Policy and Ideology in the United States: A Critical Analysis of the English Only Movement

"English Only" refers to a political movement concerned with the status of English in the United States. Since its inception in the early 1980s, English Only has argued for the protection of English, largely in response to increased immigration from the Spanish-speaking world, and has perpetuated the fallacy that today's immigrants refuse to assimilate and learn English. At face value English Only rhetoric may appear to be linguistic nationalism, but the real motivation of the movement is discrimination and disenfranchisement (Crawford, 2008). The main aims of English Only are to give English official status, dismantle or severely restrict bilingual education and eliminate a range of multilingual services provided for non-English speaking residents.

Accordingly, May (2001) suggests the need for a closer analysis of the English Only Movement, which he categorizes and explains through the following four statements: its arguments are characterized by historical inaccuracy about the role of English and other languages in the

United States; it misrepresents Bilingual Education; its rhetoric is nativist and uses language to maintain racialized distinctions, and it assumes that speaking English is a unifying force while multilingualism is destructive of national unity.

I analyze English Only discourse by drawing broadly on the Discourse Historical Approach (Reisigl & Wodak, 2001, Reisigl & Wodak, 2009) to Critical Discourse Analysis (CDA). Applying Wodak's (2006) methodology for the analysis of language policies in particular, I examine documents that propose and implement policies as well as attitudes towards such policies and related issues. I include for analysis a variety of public texts, such as legislation, political speeches, and surveys in addition to questionnaire data on attitudes towards the issues encompassed by English Only. Findings include how the ideologies manifested in the public texts are recontextualized in the attitudes of questionnaire respondents.

Keywords: ideology; language policy; the United States; English; immigration.

Crawford, J. (2008) Advocating for English Language Learners. Clevedon: Multilingual Matters.

May, S. (2001) Language and Minority Rights: Ethnicity, Nationalism and the Politics of Language. Harlow, England: Longman.

Reisigl, M. and Wodak, R. (2009) "The Discourse Historical Approach (DHA)". In Wodak, R. and Meyer, M. Eds. (2009) Methods of Critical Discourse Analysis. 2<sup>nd</sup> Edition. Los Angeles: Sage.

Wodak, R. (2006) "Linguistic Analyses in Language Policies." In Ricento, T. An Introduction to Language Policy: Theory and Method. Malden, Massachusetts: Blackwell.

**LINARES**, Remedios H.  
**MARTINEZ**, Ascensión B.  
**PALÁCIOS**, Tomás B.

### **Gestión financiera de un negocio: el particular caso de la empresa familiar**

A pesar de que los negocios familiares han sido la columna vertebral de la actividad económica desde épocas y civilizaciones antiguas, comenzaron a recibir la atención que merecían hace sólo unas décadas. Desde entonces son numerosos los estudios que han demostrado que las empresas familiares poseen características singulares derivadas de la confluencia de los sistemas empresa y familia. Y entre ellas se encuentra su particular actitud en relación a las estrategias de financiación (López-Gracia y Sánchez-Andújar, 2007), tal y como confirma la cada vez más relevante investigación sobre los asuntos financieros de los negocios de esta tipología. Así, puede decirse que la concentración de la propiedad de este tipo de negocios permite eliminar costes de agencia, que su motivación por transmitir un legado a los descendientes hace que sus balances y cuentas de pérdidas y ganancias no reflejen la necesidad de ofrecer una imagen adecuada frente a terceros, que su horizonte de inversión a largo plazo favorezca la asunción de riesgos por parte de los inversores (Zellweger, 2005), y que esta misma visión a largo plazo constituya una importante restricción financiera, especialmente si el patrimonio familiar se encuentra comprometido en la empresa (Galve y Salas, 2003). Además, tras la investigación empírica realizada (basada en la aplicación de dos cuestionarios, uno telefónico y otro personal, y de un estudio Delphi) podemos extraer conclusiones como la elevada concentración de la propiedad de las empresas familiares extremeñas, o el hecho de que la mayoría de nuestros informantes manifieste no considerar recomendable utilizar los recursos financieros de la familia para las necesidades particulares de la empresa y viceversa.

Palabras-clave: gestión financiera; empresa familiar; solapamiento de roles; propiedad.

- Cromie, S.; Stephenson, B.; Monteith, D. (1995); "The management of family firms: An empirical investigation", *Family Business Review*, 13 (4), 11-34.
- Donckels, R. y Fröhlich, E. (1991): "Are Family Business really different? European Experience from STRATOS", *Family Business Review*, 4 (2), 149-160.
- Galve, C.; Salas, V. (2003): "La empresa familiar en España. Fundamentos económicos y resultados", Fundación BBVA, Bilbao.
- López-Gracia, J.; Sánchez-Andújar, S. (2007): "Financial structure of the family business: evidence from a group of small Spanish firms", *Family Business Review*, 20 (4), 269-287.
- Wu, Z.; Chua, J. H.; Chrisman, J. J. (2007): "Effects of family ownership and management on small business equity financing", *Journal of Business Venturing*, 22, 875-895.
- Zellweger, T. (2007): "Time horizon, cost of equity capital, and generic investment strategies of firms", *Family Business Review*, 20 (1), 1-15.

**LOPES, Paula**

### **Literacia: Uma condição básica de cidadania Conceptualização teórica e investigação empírica (nacional/internacional)**

O conceito de LITERACIA, introduzido no jargão das ciências sociais e humanas nos anos (19)70, traduz a "habilidade de compreender matérias, ler criticamente, usar materiais complexos e aprender por si mesmo" (Lyman, 1979). A este novo tipo de alfabetismo, 'funcional' porque centrado no uso de competências, de "saberes em uso", corresponde, como reverso negativo, um novo tipo de analfabetismo, de incapacidade em processar informação, que afecta grande parte da população mundial, apesar do progressivo aumento da certificação e qualificação escolar das populações. Não existe uma relação simples e absoluta entre 'perfis de literacia' e 'níveis de instrução' de uma população. Os estudos têm mostrado níveis surpreendentemente elevados de iliteracia em populações mais ou menos escolarizadas como a norte-americana, a canadiana, a francesa ou a portuguesa. O conceito é amplo, transversal, e remete, enquanto condição básica, para outros como reflexividade, espírito crítico, cidadania, participação pública (na pólis), envolvimento cívico. O desenvolvimento de competências de literacia reflecte-se na individuação mas também na socialização dos sujeitos, na capacidade de se (auto)pensarem mas também na capacidade de pensarem (e agirem sobre/no) o social. Um Estado que não aposte no desenvolvimento de competências de literacia – a todos os níveis, incluindo, a literacia mediática e a literacia digital – é um Estado potencialmente condenado ao colapso (no sentido dado por Habermas), condenado à subalternização a outros estados, numa sociedade marcada pela globalização e pela transnacionalização. A nível individual, a posse (ou não) de competências de literacia é factor de inclusão/exclusão social, potenciadora de diferenciação e desigualdade sociais. Estudar as competências reais de literacia das populações tem-se tornado, nas últimas décadas, uma preocupação crescente a nível internacional. Em Portugal, o primeiro (e até agora único) grande Estudo Nacional de Literacia foi desenvolvido por um grupo de investigadores liderado por Ana Benavente.

Palavras-chave: literacia; cidadania; sociedade da informação; exclusão social; estudos sobre literacia

**MARTINEZ, Ascensión B.  
LINARES, Cristina B.  
PALACIOS, Tomás B.**

### **La Impotencia de la Formación en las Empresas Familiares**

El mundo en el que nos encontramos es cada vez más competitivo y exigente, siendo necesario tener un nivel de formación adecuado para poder sobrevivir y diferenciarse. Dado que la formación es uno de los pilares esenciales de las actuales políticas de recursos humanos, en este

trabajo enfocamos la formación de los recursos humanos en las empresas familiares, y más concretamente la de los familiares que participan o participarán en el negocio familiar, ya que esta variable es muy importante en los procesos sucesorios y en la continuidad de dichas empresas (Fuentes, 2007). Existe una serie de factores que influye en el nivel de formación que las organizaciones dan a sus empleados y que son comunes para cualquier tipo de figura empresarial, como puede ser el tamaño de las empresas, el compromiso de la alta dirección con las prácticas de recursos humanos, el nivel de internacionalización, etc. (Whitfield, 2000; Frazis *et al*, 1995; Denis y Depelteau, 1985); sin embargo, en las empresas familiares aparecen algunos factores específicos debido a las peculiaridades que las definen, entre los que destaca el diseño de planes de formación comunes o diferenciados para los miembros de las mismas (empleados familiares o empleados no familiares). El estudio empírico de este trabajo se centró en la formación de las empresas familiares extremeñas. Para obtener los datos se realizaron entrevistas personales a propietarios de empresas familiares. Los resultados arrojaron que la mayoría de las empresas entrevistadas no disponían de un plan de formación específico para los trabajadores familiares, a pesar de ser muy recomendable para la buena marcha del negocio. Sin embargo, sí que consideran muy importante tener planes de formación, sin hacer distinción entre trabajadores familiares y no familiares. Los resultados del estudio son muy similares a los de la media nacional.

Palabras-clave: empresa familiar; formación; recursos humanos.

- Denis, J.E.; Depelteau, D. (1985): Market knowledge, diversification and export expansion, *Journal of International Business Studies*, 16 (3), 77-89.
- Frazis, H.; Herz, D.; Horrigan, M. (1995): "Employer – provided training: results from a new survey". *Monthly Labor Review*, vol. 118, nº 5, 3-17.
- Fuentes, J. (2007): *De padres a hijos. El proceso de sucesión en la empresa familiar*, Editorial Pirámide, Madrid.
- Whitfield, K. (2000): "High performance workplaces, training and the distribution of skills", *Industrial Relations*, 39 (1), 1-25.
- Ordiz, M. (2002): "Prácticas de alto rendimiento en recursos humanos: concepto y factores que motivan su adopción", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 12, 247-266.

**MARTINS, Ana Isabel**

### **Banks in Portugal: Service producers or financial intermediaries?**

Financial and monetary intermediation is always been the core competencies of banks. However, to balance for the significant reduction in bank intermediation margins in recent years, institutions have promoted the increase of its charges, increasing the supply of banking services and developing cross-selling techniques. Furthermore, it was necessary to adopt policies to contain operating costs, through a rigorous rationalization of production factors and re-engineering resources, giving priority to increase efficiency.

This study applies Data Envelopment Analysis (DEA) methodology to the data of the 37 major banks operating in Portugal in 2007, according to the approaches of production and intermediation, in order to identify best practices and the main causes of inefficiency, through the analysis of technical efficiency levels and economies of scale present in the production process. The main contribution of this study is the incorporation of new variables in the models that reflect, besides profitability, value creation and opportunity cost to shareholders. The efficiency is analyzed using a global perspective that includes all the banks, assuming that all have access to the same technology. Subsequent analysis is made to the efficiency by groups based on homogeneity and risk factors, estimated separate frontiers, analyzed the inefficiencies intra-groups and the differences among groups.

The results show a tendency for banks to focus on certain skills. While banks BAI, BPI, CGD, BEST, DB, Barclays and BPI Bank are, more often, considered the reference bank to their peers (peer group) in the Production Model, banks BST, BCPI, BII, BESI, BBVA and Banco Mais recorded more frequently in the Intermediation Model. Overall, the average efficiency levels are low and significant waste of resources and inefficiencies of scale were registered.

Keywords: Data Envelopment Analysis; efficiency models; banking efficiency.

**MARTINS, Paula**

### **Third Sector Arts and Culture Organisations and Tourism Destinations**

The idea of a distinct third sector with a theoretical basis began to emerge in the 1970s. Since then, a considerable amount of scientific literature has been developed with major contributions from disciplines such as economics, management, political science and sociology. There are several reasons for this sector institutional invisibility until almost the last decade of the twentieth century, like the lack of a rigorous conceptual features definition that the different types of organisations share and the absence of a regular gathering data system. However several aspects contributed to its recent increasing importance and visibility over the last years within public policy, with analysts, academics and the media, such as its economic significance in terms of employment, the expansion of universities and departments related to social science research and its community building role.

The denomination “third sector” derives from where it stemmed within the institutional structure of western societies, composed by three sectors: the public sector (the state), the private sector (business firms) and the third sector (community and voluntary organisations). The third sector organisations are often seen as a part of civil society, born within it, largely community driven initiatives, reflecting the citizens’ interests and, by consequence, with a closer relation to the civil society.

The focus of this paper is the analysis of third sector arts and culture organisations (TSACO) in relation to opportunities and barriers within the context of tourism planning and development. This study is part of a PhD research project on the “Tourism and the Third Sector in Arts and Culture – the case study of the Algarve region”. These organisations tend to perform a unique role in terms of place uniqueness as keepers and nurtures of the regions’ identity and traditions, often supplementing state and private sectors in the intervention on the cultural area in traditional sun and sea destinations. Part of their work is highly valuable for the tourism sector, if we keep in mind the principles of a sustainable tourism approach.

The literature review identifies a group of characteristics and roles played by the third sector that can be understood as an added and distinctive value in the context of the challenges of contemporary societies, creating new opportunities for TSACO and Tourism sector collaboration. However, there seems to be a lack of theoretical and empirical research demonstrating a solid link between TSACO and tourism. Furthermore, we know very little about these organisations, their role (s), size, structure, management practices, main challenges faced, how they are trying to adjust to the future and, in particular, its interface with tourism.

The present research focuses on the TSACO leaders’ perspective regarding the tourism industry. The study is based on a qualitative approach using semi-structured interviews with leaders from the third sector organisations. The snowball sampling technique was used. On this exploratory research the qualitative approach was chosen since there is little present knowledge of the field both theoretically and empirically. The case study approach has been assessed as the most appropriate as a research tool in these cases, providing a richer description of the reality.

Keywords: third sector arts and culture organisations; tourism planning and development.

### **Uma Nova Economia: Estudo do Impacte das Tecnologias de Informação e Comunicação na Produtividade**

As novas tecnologias e o comércio electrónico obtiveram uma atenção especial nos últimos anos. Contrapôs-se à Economia “Tradicional” uma “Nova Economia”, fundamentada num crescimento económico elevado, ganhos de produtividade significativos, baixa inflação associada a um nível de desemprego igualmente baixo. Começaram a surgir alguns artigos na literatura económica onde se interrogava se os postulados clássicos da teoria económica estavam a ser postos em causa com esta nova realidade. Talvez tenha havido algum exagero na descrição do fenómeno, tal como mudanças tecnológicas gigantescas, alterações revolucionárias ou o aparecimento de um novo paradigma.

Hoje em dia reconhece-se, modo geral, que o uso acrescido das TIC contribui para ganhos de produtividade e, por conseguinte, aumenta a competitividade das empresas e da economia no seu conjunto, o que se traduz num crescimento económico superior ao que se obteria por outros meios. Contudo, a recessão económica e a falência de muitas empresas electrónicas demonstraram que a “nova” economia é tão vulnerável aos riscos do ciclo económico como a chamada “velha” economia e que uma boa gestão é indispensável para a sobrevivência de qualquer empresa.

Desta investigação emergem claramente três conclusões. Primeira, o paradoxo da produtividade, como inicialmente formulado por Solow (1987) foi revisto e um grande número de estudos têm documentado o significativo impacte dos investimentos em TIC sobre a produtividade das empresas, sectores e países mostrando que aquilo que os computadores fazem é, de facto, reflectido nas estatísticas sobre produtividade. Segunda, embora a chamada Nova Economia e os elevados retornos das TIC tenha captado a atenção dos média no final dos anos 90, actualmente reconhece-se que os investimentos em TIC têm vindo a aumentar a produtividade há mais de três décadas. Terceira, e mais significativa para as empresas, embora os retornos dos investimentos em TIC sejam em média positivos, existe uma vasta gama de desempenho entre as diferentes empresas com algumas a obterem resultados muito melhores que outras. Parte desses resultados poderão ser explicados devido a diferenças idiosincrasias entre as empresas que se traduzem em diferentes oportunidades de utilizar as TIC de modo produtivo.

### **O Turismo Residencial no Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste: Motivações e Práticas**

É cada vez maior a importância do estudo do turismo, como fenómeno cultural, social e económico, numa sociedade onde as transformações se multiplicam e influenciam o estilo de vida dos indivíduos. Estas transformações, sobejamente conhecidas, deram origem a determinados factores que contribuíram para o aumento das práticas turísticas nomeadamente no âmbito do turismo residencial.

Apesar de nos últimos cinco anos a produção científica na Europa ter aumentado, a verdade é que em Portugal continuam a existir poucos estudos sobre a temática em questão. Este tema carece de estudos que permitam obter um melhor conhecimento deste segmento de mercado, através do perfil, das motivações, dos comportamentos, das atitudes e das percepções, que caracterizam o turista residencial, que por sua vez determina o desenvolvimento do destino turístico eleito. Assim tornou-se imperativo perguntar aos protagonistas deste fenómeno, a razão da sua escolha.

Dado a ausência de conhecimento sobre esta realidade decidiu-se estudar o turismo residencial no Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste. Nesta região a expansão de segundas residências atingiu, nos últimos anos, um grande desenvolvimento. De acordo com os Censos de 2001, o fenómeno da segunda habitação no Oeste cresceu 45 % face a 1991, enquanto a média nacional foi de 40%. Para além disso este é um produto que está presente no PENT (2007) como sendo um produto estratégico de aposta e de desenvolvimento na referida região.

No que diz respeito às considerações metodológicas foram criadas várias hipóteses de estudo, assim como a respectiva problemática depois de todas as leituras seleccionadas serem adaptadas aos conceitos teóricos que suportam a pertinência deste estudo. Quanto ao estudo empírico, os métodos e as técnicas de investigação passam pela aplicação de questionários (procura e oferta), entrevistas com especialistas e painel de peritos, que possam identificar e caracterizar o turista residencial na região do Oeste.

Palavras-chave: motivações; estilo de vida; turismo residencial e *resorts*.

PERDIGÃO, Filipa

**‘A democratic revolution must always remain unfinished’:  
The discursive construction of national identity in newspaper opinion texts on the  
Portuguese 1974 revolution commemorations**

The relevance of collective remembering and commemorating the past in the 20<sup>th</sup> century history of European countries has acquired a deeper significance as societies struggle to come to terms with their traumatic events of the past. Collective, individual memories and commemorative events shape public discourses on national identity, reframing in-group and out-group boundaries. At the same time, these memories build a sense of shared past and common journeying within a community (Brewer, 2006). Within this context, from a critical discourse analysis viewpoint, one of the key issues to explore is who, as a group, attains political, social or symbolic power to shape within the public sphere *what should be remembered and what should be forgotten* (Wodak & de Cillia, 2007).

This paper analyses the discursive construction of collective memories and the functions of commemorative events for the discursive construction of national identities through the example of the 30<sup>th</sup> anniversary of the Portuguese ‘democratic’ revolution that occurred in April 1974, generally portrayed as a ‘foundational moment in national history’ (Tillegã, 2008). In 2004, the revolution was officially flagged as a major milestone from which to assess the country’s recent past and the people’s discursive reframing of their three-decade long national identity constructed within a ‘new’ democratic political state.

A discourse-historical analysis (Reisigl & Wodak, 2009) of the government’s official manifesto for the commemorations and of 41 newspaper opinion articles collected from high-circulation newspapers and published at the time, underlines the heterogeneous visions of concepts such as revolution, democracy, nation-state, and how these assess the revolution’s benefits and drawbacks in distinct ways. It is possible to detect several regularities in the macro-strategies present in the texts even though each writer promotes arguments that are both individually-conditioned (personal experience and personal memories) and collectively conditioned (political affiliations, ideological world-view, selected interpretations of one historic account amongst the many available). The anthropomorphization of key concepts (e.g. revolution and democracy), along with frequent backgrounding of human agency, highlight how national in-groups, 30 years after the event, are still competing for the stabilization of the collective memories of the event and for the ‘anticipation of a particular future’ (e.g. as Europeans) by producing ‘the impression of natural self-evident certainties’ (de Cillia et al, 1999).

- Brewer, J. D. (2006). Memory, Truth and Victimhood in Post-trauma Societies In G. Delanty & K. Kumar (Eds.), *The Sage Handbook of Nations and Nationalism* (pp. 214-224). London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- De Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149-173.
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2009). The discourse-historical approach (DHA). In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (2nd revised ed.). London: Sage.
- Tileagă C. (2008). What is a 'revolution?': National commemoration, collective memory and managing authenticity in the representation of a political event *Discourse & Society*, 19(3), 359-382.
- Wodak, R., & De Cillia, R. (2007). Commemorating the past: the discursive construction of official narratives about the 'Rebirth of the Second Austrian Republic'. *Discourse & Communication*, 1(2), 337-363.

**PEREIRA, Rosária**

### **Where you go might tell me who you are? Filling the gap between human personality and tourist destination brand personality**

The aim of this paper is to 'build a bridge' between human personality theories and place branding components in order to depict the personality of a tourism destination. Personality theories and place branding were thoroughly analyzed to underpin their main constructs of both concepts. These constructs were categorized by highlighting the relationship that could be established among them. A critical review of empirical research was also undertaken to understand how and why these constructs could be measured in tourism destinations. Destination brand personality arose from cognitive and psychological factors that are closely linked to destination image and its personification. This personification will become possible to measure if the in-characteristics of the destination would include human personality traits, brand image elements and the specific destination traits, either resulting from the experience of the destination or just from the tourist imagery. Furthermore, the taxonomy of brand personality may include factors closely related to the characteristics found in the local population. Important directions for future research will be to test a model in a tourist destination to further create a destination brand personality assessment scale.

Keywords: brand; brand image; brand personality; destination branding; tourism.

- Aaker, J. (1997) Dimensions of Brand Personality, *Journal of Marketing Research*, 34, 45-57.
- Boeree, C.G. (2006) The Ultimate Theory of Personality. [on-line]. Available at URL: <http://webspaceship.edu/cgboer/conclusions.html> (viewed on 13 October 2009).
- Echtner, C.M. and Ritchie, J.R. (2003) The Meaning and Measurement of Destination Image, *Journal of Tourism Studies*, 14, 1, 37-48.
- Goldberg, L.R. (1992) The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure, *Psychological Assessment*, 4, 1, 26-42.
- Hosany, S., Ekinci, Y. and Uysal, M. (2006). Destination Image and Destination Personality: an Application of Branding Theories to Tourism Places, *Journal of Business Research*, 59, 5, 638-642.
- Murphy, L., Moscardo, G. and Benckendorff, P. (2007) Using Brand Personality to Differentiate Regional Tourism Destinations, *Journal of Travel Research*, 46, 5-14.
- Nasar, J.L. (2000) The Evaluative Image of Places, in W.B. Walsh, K.H. Craik and R.H. Price (eds.) *Person-Environment Psychology: New Directions and Perspectives*, 2<sup>nd</sup> ed., NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 117-159.
- Nuttin, J. (1984) *Motivation, Planning, and Action: a Relational Theory of Behaviour Dynamics*, Lauven, Lauven University Press and Lawrence Erlbaum Associates.
- Tasci, D.A. and Kozak, M. (2006) Destination Brands vs Destination Images: Do We Know What We Mean?, *Journal of Vacation Marketing*, 12, 4, 299-317.



### **Avaliação da Qualidade nos Destinos Turísticos**

É hoje consensual entre os autores que a qualidade dos serviços é um conceito chave para as organizações, pois a investigação têm demonstrado que ela está directamente relacionada com a lealdade dos clientes e com elevados lucros para as organizações.

A actividade turística não foge a esta realidade, pois assumindo hoje em dia um peso crescente na economia mundial, o tema da qualidade nos destinos turísticos tem vindo a adquirir cada vez maior visibilidade tanto na literatura como no terreno.

De facto, parece evidente que existe uma relação causal lógica entre o nível de satisfação dos clientes, a qualidade do desempenho dos destinos turísticos, e o sucesso destes.

No entanto, como transparece do atrás exposto, a qualidade nos destinos turísticos pressupõe uma abordagem sistémica e interactiva, que, para além dos clientes (i.e., turistas), tem de considerar outros níveis de análise, como por exemplo as empresas da região turística e as populações locais.

Tendo em consideração que um dos problemas na investigação na área da qualidade nos destinos turísticos se prende exactamente com a dificuldade em operacionalizar o modelo conceptual explicativo, torna-se evidente que a especificação do modelo é uma questão primordial na qualidade nos destinos turísticos, pois este implica não só o estabelecimento das relações entre as diferentes variáveis, como a definição dos tipos de variáveis a incluir.

É neste contexto que surgem os Modelos de Equações Estruturais, os quais, como técnica estatística multivariada, permitem a modelação das relações existentes entre múltiplas variáveis independentes e dependentes, observáveis e latentes, necessariamente envolvidas no conceito de qualidade no turismo.

Assim, o objectivo da nossa comunicação é exactamente o de analisar a utilidade destes modelos na modelação da qualidade nos destinos turísticos, considerando para tal tanto a abordagem baseada nas covariâncias, como a abordagem baseada na variância.

Palavras-chave: turismo; qualidade; modelos de equações estruturais.

### **Análise e Previsão da Procura Turística efectuada online**

A união entre as TIC e o Turismo, turismo electrónico ou e turismo, permite a gestão estratégica das empresas associadas ao sector do turismo. A Internet veio revolucionar o modo de viajar pois permite ao cliente construir a sua própria viagem, à sua própria medida. Em termos económicos, a importância do sector turístico caracteriza-se não pelo lado da produção de bens e serviços mas sim pelo lado da procura. Analisar a procura turística pode ajudar a detectar a contribuição que o sector do turismo concede ao bem-estar económico de um determinado local ou país. A natureza da actividade turística permite encontrar um conjunto de variáveis que possibilitam a medição e explicação da procura turística num determinado país. A relação entre estas variáveis pode ser expressa em termos de uma equação, designada por função da procura turística, utilizada para modelar e prever os valores da procura turística num determinado destino. A importância de previsões é cada vez mais elevada, uma vez que podem ser incorporadas no processo de tomada de decisão na definição de acções de planeamento de actividades associadas ao sector turístico. As previsões devem ser eficientes e avaliadas através de medidas apropriadas. Os métodos de previsão quantitativos podem ser subdivididos em métodos não causais e causais. Dos vários modelos causais existentes para a modelação e previsão da procura turística, apenas os dados em painel incluem ao mesmo tempo dados de séries temporais e seccionais, permitem a inclusão de variáveis sociais e possibilitam a inclusão de variáveis observadas ao longo de um período de tempo

pequeno, como acontece nas variáveis que caracterizam a procura turística efectuada através da Internet, cuja utilização neste contexto é relativamente recente.

Palavras-chave: procura turística; dados em painel; tecnologias de informação e comunicação; turismo e sistemas de informação turísticos.

**REBELO, Sandra**

### **A Estrutura de Capital e a Performance das Empresas**

No actual momento em que se discutem quer as causas da fraca produtividade e competitividade global da economia portuguesa quer as soluções para as superar, a compreensão e o domínio dos mecanismos que influenciam a *performance* das empresas e a sua estrutura de capital afiguram-se decisivas para que estas possam superar as suas debilidades.

O objectivo desta comunicação, que se insere no trabalho desenvolvido no âmbito da preparação da tese de doutoramento em Gestão, é caracterizar o estado da arte no que respeita ao estudo da estrutura de capital e da *performance* no sector hoteleiro, objecto de estudo desta investigação. Pretende-se criar modelos que permitam explicar, por um lado, as decisões de financiamento das empresas hoteleiras, testando o poder explicativo dos factores sugeridos pelas teorias financeiras da estrutura do capital, em geral, e da *performance*, em particular, e, por outro, o impacto do nível de endividamento na *performance* dessas empresas. Averiguar-se-á a possibilidade de utilização de modelos de equações estruturais e de *Data Envelopment Analysis*, para o estudo da estrutura de capital e da *performance*, respectivamente.

A importância da estrutura de capital prende-se com o facto de existir uma corrente de investigação que defende a existência de uma estrutura de capital óptima que minimiza o custo do capital e maximiza o valor da empresa. A falta de consenso reunido pela investigação empírica à volta das teorias financeiras da estrutura de capital: a teoria do efeito fiscal, a teoria dos custos de falência, a teoria da agência e a teoria da *pecking order*, convida ao aprofundamento da temática.

A *performance* das empresas também se revela uma temática fértil, não só em termos de factores que a influenciam, mas também em termos da sua medição, que vai desde simples rácios como o ROI a métodos mais complexos como o *Balanced Scorecard* ou a construção de fronteiras eficientes.

Palavras-chave: estrutura de capital, performance.

**RENDA, Ana Isabel**

### **Qualidade de vida e turismo: a habitabilidade do Lugar**

A qualidade de vida das populações é cada vez mais uma preocupação expressa pelos agentes de desenvolvimento dos lugares. Trata-se de um tema de interesse crescente entre académicos, especialmente em áreas como a psicologia, a saúde ou o planeamento. Contudo, a perspectiva adoptada na análise da qualidade de vida é normalmente a dos agentes externos e não o da população em estudo e baseia-se em indicadores observáveis e mensuráveis.

A preocupação com a qualidade de vida dos residentes assume maior importância quando estes se deparam com fenómenos sociais que alteram a dinâmica dos lugares de residência, como ocorre nos destinos turísticos. Nestes casos, um desenvolvimento sustentável que contemple, para

além das componentes ambientais e económicas, os factores sócio-culturais é indispensável na promoção da qualidade de vida dos residentes e dos visitantes.

Na presente investigação estuda-se “A percepção dos residentes sobre os impactos do turismo na sua qualidade de vida – o caso do concelho de Loulé”, sendo o principal objectivo a construção de um modelo que permita entender estas relações levando em consideração, para além de outras variáveis, o estágio de desenvolvimento da zona de residência e a componente subjectiva da qualidade de vida através das dimensões do bem – estar. Adopta-se a perspectiva dos residentes no sentido de perceber se estes reconhecem o desenvolvimento turístico como influenciador da sua qualidade de vida e até que ponto a sua felicidade e/ou satisfação com a vida dependem de dimensões do bem-estar relacionadas com o turismo ou com outros factores.

Este artigo, reflectindo parte da revisão de literatura da investigação em curso, pretende clarificar alguns dos conceitos entendidos como fundamentais e que, até ao momento, não reúnem consenso entre os autores sendo muitas vezes utilizados de indiscriminadamente: Qualidade de Vida, aqui entendida na sua componente objectiva e subjectiva e medida através dos constructos da felicidade e da satisfação com a vida e o Bem-estar, caracterizado a partir de quatro dimensões simultaneamente distintas e inter-relacionadas que, no conjunto, determinam a avaliação da qualidade de vida de forma global.

Palavras-chave: turismo; qualidade de vida dos residentes; felicidade; satisfação com a vida; bem-estar.

SANTOS, Idília

### **A criação lexical no romance de ficção científica *Hypérion* de Dann Simmons: do *novum* ficcional ao neologismo semântico e *vice-versa***

A comunicação, de carácter essencialmente metodológico, representa a fase inicial de preparação de um projecto de investigação doutoral na área das Ciências da Linguagem e propõe-se:

1. Na primeira parte, apresentar de forma faseada a preparação do corpus:
  - 1.1. a extracção semi-automática de neologismos formais da totalidade do corpus, recorrendo aos programas *TreeTagger* e *Pompamo*, e a extracção manual dos neologismos semânticos da primeira partição;
  - 1.2. os problemas encontrados e os dados quantitativos extraídos da base de dados construída.
2. Na segunda parte, partindo da definição central para o género de “*novum* ficcional”, oriunda da crítica literária norte americana e confrontando-a com o conceito de neologismo e as dicotomias que lhe estão associadas (neologismo formal *vs.* neologismo semântico, neologismo literário *vs.* neologismo não literário, neologismo de estilo *vs.* neologismo de coisa), propõe-se uma definição de “*novum* ficcional” que se pretende operacional numa análise no âmbito da linguística cognitiva.

Palavras-chave: linguística; ficção científica; *corpus*; neologismo.

SANTOS, Margarida

### **Identificação dos factores específicos que influenciam a competitividade dos destinos turísticos maduros**

O presente trabalho tem dois objectivos: determinar as características dos destinos turísticos maduros e, mediante essa caracterização, identificar os factores susceptíveis de influenciar

a competitividade dos destinos nesta fase particular do seu ciclo de vida. A metodologia baseou-se numa revisão da literatura, privilegiando artigos que relacionassem de forma explícita o desenvolvimento dos destinos em análise com o modelo de ciclo de vida dos destinos e que utilizassem a designação de destinos turísticos maduros. A revisão da literatura incidiu sobre um total de 34 artigos provenientes de vários países.

Os modelos que visam identificar os factores que enformam a competitividade dos destinos turísticos são modelos genéricos, que não contemplam especificidades, tais como o estado de desenvolvimento do destino. Esta é uma lacuna que necessita de ser colmatada, tornando-se necessário levar a cabo investigação para identificar os factores que determinam a competitividade dos destinos consoante a fase de desenvolvimento em que se encontram.

Os factores específicos detectados susceptíveis de influenciar a competitividade dos destinos turísticos maduros foram as insuficiências da infra-estrutura, os impactos ambientais, sociais e económicos, a gestão do destino e a ausência de visão em relação ao desenvolvimento traçado. A não resolução dos problemas ligados a estes factores pode acarretar a entrada em declínio do destino na sua globalidade, pois os turistas na actualidade, para além de serem exigentes em termos da relação qualidade - preço, preferem destinos com envolventes de elevada beleza paisagística, sendo insuficiente desenvolver produtos turísticos baseados apenas num hotel de qualidade com uma praia limpa, pois cada vez mais é necessário ter em consideração o destino na sua totalidade.

Palavras-chave: competitividade; destinos maduros; factores influenciadores.

**TAVARES, Fernanda Cunha**

### **Línguas e Integração: Narrações de Vinculação Escolar e Social**

A imigração é um fenómeno social, em geral, muito analisado e questionado. Nesta produção pretendo analisar um dos inúmeros aspectos referentes a esta particular questão, a vinculação escolar de jovens imigrantes em Barcelona, Catalunha, na vizinha Espanha. Uma vez que muitos jovens chegam ao destino já crescidos e ingressam no sistema de escolarização com muitos problemas e dúvidas, entre eles o do idioma, o que gera uma grande dificuldade não somente na sua educação formal como aluno/a e estudante, como também sua inclusão na sociedade a que a chegado.

Sabe-se que a educação formal escolar é de grande importância para todas as pessoas, onde quer que estejam geograficamente situadas. É uma parte essencial de estar incluído a uma sociedade é estar à ela vinculada em todos os aspectos relacionados a mesma. A língua é, portanto, um aspecto crucial neste processo, uma vez que é através dela e de acordo com nosso papel social, que alcançamos a vinculação e a conseqüente integração à sociedade. Por isto vejo relevância em analisar este tema. O conhecimento aprofundado de um fenómeno proporciona possibilidades de soluções ou, pelo menos, de uma aproximação a uma possível solução.

Com base em materiais que aportem informações teóricas que mencionem contextos relevantes sobre a imigração, língua e sua relação com a questão da vinculação escolar, pretendo, desde uma perspectiva de conhecimentos situados, uma aproximação ao fenómeno. Com o objetivo de promover um novo e particular olhar ao tema analisado.

Para alcançar esse objetivo utilizou-se a metodologia das narrativas em sujeitos imigrantes que fazem parte do sistema de escolarização em Barcelona, Catalunha e que não dominem a língua local da região em que se estabeleceram.

Palavras-chave: imigração; narrativas; línguas; vinculação escolar.

TORKINGTON, Kate

### Locating lifestyle migrants in the linguistic landscape

Studies of the linguistic landscape (LL) are concerned with language in its written form, in the public sphere; language that is visible to all through texts such as billboards and other public signs (Gorter, 2006). Although the LL constitutes a major part of the scenery in which public social life takes place (Ben-Rafael, 2009), it is such a taken-for-granted part of our everyday experience that its importance as a form of social practice is often overlooked. Yet it could be argued that public signs are in some way symbolic markers of (collective) identity, status and even power, operating within semiotic systems of social positioning and power relationships through which struggles for hegemony among social groups can be traced (Scollon & Scollon, 2003).

This paper focuses on how components of the LL in a particular area can serve to discursively construct a 'moral geography' of place (Modan, 2007). The role of discursive practices in place-making is fundamental – it is through language (as a social practice) that places are given meaning and a moral dimension. I argue that place-making discursive practices in the LL might have a particular relevance in this process due to their *in situ* nature which makes them visible to all who pass through the landscape. These practices may thus be assumed to impact upon the socio-cognitive representations that form the collective identities of those who inhabit the place.

By means of illustration, I will show how the positioning a specific social group (which I will refer to as 'lifestyle migrants') in relation to a specific part of the Algarve (the so-called 'Golden Triangle') is achieved through highly visible LL texts (roadside billboards). The majority of billboards in the 'Golden Triangle' area advertise land and property sales/development, predominantly in English. This contributes to a social representation of the area as being 'up for sale' to English-speaking buyers, through English-speaking intermediaries. Furthermore, a closer examination of some of the discourse strategies of these advertisements reveals the discursive construction of an elitist place-identity based on privilege and difference. It is in this way that the LL functions as a kind of interface between place, identity and power relations; as part of the process of place-making, LL texts also impact upon the discursive construction of the social identities of those who stake a claim to the place – in this case by material investment in it.

Keywords: Linguistic landscape (LL); lifestyle migration; place-identity; positioning.

Ben-Rafael, E. (2009). The Study of Linguistic Landscapes. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery* (pp. 40-54). London: Routledge.

Gorter, D. (2006). Introduction: The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism. In D. Gorter (Ed.), *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism* (pp. 1-7). Clevedon: Multilingual Matters.

Modan, G. G. (2007). *Turf Wars: Discourse, Diversity and the Politics of Place*. Maldon, M.A.: Blackwell.

Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). *Discourses in Place: Language in the Material World*. London: Routledge.

VAN SPLUNDER, Frank

### Multilingual reality vs monolingual ideology in Flemish Higher Education

Language is a sensitive issue in Belgium. Created in 1830, Belgium was constructed as a unitary and French-speaking state, even though French was a *minority* language (albeit of a powerful minority). The Dutch<sup>1</sup>-speaking *majority* was granted equal linguistic rights after a long 'language struggle' which lasted until well in the twentieth century. As a result, Dutch came to be seen as crucial in the development of Flemish identity. The negotiation of linguistic and cultural identities is

---

<sup>1</sup> The language used in Flanders is officially called Dutch, *not* Flemish.

reflected in the federalization of the Belgian state since the 1970s, as a result of which important powers (e.g. education) have been devolved to the regions.

Today's emerging Flemish nation-state adheres to a *monolingual ideology* (which, for instance, officially recognizes Dutch as its language of instruction), whereas everyday practices reflect a *multilingual reality* (e.g. students are actively exposed to several languages; see Blommaert 2006). Flemish Higher Education tries to compromise between this imposed monolingualism and the market-driven demand for more English as a medium of instruction. At the same time, lip service is being paid to multilingualism.

Drawing on the Discourse-Historical Approach (Wodak 2001), I analyse discourse 'from above' (Flemish language policy) as well as discourse 'from below' (semi-public discussions) to research current academic practices. In-depth interviews were used to analyse lecturers' and students' attitudes towards their language(s) of instruction. The main finding is that there is a discrepancy between the language ideology imposed by the emerging state and academic practices, which appear to be largely pragmatic (i.e. not driven by ideological considerations).

Keywords: multilingualism; monolingualism; ideology; higher education; Flanders.

Blommaert, J. 2006. Language Policy and National Identity. In *An Introduction to Language Policy. Theory and Method*, T. Ricento (ed.), 238-254. Oxford: Blackwell.

Coleman, J.A. 2006. English-medium teaching in European higher education. *Language Teaching* 39: 1. Cambridge: Cambridge University Press.

Silverstein, M. 1996. Monoglot 'standard' in America: Standardization and metaphors of linguistic hegemony. In *The matrix of language: Contemporary linguistic anthropology*, D. Brenneis and R. Macaulay (eds.), 284-306. Boulder: Westview Press.

Witte, E. and Van Velthoven, H. 1999. *Language and Politics. The Belgian case study in a historical perspective*. Brussels: VUB Press.

Wodak, R. 2001. The discourse-historical approach. In *Methods of Critical Discourse Analysis*, R. Wodak and M. Meyer (eds.), 63-94. London: Sage.

VIEGAS, Margarida

### Responsabilidade ambiental no sector hoteleiro no Algarve

Ao longo da década de 90, o paradigma da sustentabilidade traz ao mundo empresarial uma nova forma de fazer negócios, com as preocupações sócio-ambientais a exercerem uma influência crescente nas suas decisões. O conceito que melhor traduz este novo posicionamento das empresas face à sociedade e ao meio-ambiente é o de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Apesar de não possuir uma definição consensual, a RSE pode ser entendida como uma forma de gestão que envolve o compromisso da empresa em conduzir eticamente a sua actividade, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade e para a preservação dos recursos ambientais para as gerações futuras, i.e., contribuindo para o desenvolvimento sustentável nas suas três vertentes: económica, social e ambiental. A Responsabilidade Ambiental Empresarial (RAE), é assim uma das componentes da RSE, não sendo possível a nenhuma empresa apresentar-se como socialmente responsável se não for ambientalmente responsável. Pode pois dizer-se que a responsabilidade ambiental empresarial é condição necessária, apesar de não suficiente, ao exercício da RSE e, conseqüentemente, à implementação de uma estratégia de sustentabilidade. É este o contexto em que se enquadra o presente estudo, cujo principal objectivo consiste em analisar o estágio de responsabilidade ambiental do sector hoteleiro do Algarve, em função das estratégias ambientais a que recorre e assim avaliar da sua contribuição para o desenvolvimento sustentável da região. Com vista ao cumprimento deste objectivo, recorrer-se-á a uma metodologia normativa para o

enquadramento conceptual da temática em análise e a uma metodologia de corte empírico em que, através dum inquérito aplicado aos hotéis de 3, 4 e 5 estrelas do Algarve, se pretende obter informação primária sobre as estratégias ambientais por eles utilizadas. Nesta comunicação apresenta-se o desenho do estudo empírico realizado.

Palavras-chave: desenvolvimento sustentável; sustentabilidade ambiental; responsabilidade social empresarial; responsabilidade ambiental empresarial; estratégias ambientais.

## POSTERS

GOMES, Mariana

### **Género, Raça e Sexualidade no Turismo Sexual e no Tráfico Internacional de Mulheres**

Conforme *Global Report on Trafficking in Persons* (UNODC, 2009) cerca de 80% das vítimas do tráfico de seres humanos são mulheres, a finalidade é a exploração sexual, as regiões de origem são África, América Latina e Ásia e as de destino são Europa e América do Norte. Segundo Ryan (2000) a definição mais usual do turismo sexual está relacionada com a exploração sexual comercial de residentes por turistas. Conforme a base de dados sobre o turismo sexual da Rede Internacional ECPAT (2008), o perfil das vítimas é: jovem, mulher, negra ou mestiça, pobre e de países do “terceiro mundo”; enquanto que o perfil dos turistas sexuais é: homens, entre 35/60anos, brancos e de países da Europa e dos Estados Unidos da América. A partir desses dados, pode-se perceber que o perfil das vítimas e dos clientes/prostituidores são coincidentes no turismo sexual e no tráfico internacional de mulheres. Esses perfis permitem destacar as dimensões de raça, nacionalismo e colonialismo (HALL, 2003 e 2005; SAID, 2007), de género (SCOTT, 1992) e de sexualidade (FOUCAULT, 1993; BUTLER, 2008) presentes nesses fluxos de exploração sexual. Também dados qualitativos permitem evidenciar essas dimensões. A análise de discursos (textos e imagens), realizada no âmbito do Mestrado, a qual abarcou discursos literários (como de Jorge Amado, 1958), midiáticos (como o Carnaval Globeleza da Rede Globo de Televisão) e turísticos (como o marketing turístico da EMBRATUR da década de 1970), demonstrou que estes contribuíram para a construção de um imaginário de hipererotização da mulher brasileira e incentivaram o turismo sexual no Brasil. O artigo pretende, portanto, refletir sobre essas dimensões de género, raça e sexualidade, perceptíveis tanto em dados quantitativos como em dados qualitativos, ainda pouco estudadas nas pesquisas sobre turismo sexual e tráfico de seres humanos, as quais muitas vezes focam-se na pobreza para explicar esses fenómenos. Trata-se de uma reflexão inicial da pesquisa de Doutoramento.

Palavras-chave: turismo sexual; tráfico de mulheres; género; raça; sexualidade

## Gestão do Conhecimento Organizacional em Organizações Turísticas

Os destinos turísticos, depararam-se com o desafio incontornável do processo de modernização e agilização dos serviços, submetida aos desígnios dos compromissos assumidos com a Europa e com a inevitável globalização da economia. A racionalização dos recursos e a melhoria da eficácia dos serviços é uma imposição da sociedade civil que, desta forma, coloca uma enorme pressão sobre todos os organismos públicos e privados, de que não é excepção as organizações turísticas. Só através da melhoria dos processos de trabalho e da verdadeira gestão das pessoas e, por conseguinte, dos seus conhecimentos, apoiados em modernos sistemas de informação, é possível criar mecanismos adequados à prossecução desses objectivos. Neste sentido, diagnosticar como, na realidade, organizações turísticas estão a gerir o seu conhecimento organizacional, identificando boas práticas e soluções, para melhor fazerem face ao desafio da sociedade do conhecimento, afigura-se, um trabalho necessário.

A problemática do projecto de investigação consubstancia-se na seguinte pergunta de partida: como gerem as organizações o seu conhecimento colectivo de forma a se tornarem mais inteligentes e capazes na concretização dos seus objectivos?

A dissertação que se pretende realizar tem como objectivo primordial: *Analisar como a organização gere o seu conhecimento organizacional, ou seja, a forma como cria, retém, partilha e utiliza o conhecimento organizacional.*

Subjacente à concretização deste objectivo global está implícita a concretização de objectivos específicos, nomeadamente:

- Compreender os principais processos de aprendizagem e de criação do conhecimento organizacional;
- Analisar como a organização incrementa a apreensão do conhecimento e a sua transferência entre os indivíduos e os grupos dentro da organização e com o exterior;
- Investigar a forma como a organização fomenta e incentiva a utilização do conhecimento disponível de uma de forma produtiva.
- Analisar em que medida a organização avalia a forma como constrói, mantém ou esgota a sua base de activos intangíveis.

Ao longo deste estudo, procurar-se-á ter presente as características multifacetadas da gestão do conhecimento e o seu alcance prático. Neste sentido, procura-se elaborar um modelo de análise da gestão do conhecimento, que identifique de forma clara as diferentes fases do processo de gestão do conhecimento e as práticas de gestão facilitadoras/inibidoras do mesmo, com base na promoção da aprendizagem.

O processo de investigação decorrerá em consonância com uma metodologia sequencial assente em pesquisa bibliográfica, e estudo de casos, realizados através de diversas técnicas de recolha de dados: análise documental, observação directa; entrevistas exploratórias e semi-estruturadas e inquéritos por questionário.

Palavras-chave: conhecimento; aprendizagem organizacional e gestão do conhecimento.