

DM

## Psicologia, Educação e Turismo

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**Liliana Pereira Ferreira**

MESTRADO EM PSICOLOGIA DA EDUCAÇÃO



UNIVERSIDADE da MADEIRA

*A Nossa Universidade*

[www.uma.pt](http://www.uma.pt)

dezembro | 2020

# **Psicologia, Educação e Turismo**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**Liliana Pereira Ferreira**

MESTRADO EM PSICOLOGIA DA EDUCAÇÃO

ORIENTAÇÃO

Margarida Maria Ferreira Diogo Dias Pocinho

CO-ORIENTAÇÃO

Soraia Fernandes Garcês

## Índice

Agradecimentos.....	3
Resumo.....	5
Abstract.....	6
Introdução.....	7
Capítulo I: Psicologia e Bem-Estar.....	10
1.1. Psicologia.....	11
1.2. Psicologia Positiva.....	12
1.3. Bem-Estar.....	13
1.4. Modelo de PERMA de Seligman.....	15
Capítulo II: Turismo e Bem-Estar.....	20
2.1. Contextualização Histórica do Turismo.....	21
2.2. Definição de Turismo.....	29
2.3. Turismo em Portugal.....	31
2.4. Bem-Estar no Turismo.....	34
2.5. Psicologia (Positiva), Turismo e Educação.....	36
Capítulo III: Metodologia do Estudo.....	41
3.1. Tipo de Estudo, Questão e Objetivo da Investigação.....	42
3.3. Amostra.....	43
3.2. Procedimentos da Recolha de Dados.....	43
Capítulo IV: Resultados.....	45
4.1. Instituições/Cursos das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.....	47
4. 2. Instituições/Cursos da Zona do Algarve e Sul.....	51
4.3. Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro.....	56

4.4. Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte.....	68
4.5. Panorama Geral das Instituições/Cursos de Portugal.....	80
Capítulo V: Discussão e Conclusão.....	82
Referências Bibliográficas.....	88

### **Índice de Figuras**

Figura 1: Regiões naturais de Portugal Continental.....	46
---	----

### **Índice de Tabelas**

Tabela 1: Dados Correspondentes às Instituições/Cursos das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.....	49
Tabela 2: Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Algarve e Sul.....	53
Tabela 3: Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro.....	60
Tabela 4: Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte.....	72
Tabela 5: Dados Correspondentes aos Valores Totais de Cada Elemento.....	81

## **Agradecimentos**

Por onde iniciar a ode da escrita dos sentimentos de gratidão que enchem o meu ser, palavras simples de serem proferidas, mas que muitas vezes são tomadas como garantidas, banalizadas e esquecidas, perdendo-se nos lábios daqueles que se esquecem do verdadeiro valor e sentimento que advém da expressão de tão simples palavras.

Errantes e deambulantes, passamos por esta vida numa caminhada mais longa ou mais curta, mas que tentamos viver nos nossos próprios termos, deparamo-nos com o facto que não estamos sós, coexistimos num mundo tão vasto e belo.

Nesta caminhada criamos laços, estabelecemos amizades, conhecemos pessoas novas, abrimos novos horizontes, enfrentamos múltiplos desafios, adquirimos conhecimentos, colecionamos momentos e muito mais. De facto é uma vida de ganhos e perdas, mas valorizemos os pontos positivos e aproveitemos enquanto por cá estamos presentes relembrando e agradecendo tudo aquilo pelo qual passamos que nos fez crescer e nos transformar na pessoa que somos.

Atendendo a tal, chegando a esta fase da minha vida, nomeadamente da vida académica relembro a importância de todos aqueles que de uma forma direta ou indireta marcaram a minha passagem neste mundo. Com uma simples palavra mas carregada de sentimento que é a gratidão expresso o quão agradecida estou por todos os docentes que estiveram sempre presentes para transmitirem o saber e formar-nos para o futuro, mas aqui em especial foco quero agradecer pelo trabalho incansável das minhas orientadoras de tese Professora Doutora Margarida Maria Ferreira Diogo Dias Pocinho e à Doutora Soraia Fernandes Garcês, sem vacilar e sem hesitar estiveram sempre prontas a colaborar de forma a me guiarem ao sucesso, orientando pelo caminho adequado esta alma errante, que na hora das dúvidas e desesperos estiveram sempre presentes para apoiar e auxiliar a contornar as adversidades, dando forças e incentivos para que alcançasse os objetivos.

Agradeço também às amizades que se estabeleceram outras que se consolidaram, os parceiros desta jornada académica e de vida que no desespero nos ajudamos uns aos outros através da troca de palavras, emoções, histórias e carinhos, dando forças uns aos outros, para prosperarmos naquilo a que nos dedicamos. Amizades que levamos para a vida e não nos esquecemos daquilo que fizeram por nós, pessoas que preenchem as memórias de tempos de outra hora.

E por último, mas não menos importante, como não podia deixar de ser, gostaria também de expressar a minha gratidão à minha família, nomeadamente à minha mãe, irmã, cunhado e a mais recente aquisição ao meu sobrinho bebé, que nos momentos de tristeza, desespero, dúvida, abalo, estavam sempre lá para me auxiliar a ganhar forças para progredir, com sorrisos, discursos, brincadeiras, e muito mais estavam lá para o que desse e viesse, mesmo não estando a par do assunto o apoio era e foi sempre incondicional e crucial em qualquer situação.

Eternamente grata me encontro por tudo aquilo que foi feito por mim. Nós somos feitos de momentos e seus intervenientes e estes serão sempre recordados mesmo quando a memória se prove escassa, aqueles que marcam permanecem.

Muito Obrigada por tudo, não me canso de proferir tais palavras para aqueles que as suscitam, e uma bem haja do fundo do meu ser desejo.

## Resumo

A Psicologia, a Educação e o Turismo são três áreas científicas com enorme potencial para o futuro do Ensino Superior. O Turismo é uma das áreas de que Portugal mais depende economicamente. Assim, a nossa Educação tem um papel fundamental na formação dos profissionais neste setor potencializando a sua sustentabilidade. O caráter multidisciplinar desta indústria leva a considerar a Psicologia e, em particular, a Psicologia da Educação como áreas cruciais para a própria compreensão deste sistema, mas sobretudo das pessoas que nos visitam. O objetivo deste estudo consiste em averiguar se os cursos de hotelaria e turismo no ensino superior vão ao encontro do perfil psicológico dos turistas que visitam Portugal. Trata-se de um estudo descritivo com análise de conteúdo documental, com uma amostra de 144 planos curriculares/de estudos dos cursos de Hotelaria e Turismo de 34 instituições de Portugal Continental e Regiões Autónomas, tendo sido analisadas 3432 unidades curriculares. Os resultados mostram que destas 3432 unidades curriculares apenas 13 estão relacionadas com a Psicologia, 201 com a Sociologia, Ciências Sociais e do Comportamento, 26 com o Bem-Estar, cinco com as Dinâmicas de Grupo, uma com o Desenvolvimento Pessoal e 35 focadas na Hospitalidade. Conclui-se que a Educação tem que ter em atenção a nova realidade do turista do século XXI, adaptando-se aos perfis psicológicos de quem nos visita para, simultaneamente, fomentar o bem-estar nos diferentes destinos através da formação avançada de recursos humanos competentes e inovadores.

Palavras-Chave: Psicologia, Educação, Turismo, Cursos Superiores de Hotelaria e Turismo, Psicologia Positiva, Bem-estar

## **Abstract**

Psychology, Education and Tourism are three scientific areas with enormous potential for the future of Higher Education. Tourism is one of the areas on which Portugal depends most economically. Thus, our Education has a fundamental role in the training of professionals in this sector, enhancing their sustainability. The multidisciplinary nature of this industry leads us to consider Psychology and, in particular, Educational Psychology as crucial areas for the proper understanding of this system, but above all for the people who visit us. The objective of this study is to find out if the courses in hospitality and tourism in higher education meet the psychological profile of tourists visiting Portugal. It is a descriptive study with analysis of documentary content, with a sample of 144 curricular / study plans of the Hotel and Tourism courses from 34 institutions in Mainland Portugal and Autonomous Regions, from which there were analyzed 3432 course units. The results show that of these 3432 curricular units, only 13 are related to Psychology, 201 to Sociology, Social and Behavioral Sciences, 26 to Well-Being, five to Group Dynamics, one to Personal Development and 35 focused on Hospitality. It is concluded that Education has to take into account the new reality of the tourist of the 21st century, adapting to the psychological profiles of those who visit us to simultaneously promote well-being in different destinations through the advanced training in competent and innovative human resources.

Keywords: Psychology, Education, Tourism, Higher Courses in Hospitality and Tourism, Positive Psychology, Well-being

## Introdução

O turismo é um dos principais setores económicos a nível mundial, cujo impacto no desenvolvimento e evolução das sociedades tem despertado a atenção de investigadores e governantes de todo o mundo (Sokhanvar et al., 2018). A volatilidade dos mercados exige que o setor do turismo se adapte constantemente às novas tendências, ajustando o tipo de oferta à procura. Existe cada vez mais a necessidade de proporcionar aos visitantes experiências memoráveis que os façam querer partilhar com outros e divulgar o local onde as experienciaram, ponderando que “tourism is an industry of people and for people” (Garcês et al., 2020, p. 5).

Em Portugal, o turismo é de igual modo uma das principais atividades económicas, sendo, de acordo com os dados divulgados pelo Turismo de Portugal (2020), o maior setor económico exportador do país. Assim sendo, tem-se verificado um crescimento da preocupação, das entidades responsáveis pela gestão do turismo em Portugal, em realizar uma forma de turismo focado em estratégias que impulsionam o bem-estar dos indivíduos, algo que é ponderado na Estratégia de Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017). Nesta estratégia, promover o turismo para o futuro implica apostar nos indivíduos, nos turistas, nos residentes e nos profissionais, atendendo a fatores como o clima, o mar, a natureza, a cultura e o bem-estar. Como ativos emergentes nesta estratégia, destaca-se assim o bem-estar que combina a vida saudável, a saúde e o *mindfulness* associados às atividades em contacto com a natureza. Destaca-se ainda a promoção de tratamentos de saúde e bem-estar em termas e centros especializados e destaca-se sobretudo o papel das pessoas (Turismo de Portugal, 2017). Transformar Portugal num destino cada vez mais competitivo realça a necessidade de se investir na sustentabilidade, inovação, formação, inclusão, satisfação, mas ainda, realça-se a necessidade de investir e apostar na Educação daqueles que irão um dia trabalhar nesta indústria.

Em resposta ao desenvolvimento de novas políticas de atuação das entidades responsáveis pelo setor do turismo, da emergência de novas tendências no turismo onde os indivíduos aparecem como o foco da promoção dos destinos turísticos, a Psicologia, no decorrer dos últimos anos, tem-se revelado de extrema relevância no estudo e na atuação prática desta temática. Contudo, a maioria das investigações desenvolvidas têm em consideração uma análise do comportamento do turista, enquanto consumidor, a partir da sua personalidade, motivações e percepções (Marujo, 2017), maioritariamente numa vertente económica. De forma a expandir a investigação nesta área, seguidores da Psicologia Positiva sugerem o estudo e a análise da experiência turística, tendo em conta o bem-estar subjetivo e a satisfação com a vida (Vada et al., 2019). Dado este paradigma do bem-estar no turismo isto remete para a oferta de experiências significativas e enriquecedoras, que contribuam diretamente para o crescimento pessoal e sentimento de realização dos indivíduos (Garcês et al., 2018a, 2020). Nesta linha de pensamento, revela-se preponderante descobrir em que medida a Psicologia e particularmente o perfil psicológico do turista, está presente na Educação para o Turismo em Portugal, particularmente ao nível da sua formação avançada. Deste modo, este estudo pretende responder à seguinte questão de investigação: em que medida os cursos de hotelaria e turismo no ensino superior português têm em conta o perfil psicológico do turista que nos visita?

Para responder a esta questão, a presente dissertação encontra-se estruturada em duas partes. A primeira, onde consta o enquadramento teórico, é composta pelos dois primeiros capítulos nomeadamente: “Psicologia e Bem-Estar” e “Turismo e Bem-Estar”. A segunda parte é constituída pelo estudo empírico dividida por três capítulos. Assim sendo, no terceiro capítulo, denominado por Metodologia inclui-se o tipo de estudo, a questão e o objetivo da investigação, a caracterização da amostra e os respetivos procedimentos de recolha de dados. No quarto capítulo, dedicado aos resultados da investigação, encontram-se as análises

documentais efetuadas e, por fim, o quinto capítulo é dedicado à discussão e principais conclusões do estudo, suas limitações e sugestões para futuras investigações.

**Capítulo I:**  
**Psicologia e Bem-Estar**

## 1.1. Psicologia

A sociedade encontra-se em constante evolução, sendo instigada por inúmeros estímulos que precipitam as mesmas. Como tal surge a necessidade de se analisar e verificar as variáveis que têm efeito nesta mesma sociedade e principalmente no Ser Humano. As variáveis psicológicas adquirem assim uma componente importante e a Psicologia, no seu todo, estabelece-se ao longo dos tempos, como a ciência que estuda a mente e o comportamento (Todorov, 2012) e, por isso, como fundamental para conhecer a sociedade.

A Psicologia abrange também as influências biológicas, as pressões sociais e os fatores ambientais que afetam a forma como as pessoas pensam, agem e sentem, auxiliando na obtenção de uma compreensão mais rica e profunda dos indivíduos. Neste sentido, pode ajudar as pessoas a ter *insights* sobre as próprias ações, bem como ajudar a compreenderem-se umas às outras (Bock et al., 2019) e o meio que as envolve.

A Psicologia é um campo vasto e diversificado, em expansão, que abrange o estudo do pensamento, comportamento, desenvolvimento, personalidade, emoção, motivação e muitas mais características dos seres humanos. Como resultado, algumas áreas de subespecialidades surgiram, como são exemplo: a psicologia clínica; a psicologia cognitiva; a psicologia do desenvolvimento; a psicologia forense; a psicologia organizacional-industrial; a psicologia social, entre outros, abrangendo cada vez mais todas as áreas da vida dos indivíduos (Gondim et al., 2010).

A aplicação mais óbvia da Psicologia é no campo da saúde mental, onde os psicólogos usam princípios e técnicas para ajudar os indivíduos a controlar e superar os sintomas de sofrimento mental e doenças psicológicas. Algumas das aplicações adicionais da Psicologia incluem: o desenvolvimento de programas educacionais; tratamento da saúde mental; melhoria da *performance*; saúde e bem-estar pessoal; investigação psicológica; auto-ajuda;

conceção de programas sociais; compreender o desenvolvimento infantil, entre outros (Bock et al., 2019).

É difícil capturar toda a essência daquilo que a Psicologia abrange em apenas uma breve definição, mas tópicos como desenvolvimento, personalidade, pensamentos, sentimentos, emoções, motivações e comportamentos sociais representam apenas uma parte do que a Psicologia procura compreender, prever e explicar (Bock et al., 2019).

A Psicologia é um campo aplicado e, simultaneamente, acadêmico que beneficia tanto os indivíduos quanto a sociedade como um todo. Uma grande parte da Psicologia é dedicada ao diagnóstico e tratamento de problemas de saúde mental, mas isso é apenas a ponta do *iceberg* quando se trata do impacto da Psicologia (Bock et al., 2019).

## **1.2. Psicologia Positiva**

Nesta linha de pensamento, a Psicologia Positiva é um dos muitos campos que surgiram na história da Psicologia. Este campo da Psicologia foi descrito de muitas maneiras e com muitas palavras, mas a definição comumente aceita pela comunidade científica, realizada por Peterson (2009), refere-se à Psicologia Positiva como o estudo científico daquilo que torna a vida mais digna de ser vivida. Pode dizer-se que a Psicologia Positiva é uma abordagem científica que estuda os pensamentos, sentimentos e comportamentos humanos, com foco nos pontos fortes em vez de nos pontos fracos, construindo o bem na vida e elevando a vida das pessoas do patamar médio até "ótimo" em vez de focar-se unicamente em mover aqueles que estão lutando até ao "normal" (Seligman & Csikszentmihalyi, 2014).

A Psicologia Positiva concentra-se nos eventos e influências positivas na vida, incluindo: Experiências positivas (como felicidade, alegria, inspiração e amor); Estados e características positivas (como gratidão, resiliência e compaixão); Instituições positivas (aplicação de

princípios positivos em organizações e instituições inteiras) (Seligman & Csikszentmihalyi, 2014).

Como um campo, a Psicologia Positiva foca a sua atenção em tópicos como forças de caráter, otimismo, satisfação com a vida, felicidade, bem-estar, gratidão, compaixão (bem como autocompaixão), autoestima, autoconfiança e esperança. Estes tópicos são estudados a fim de aprender como ajudar os indivíduos a florescer e a ter uma vida melhor (Seligman & Csikszentmihalyi, 2014).

A Psicologia Positiva ensina como aproveitar o poder de mudar a perspectiva de uma pessoa para maximizar o potencial de felicidade em muitos dos comportamentos diários dos indivíduos. Este é o foco de muitas técnicas, exercícios e mesmo programas inteiros baseados na Psicologia Positiva, porque uma mudança relativamente pequena na perspectiva de alguém pode levar a mudanças surpreendentes no bem-estar e na qualidade de vida. Injetar um pouco mais de otimismo e gratidão na vida de alguém é uma ação simples que pode fornecer uma visão radicalmente mais positiva da vida (Seligman & Csikszentmihalyi, 2014).

Outro amplo benefício do movimento da Psicologia Positiva é uma ideia mais bem definida do que é “vida boa”. Peterson (2013) numa tentativa de determinar o que torna uma “vida boa”, encontrou algumas descobertas interessantes que se podem aplicar à própria vida. A pesquisa mostrou que a felicidade e um senso de significado na vida não andam necessariamente de mãos dadas, indicando que focar apenas nas emoções positivas não trará a vida plena e satisfatória que se anseia. É necessária uma visão mais ampla com inúmeros aspetos a serem contabilizados.

### **1.3. Bem-Estar**

O bem-estar é uma das principais variáveis de estudo da Psicologia Positiva. Refere-se à experiência de saúde, felicidade e prosperidade. Inclui boa saúde mental, alta satisfação com

a vida, senso de significado ou propósito e capacidade de controlar o *stress*. De forma mais geral, bem-estar é sentir-se bem. O bem-estar é algo procurado por quase todos, porque inclui muitos aspetos positivos como: sentir-se feliz, saudável, socialmente conectado e com propósito. Infelizmente, o bem-estar parece estar em declínio e aumentar o bem-estar pode ser difícil sem saber o que fazer e como fazer (Machado & Bandeira, 2012).

De acordo com Liu (2013), a felicidade pode ser distinguida em dois tipos, bem-estar subjetivo (hedónica), relacionado com a promoção da felicidade propriamente dita e o bem-estar psicológico (eudónica), que remete para o potencial dos indivíduos. Apesar desta diferenciação, o conceito de bem-estar é normalmente caracterizado em termos de felicidade. No entanto, importa salientar que o bem-estar é um construto multidimensional, onde a felicidade surge apenas como um dos vários componentes, tal como poderá ser verificado no modelo PERMA aqui descrito posteriormente (Garcês et al., 2018).

Aumentar o bem-estar parece ser simples, existindo uma panóplia de habilidades que se podem desenvolver. Mas aumentar o bem-estar nem sempre é fácil; descobrir quais as partes do bem-estar que são mais importantes para cada indivíduo e descobrir como, exatamente, desenvolver habilidades de bem-estar geralmente requer alguma ajuda extra (Machado & Bandeira, 2012).

O bem-estar emerge dos pensamentos, ações e experiências - a maioria dos quais as pessoas não controlam. Por exemplo, quando pensamos positivo, tendemos a ter maior bem-estar emocional. Quando procuramos relacionamentos significativos, tendemos a ter um melhor bem-estar social. E quando perdemos o emprego, ou simplesmente o odiamos, tendemos a diminuir o bem-estar no local de trabalho. Esses exemplos começam a revelar quão amplo é o bem-estar e quantos tipos diferentes de bem-estar existem (Machado & Bandeira, 2012).

Como o bem-estar é uma experiência tão ampla, é possível dividi-lo em cinco tipos diferentes: Bem-estar emocional- capacidade de exercer técnicas para gerir o *stress*, ser resiliente e gerar emoções que levam a bons sentimentos; Bem-estar físico - capacidade de melhorar o funcionamento do corpo através de uma alimentação saudável e bons hábitos de exercício; Bem-estar relacional - capacidade de comunicar, desenvolver relacionamentos significativos com outras pessoas e manter uma rede de apoio que ajude a superar a solidão; Bem-estar no local de trabalho- capacidade de procurar os interesses, valores e propósitos a fim de obter significado, felicidade e enriquecimento profissional; Bem-estar social- capacidade de participar ativamente numa comunidade, cultura e ambiente prósperos (Margolis et al., 2020).

Para construir um bem-estar geral, é necessário ter certeza de que todas estas parcelas do bem-estar estão funcionando até certo ponto. Aumentar o bem-estar é uma procura que dura para toda a vida, mas é essencial para a plenitude do funcionamento do ser humano (Machado & Bandeira, 2012).

#### **1.4. Modelo PERMA de Seligman**

O ser humano parece procurar e conduzir, cada vez mais, a sua vida de forma a alcançar um estado de felicidade e bem-estar desejável. Existem inúmeras maneiras de alcançar esse estado, das quais se incluem treinar a mente para a felicidade, ajudar o próximo, entre outras. Mas quais são os elementos reais que promovem a felicidade e bem-estar dentro de cada um de nós e como podemos promover comunidades que priorizam os humanos que prosperam juntos?

Para tentar compreender esta questão, Seligman (2011/2017) desenvolveu um modelo teórico de bem-estar (PERMA) que auxilia a entender esses elementos e o que podemos fazer para maximizar cada elemento para alcançar uma vida repleta de felicidade e bem-estar.

Seligman, percebido como um dos fundadores da Psicologia Positiva, desenvolveu cinco elementos principais de bem-estar psicológico e felicidade, acreditando que esses cinco elementos poderiam ajudar as pessoas a trabalhar em direção a uma vida de realização, felicidade e significado. O modelo PERMA, por si desenvolvido, pode ser implementado em instituições de forma a desenvolverem programas que ajudem os indivíduos a descobrirem e a usarem novas ferramentas cognitivas e emocionais (Seligman, 2011; 2017).

Analisando os elementos constituintes do modelo temos:

**P – Emoções Positivas (*Positive Emotions*):** Este elemento é talvez a conexão mais óbvia com a felicidade. Focar nas emoções positivas é mais do que sorrir: é a capacidade de permanecer otimista e ver o passado, o presente e o futuro de uma perspectiva construtiva. Uma visão positiva pode ajudar nos relacionamentos e no trabalho, e inspirar outras pessoas a serem mais criativas e a arriscar mais. Todos os seres humanos em algum momento experienciam altos e baixos, mas focar-se “nos pontos baixos” possibilita um aumento das chances de desenvolver depressão, embora esta seja precipitada por mais componentes além do mencionado. O otimismo e a positividade trazem muitos benefícios à saúde e esses tipos de emoções positivas são cruciais, podendo ajudar os indivíduos a aproveitarem as tarefas diárias das suas vidas e a perseverar nos desafios que enfrentem, permanecendo com uma mente mais positiva e otimista sobre os resultados finais (Seligman, 2011).

**E – Envolvimento (*Engagement*):** As atividades que atendem às necessidades de envolvimento produzem neurotransmissores e hormonas positivas que aumentam a sensação de bem-estar. Esse envolvimento auxilia a permanecer presentes, bem como a sintetizar as atividades onde encontra-se calma, foco e alegria. As pessoas divertem-se com coisas diferentes, seja tocar um instrumento, praticar um desporto, dançar, trabalhar em um projeto interessante no emprego ou mesmo apenas um *hobby*. Quando o tempo realmente “voa” durante uma atividade, provavelmente é porque os indivíduos estão experimentando essa

sensação de envolvimento. Todos necessitam de algo nas suas vidas que os absorva no momento atual, criando um “fluxo” de imersão feliz na tarefa ou atividade. Este tipo de “fluxo” de envolvimento aumenta a inteligência, as habilidades e capacidades emocionais (Seligman, 2011).

**R – Relacionamentos (*Relationships*):** Relacionamentos e conexões sociais são cruciais para vidas significativas. Somos seres sociais que estão programados para estabelecer ligações e depender de outros humanos. Daí a necessidade básica de relacionamentos saudáveis.

Prosperamos com conexões que promovem amor, intimidade e uma forte interação emocional e física com outros humanos. Relacionamentos positivos com os pais, irmãos, colegas, colegas de trabalho e amigos são um ingrediente chave para a alegria geral. Relacionamentos fortes também fornecem suporte em tempos difíceis que exigem resiliência. Basicamente, os centros de dor são ativados quando corremos o risco de ficarmos isolados. É importante, neurologicamente falando, saber que se pertence a um grupo, pois ajuda os indivíduos a sentirem-se seguros e valorizados (Seligman, 2011).

**M – Significado (*Meaning*):** Ter uma resposta como "por que estamos nesta terra?" é um ingrediente chave que pode-nos levar à realização; dar significado às nossas ações, à nossa existência, proporciona um sentimento de pertença e entendimento do nosso papel neste mundo. A religião e a espiritualidade proporcionam significado a muitas pessoas, assim como trabalhar para uma boa empresa, criar filhos, ser voluntário por uma causa maior e nos expressar de maneira criativa. Infelizmente, os *media* enfatizam a busca por riqueza material, fazendo com que muitos indivíduos sintam que o dinheiro é a porta de entrada para a felicidade. Embora precisemos de dinheiro para pagar as necessidades básicas, uma vez que essas necessidades básicas sejam atendidas e o *stress* financeiro não seja um problema, o dinheiro não é o que proporciona felicidade às pessoas. Entender o impacto do trabalho e por

que se escolhe “aparecer no escritório” pode ajudar a aproveitar as tarefas, a ficar mais satisfeito com o que se faz (Seligman, 2011) e a desenvolver significado na nossa vida não só profissional, mas também pessoal.

**A – Realizações (*Accomplishments*):** Ter objetivos e ambições na vida auxiliam a alcançar aspetos que podem proporcionar uma sensação de realização. Para tal, deve-se efetuar metas realistas que possam ser cumpridas em que apenas se esforçar para alcançá-las já poderá dar uma sensação de satisfação. Quando finalmente essas metas forem alcançadas advém uma sensação de orgulho e realização. Ter realizações na vida é importante para que nos esforcemos a prosperar e a “florescer” (Seligman, 2011).

Este modelo fornece uma estrutura abrangente para entender o bem-estar, bem como uma base para melhorar o mesmo. Se se procura aprimorar o próprio senso de felicidade e bem-estar autênticos, em suma e a partir do modelo PERMA, tudo o que é necessário realizar é: Experimentar emoções mais positivas, fazendo mais coisas que nos deixem felizes e tragam alegria à rotina diária; Trabalhar para aumentar o envolvimento, procurando *hobbies*, empregos e atividades em geral que sejam do próprio interesse; Melhorar a qualidade (e/ou quantidade) dos relacionamentos com outras pessoas, trabalhar na construção de relacionamentos mais positivos e de apoio com amigos, família e outros significativos; Procurar significado, se não se encontra no trabalho, procura-se em oportunidades de voluntariado, passatempos pessoais ou atividades de lazer, ou agindo como mentor de outros; Manter o foco em alcançar os objetivos, mas sem exageros, tentando manter a ambição em equilíbrio com todas as outras coisas importantes da vida (Seligman, 2011).

Estes cinco aspetos do modelo PERMA são mensuráveis e também vitais para uma sensação geral de bem-estar. Este modelo vai além do modelo mais antigo de felicidade autêntica na consideração de mais do que apenas felicidade ou emoções positivas. Claro, as

emoções positivas são importantes - afinal, elas fazem parte do modelo PERMA em si - mas focar apenas nas emoções positivas não ajudará a desenvolver um senso abrangente de bem-estar, incluindo envolvimento, significado, sucesso e positividade nos relacionamentos com outros. A felicidade por si só provavelmente não impulsionará para o florescimento, mas o bem-estar sim (Seligman, 2011).

**Capítulo II:**  
**Turismo e Bem-Estar**

## 2.1. Contextualização Histórica do Turismo

A história do turismo é longa, podendo ser amplamente atribuída ao desenvolvimento, evolução e inovação tecnológica dos transportes. Embora nem sempre tenha sido como nos dias de hoje, com comboios de alta velocidade, aviões e navios de cruzeiro luxuosos, entre outros. Os indivíduos há muito desejam ser turistas, existindo uma noção associada ao facto de quantas mais estradas forem construídas, mais aeroportos forem abertos, novas rotas forem criadas, cada vez mais será possível as pessoas deslocarem-se e ficarem a conhecer novos locais, novas culturas e novos costumes. Mas a história do turismo também está intimamente relacionada com as perspetivas económicas, sociais e políticas globais (Page & Connell, 2020).

Difícilmente se consegue posicionar o momento exato em que o turismo iniciou, pois os registos não são abundantes, nem de fácil acessibilidade particularmente os mais antigos, contudo, conhece-se o facto de que os indivíduos viajavam nos tempos antigos sendo que os historiadores encontraram alguns registos que proporcionam uma visão sobre os motivos pelos quais as pessoas viajavam e como isso evoluiu para o que hoje conhecemos como turismo (Page & Connell, 2020).

Sabe-se que culturas e nações moveram as suas forças armadas para conquistar outras áreas e controlar as rotas de comércio e vários recursos, o que criou bases para as viagens futuras. Com o surgimento dos impérios egípcio, romano e do Mediterrâneo Oriental, as viagens necessárias transformaram-se em turismo. Os fenícios, por exemplo, viajavam não apenas para desenvolver rotas comerciais, mas também por curiosidade. Eles tinham o desejo de descobrir o que havia além daquela área do Mediterrâneo. E outros indivíduos provavelmente fizeram o mesmo. Os maias no México moderno e membros da Dinastia Shang na China moderna viajaram para ver o que estava além das próprias fronteiras, e também para proliferarem as suas civilizações. Graças a determinadas evidências os

historiadores foram capazes de encontrar registos de viagens antigas, artefactos de outros lugares que surgiram em escavações, que, por norma, não deveriam estar lá, a menos que os povos antigos tivessem sua própria forma de turismo (Gyr, 2010).

É difícil saber quando é que uma simples viagem que se tornou o que viria a ser definido como turismo. Como mencionado, a Era do Império (começando com os egípcios, incluindo os gregos e estendendo-se até a forma final do Império Romano) foi influente no desenvolvimento de viagens e turismo. Com o passar do tempo, as pessoas viajaram mais e por vários motivos, como por exemplo, fins comerciais, educacionais, governamentais e religiosos, entre outros. Com governos consolidados em diferentes locais centrais estabelecidos já nos reinos egípcios (4850-715 aC), viajar era uma necessidade, como determinadas necessidades consideradas básicas, como a hospedagem e a comida que precisavam ser fornecidas aos visitantes de outras áreas, o que provavelmente deu lugar à percepção de que se poderia viajar para outro lugar só porque sim, sendo especialmente aplicada esta ideia pelos gregos (900-200 AC). Estes queriam divertir-se em novos locais, e promoveram então o uso de uma linguagem comum e o seu dinheiro tornou-se uma forma de moeda de troca comum. Lugares que eram importantes em termos de atividades governamentais transformaram-se no que poderiam se chamar de atrações turísticas, com lojas, lugares para comer e beber, desportos para assistir, jogos e até teatro, havia uma panóplia de ofertas deslocada para uma área diferente (Gyr, 2010). Algo que só evoluiu ainda mais com os antigos romanos. Durante este império (500 aC - 300 dC), boas estradas foram desenvolvidas e rotas de água melhoradas, pousadas foram abertas a uma jornada de dias relativamente fácil entre elas, existindo sempre um lugar para descansar à noite, havendo também a possibilidade de alugar cavalos para as viagens por realizar. Com a expansão das estradas romanas, a moeda quase universalmente aceite e os idiomas comuns como grego e o latim sendo usados, viajar constantemente tornou-se mais fácil e menos stressante. A

introdução do sistema jurídico comum, permitiu que os indivíduos se sentissem mais seguros e protegidos durante a viagem, fosse ela por lazer, negócios ou uma mera aventura. Cidades em todo o Império Romano (como Pompéia) tornaram-se destinos para as classes média e alta explorarem durante o tempo de inatividade (Gyr,2010).

Ao longo da Idade Média (séculos 5-14 dC), as viagens e, por extensão, o turismo praticamente não existiam, pois após a queda do Império Romano tornou-se perigoso viajar, embora existissem semelhanças entre as nações, haviam agora áreas autónomas graças a um sistema feudal, o transporte foi fragmentado, o mesmo aconteceu com o idioma e a moeda, o que tornava a viagem para algum lugar diferente muito mais difícil do que antes, quando os indivíduos viajavam, não era por lazer (Silva & Kemp, 2008).

Com a Igreja Católica Romana ganhando poder, ocorreram nove cruzadas na tentativa de retomar a Terra Santa entre 1096 e 1291 dC. Mas todas falharam e deixaram as pessoas com o desejo de ver o mundo fora da sua própria localidade, ansiosas para experimentar civilizações diferentes. Comerciantes, como Marco Polo, começaram a viajar para longe depois das cruzadas fracassadas. As viagens de Marco em particular (1295-1295 dC) foram relatadas, e as pessoas começaram a ficar mais interessadas em viajar novamente (Vukonić, 2012).

Entretanto, este conceito de viagem renasceu, sendo praticado novamente. Durante a Renascença (séculos 14-16 dC), mais comerciantes viajaram para novos e mais longínquos locais, em parte, isto sucedeu-se pelo facto da igreja e a realeza controlarem áreas geográficas maiores do que antes. As rotas comerciais também começaram a ser reabertas, a atividade comercial cresceu e as pessoas continuaram a se aventurar fora das suas próprias cidades e territórios (Towner, 1995).

O primeiro verdadeiro turista, segundo os historiadores, foi Cyriacus de Ancona que viajou pelo Mediterrâneo, ansioso para aprender sobre a história grega e romana. O seu

desejo de aprender sobre o que havia acontecido anteriormente, e de ver o que restou, encorajou outros indivíduos a pensarem sobre como as viagens poderiam beneficiar a educação, desencadeando assim, a Era do *Grand Tour* (Towner, 1985).

A era do *Grand Tour* (1613-1785) foi quando o turismo como o conhecemos realmente se impulsionou, começando com os mais ricos da sociedade, as pessoas viajavam para aprender. Era considerado algo que estava na moda e logo, de certa forma, transformou-se num símbolo do estatuto de alguém. Aqueles que estavam "alcançando a maioridade" viajariam por toda a Europa para ver arte, arquitetura, ciência e muito mais em outros países que não o seu, sendo que, por norma geral, os lugares mais visitados foram França, Suíça, Alemanha e Itália. Cada "*Grand Tour*" duraria alguns anos, em que os indivíduos viajavam de carruagem e eram acompanhados por alguém mais velho para cuidar deles (Towner, 1985).

Isto veio a mudar ligeiramente com a introdução da revolução industrial por volta de 1750, em que as estruturas económicas e sociais mudaram para sempre. A revolução significou que viagens longas, como uma viagem do *Grand Tour*, não eram mais particularmente viáveis para muitas pessoas. A vida da fábrica e a administração dos negócios, e de facto o industrialismo moderno como um todo, fizeram com que os indivíduos se tornassem mais presos aos seus locais (Towner & Wall, 1991).

Os transportes também sofreram alterações, tornando-se mais eficientes à medida que as economias cresceram e a tecnologia avançou. Os mercados estendiam-se além das fronteiras e os indivíduos tinham rendas mais altas, viajar agora era para negócios e lazer, mas quanto menos tempo livre mais curtas eram as viagens. A indústria do turismo teve que se desenvolver rapidamente para garantir que pudesse atender às novas necessidades dos potenciais clientes (Towner & Wall, 1991).

Com o passar do tempo, com o crescimento da economia (e da riqueza pessoal para muitos), com o aumento do tempo de lazer e as viagens mais acessíveis, tudo isto levou a um crescimento do turismo. Como menos pessoas estavam presas a empregos que consumiam tudo, como por exemplo, o trabalho agrícola, e mais pessoas passaram a trabalhar em escritórios, outros empregos e fábricas, existia mais tempo livre disponível para ser despendido como desejassem (Towner & Wall, 1991).

A Era da Mobilidade (1800-1944) foi definida por um aumento nas viagens para novos locais próximos e distantes, com novas estradas, comboios de passageiros, navios e veleiros tornando-se mais comuns, o turismo continuou a crescer. A França e a Grã-Bretanha tinham sistemas rodoviários e ferroviários fantásticos que tornavam a ideia de viajar ainda mais acessível às pessoas (Castro, 2019).

Então surgiu Thomas Cook, que definitivamente pode ser creditado por trazer viagens e turismo para o público em geral, pois foi o primeiro a apresentar um pacote turístico com viagens e hospedagem, com alimentação frequentemente incluída também. Em 1841, ele organizou uma excursão de cerca de 570 pessoas para viajar de Loughborough a Leicester, por apenas um xelim, a viagem incluía comida e entretenimento o que causou uma procura instantânea por mais pacotes que cumprissem padrões semelhantes, nascendo assim o negócio em tempo integral de organizar e fornecer serviços de viagens (Castro, 2019).

A Era da Mobilidade continuou a fazer mudanças, na medida que carros e viagens aéreas foram introduzidos, com a produção em massa de Henry Ford para o Modelo T (1914), os indivíduos tinham mais liberdade para viajar. E graças ao teste bem-sucedido de Orville e Wilbur Wright do avião em Kitty Hawk, na Carolina do Norte, o transporte aéreo comercial também foi introduzido. Isto significava que o tempo necessário para percorrer longas distâncias era muito mais curto e, portanto, as pessoas tinham mais mobilidade (Castro, 2019).

A capacidade de mover-se e ver novos lugares foi um começo para a ocorrência do turismo em massa que continuou a desenvolver-se na primeira metade do século XX. George Westinghouse introduziu a ideia de licença remunerada do trabalho, com a firme convicção de que permitir aos funcionários folgas remuneradas seria benéfico para os níveis de produtividade em geral, o que proporcionou às classes trabalhadoras e médias, em alguns países, tempo e dinheiro para realizar as suas viagens de sonho, fazendo com que a procura por turismo crescesse (Castro, 2019).

Quando a Segunda Guerra Mundial chegou ao fim na década de 1940, aqueles que foram forçados a viajar durante a guerra estavam ansiosos para replicar essa experiência de uma forma mais positiva. Após tempos tão conturbados, cheios de tristezas e angústias, os indivíduos encontravam-se ansiosos para viajar para divertirem-se, para celebrar o fim dos tempos aterrorizantes que vivenciaram, compartilhando essas experiências com os seus entes queridos, fosse viajando juntos ou partilhando histórias que fizeram essas pessoas quererem viajar também. Com o fim do racionamento do gásóleo/gasolina, com as economias a crescer e os carros mais uma vez sendo produzidos em massa, os indivíduos viajavam nos seus carros, algo que era especialmente verificável na América, onde o negócio de motéis realmente descolou, sendo estes semelhantes, de certa forma, às pousadas da Era do Império (Towner, 1988).

Muitos fatores contribuíram para o crescimento exponencial da indústria do turismo e das viagens. Os hotéis e motéis adotaram o modelo de franquia de expansão dos negócios, e as viagens a jato foram devidamente introduzidas na década de 1950, tornando-se populares ao longo da década de 1960. Outra introdução dos anos 50 que veio a favorecer foi o cartão de crédito. Originalmente o cartão Diners Club, fornecia aos viajantes os meios para comprar coisas onde quer que estivessem no mundo, sem o incómodo de trocar moedas e carregar

dinheiro. Até hoje, os cartões de crédito são a forma preferida de gastar dinheiro em viagens (Gyr, 2010).

Portanto, as pessoas tinham tempo e dinheiro, a viagem era segura e acessível, fazendo com que o turismo simplesmente continuasse a crescer. Agora temos turismo em massa e as pessoas que se dedicam a ele podem ser divididas em dois grupos. Estes são “turistas em massa de organização” que fazem uso de ofertas de pacotes e itinerários pré-preparados, e “turistas em massa individuais”, que viajam de forma independente, mas usam serviços de turismo em massa que foram promovidos pelos meios de difusão de informação, como por exemplo, companhias aéreas, empresas hoteleiras, entre outros (Gyr, 2010).

Entrando na Era Pós-Moderna, denota-se que as viagens ainda estão em constante mudança. As pessoas não viajam mais necessariamente apenas por viajar, elas procuram uma experiência envolvente, uma aventura e uma hipótese de retribuir à comunidade local. O turismo e as agências de viagens do setor têm que acompanhar as diferentes procuras (Minca & Oakes, 2014).

Ao longo do século XXI, o acesso à internet tornou-se mais comum alargando novos horizontes e novas fronteiras. Existe um aumento da riqueza e mobilidade dos cidadãos. À medida que diferentes países se tornam mais apelativos para os turistas, a sua economia cresce, o que, por sua vez, torna o destino mais atraente e mais requisitado, por isso é que o turismo é tão importante. Existem sempre altos e baixos quando trata-se de turismo, e aspetos como terrorismo, questões de saúde e a instabilidade política/económica costumam desencorajar as viagens, assim como procedimentos de segurança nos aeroportos e as fronteiras, podem causar algum desinteresse nos indivíduos, mas, na maioria das vezes, as pessoas adoram viajar (Minca & Oakes, 2014).

Na Era do turismo Pós-Moderno, os consumidores estão mais espertos, mais exigentes e mais atentos. Atualmente, as pessoas preocupam-se mais com a preservação do meio

ambiente, impacto na comunidade, economia e outras questões semelhantes e são muito mais atenciosas ao planejar e a realizar as viagens. Além disso, os indivíduos agora procuram experiências que sejam autênticas e desejam experimentar diversos tipos de turismo. As organizações que trabalham no setor podem oferecer experiências de turismo muito mais inteligentes, como o turismo virtual, que está sendo amplamente usado durante a pandemia do Coronavírus (Dewi, 2020).

Da mesma forma, os consumidores estão mais familiarizados com a internet na Era Pós-Moderna, o que significa que estão inclinados para a pesquisa independente e a embalagem dinâmica, em vez de usarem os métodos tradicionais de turismo de pacotes que foram tão populares por tantos anos. Na verdade, como resultado dessa mudança no comportamento de compra, muitos operadores turísticos e agentes de viagens fecharam as portas, incluindo o famoso Thomas Cook (Minca & Oakes, 2014).

Estes registros históricos podem ensinar algo sobre a maneira como viaja-se nos dias de hoje. O turismo cresce quando as pessoas têm mais tempo livre (como durante as férias escolares), com a maior facilidade de câmbio das moedas, com a existência de idiomas comuns e leis que permitam uma sensação de segurança pessoal (Gyr, 2010).

Em suma, como é possível verificar, a indústria de viagens e turismo tem uma longa e repleta história. Embora o setor tenha passado por inúmeros altos e baixos, em grande parte devido a fatores externos, como a recessão econômica, a guerra ou até mesmo o surto do vírus, continua a desempenhar um papel cada vez mais importante nas vidas dos indivíduos, sendo que o setor do turismo tem contribuído significativamente para o crescimento econômico dos países através do desenvolvimento de novas áreas de negócio, criação de postos de trabalho e aumento das contribuições para as receitas públicas (Li et al., 2017).

## 2.2. Definição de Turismo

A indústria do turismo é considerada uma das maiores do mundo, gerando mais empregos do que qualquer outra indústria. Contudo, este termo e os seus componentes estão abertos à interpretação de cada indivíduo pois o que alguns podem considerar "turismo", outros poderão não contemplar a mesma visão (Page & Connell, 2020).

Turismo é um termo genérico e refere-se essencialmente à atividade desenvolvida pelos visitantes num lugar/destino diferente do seu quotidiano habitual, sendo também conhecido como a economia do visitante. A indústria do turismo abrange todas as atividades que ocorrem ao redor do visitante. Inclui atividades diretamente relacionadas ao turista, como hospedar-se em um hotel, solicitar uma refeição ou visitar um ponto turístico. Contempla também atividades indiretamente relacionadas, como as empresas de transportes que entregam a comida no restaurante onde o turista faz as suas refeições ou a empresa de lavanderia que tem contrato com o hotel para limpeza de lençóis, entre outros exemplos (Page & Connell, 2020).

O turismo surge de muitas formas e tamanhos diferentes e existem inúmeros tipos diferentes de turismo como são exemplo: o turismo em massa, o turismo de nicho, o turismo de interesse especial, o turismo doméstico e o turismo internacional. Embora haja uma variedade de formas diferentes de turismo, todas elas encontram-se resguardadas pelo termo turismo, pois todas as variantes giram em torno dos visitantes e todos alimentam a economia do visitante e do “local” visitado de uma forma ou de outra (Page & Connell, 2020).

O turismo pode ser considerado então como um fenómeno sem uma definição universalmente aceite, devido à complexidade e individualismo dos próprios viajantes e das atividades que escolhem realizar. A definição de turismo mais utilizada, proposta pela Organização Mundial do Comércio (OMC) e pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas (ONU) (1994), refere que para qualificar-se como turista é preciso viajar e permanecer em

um local fora do seu ambiente residencial usual por não mais de um ano consecutivo, para lazer, negócios ou outros fins (Page & Connell, 2020). Matheison e Wall (1982), por outro lado, não impõem um prazo, simplesmente afirmando que deve-se viajar para um destino temporariamente, sendo então que o turismo consiste no movimento temporário de indivíduos para destinos fora dos seus locais usuais de trabalho e residência. As atividades desenvolvidas durante a permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades, demonstram que existe assim uma complexidade entre a atividade turística e as relações que esta envolve.

Leiper (1979) acredita que definir turismo é mais complexo do que isso, propondo que existem três abordagens que podem ser tomadas. A abordagem económica que foca o turismo como um negócio, a abordagem técnica que tem o seu foco no turista para fornecer uma base comum pela qual recolhe dados e a abordagem holística que tenta incluir toda a essência do assunto.

O turismo é também ainda definido simplesmente como o negócio de prestação de serviços como transportes, locais para permanecer durante a estadia ou entretenimento para pessoas que estejam de “férias” (Page & Connell, 2020).

Embora tais tentativas de definir o conceito de turismo possam ser úteis a partir de uma perspectiva genérica, a aplicação prática de tais definições é difícil quando aplicada a tipos específicos de turismo, como aqueles apontados anteriormente que descrevem os diferentes tipos de turismo (Page & Connell, 2020). De facto, Robinson e Novelli (2005), na introdução ao fenómeno do turismo de nicho, postulam que os turistas se desenvolveram como consumidores, tornando-se cada vez mais sofisticados nas suas necessidades e preferências na sequência de uma cultura turística emergente. Apesar de tais reconhecimentos da natureza progressiva e adaptativa do turismo, particularmente evidente por meio da introdução ilimitada de novas formas de turismo de nicho, parece não ter havido tentativas de

desenvolver as definições comumente aceites de turismo em paralelo. Como tal, seria de argumentar que é necessário que a definição de turismo seja revista por académicos e profissionais da indústria, para garantir que seja representativa da indústria do turismo que opera na atualidade (Page & Connell, 2020).

Atualmente, e de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), o termo turismo diz respeito ao conjunto de atividades desenvolvidas durante a estadia, por pessoas que se deslocam para destinos fora do seu lugar de residência e de trabalho, por motivos de lazer ou profissionais e por períodos inferiores a um ano (Mousavi et al., 2016). Numa vertente mais abrangente e holística o turismo pode ser visto como um fenómeno com impacto social, económico e cultural, que resulta da soma das relações que surgem entre os turistas, as atividades desenvolvidas e os residentes (Cornell et al., 2019).

### **2.3. Turismo em Portugal**

A emergência da consciência turística em Portugal adveio da proliferação de livros de viagens, o que despertou o interesse de alguns dos mais ilustres escritores portugueses, dos quais destaca-se Almeida Garrett, para o qual as viagens seriam parte de uma boa e nobre educação, e Eça de Queirós, que tinha a crença de que não existia nada mais propício ao desenvolvimento intelectual e moral do que as viagens. Em 1983 o Ministro da Fazenda, Mariano de Carvalho, sugeriu que Lisboa poderia vir a obter lucro com a afluência de visitantes. Contudo, o caminho a percorrer ainda seria extenso uma vez que os “estrangeiros” usualmente não realizavam compras avultadas em Portugal. Foi no virar do século, com a crise económica e financeira pela qual o país estava a atravessar, que as viagens apareceram como uma forma de equilibrar as contas externas e internas (Cunha, 2010b).

Uma das iniciativas principais e a que maioritariamente influenciou o despertar do Turismo em Portugal foi a criação da Sociedade Propaganda em Portugal (SPP) por Leonildo

de Mendonça e Costa, jornalista que era aficionado por viagens. A premissa fulcral seria divulgar Portugal noutras nações e promover iniciativas que facilitassem e desenvolvessem o turismo, gerando assim uma consciência coletiva sobre a sua importância. Das inúmeras ações internas e externas realizadas pela SPP salienta-se o desenvolvimento de ligações ferroviárias com o centro da Europa, e as marítimas com o continente americano. A preocupação em transformar Lisboa num centro de tráfego internacional, provocou o estabelecimento de ligações diárias com Paris, pelo comboio *sud-express*, munido de carruagens com cama, e com Nova Iorque por meio de ligações transatlânticas (Matos & Santos, 2004).

Em 1907 apareceu o primeiro cartaz turístico editado e divulgado pela Europa inteira onde era possível ler-se seguinte: “Portugal, the shortest way between America and Europe” (Cunha, 2010b, p. 133), transmitindo a percepção de que a localização geográfica de Portugal seria uma vantagem competitiva. Mas antes disto, em 1906, foi aprovado o regulamento que permitiu regular a criação de delegações em várias localidades, com a intenção de recolher, organizar e divulgar o inventário de todos os monumentos, riquezas turísticas, curiosidades e lugares com interesse do país, de forma a atrair turistas nacionais e internacionais (Matos & Santos, 2004).

Nas seguintes décadas, principalmente a partir dos anos 40, a indústria do turismo adquiriu maior relevo na economia portuguesa através da inauguração do Aeroporto Internacional da Portela em 1942, e da Transportadora Aérea Portuguesa (TAP) em 1944. Em 1962 o turismo gerou em Portugal receitas com um valor na ordem dos 3,5 milhões de contos, registando-se um aumento exponencial no número de visitantes, que em dezembro de 1964 atingiu 1 milhão. Por consequência deste crescimento originou-se uma necessidade de investir na formação de profissionais, e prosseguiu-se com a inauguração, em 1965 do Centro Nacional de Formação Turística e Hoteleira, contemplando escolas de formação em inúmeros

pontos do país, como são exemplo, Faro, Funchal e Porto. Em 1985 Portugal ultrapassou o patamar dos 10 milhões de visitantes estrangeiros e, com a entrada na Comunidade Económica Europeia (CEE), em 1986, reforçou a sua posição perante a Europa como destino turístico prestigiado e experiente (Mariz, 2011).

Nas últimas duas décadas, o setor do turismo tem registado algumas mudanças no que concerne a sua estrutura, sendo que em 2004 foi fundado o Instituto de Turismo de Portugal, que acrescentou as funções de apoio ao investimento que eram do encargo do antigo Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo e as funções de promoção externa (Cunha, 2010b).

Nos dias que decorrem, o turismo tem desempenhado a função de catalisador da economia e da sociedade, com impacto perceptível no aumento do rendimento, criação de emprego, exportações e indução do investimento (Fundação para a Ciência e Tecnologia [FCT], 2019). No que diz respeito a alguns dados estatísticos ressalta-se o crescimento de empregos no turismo (336.8 mil empregos em 2019), com uma ponderação de 6.9% na economia nacional (dados de 3 CAEs: alojamento, restauração e agências de viagem) (Turismo de Portugal, 2020).

Nas metas traçadas para o ano de 2027 no turismo em Portugal, das inúmeras estratégias descritas, destaca-se os ativos estratégicos que têm em vista a sustentabilidade e a competitividade do país, destes dá-se relevo aos ativos emergentes que são áreas que começam a ter maior relevo internacionalmente e que demonstram elevado potencial de crescimento, podendo futuramente gerar movimentos de elevado valor acrescentado e potenciar o efeito multiplicador do turismo na economia, estando aqui contido o bem-estar onde se prevê a combinação da vida saudável, da saúde, do bem-estar, do *mindfulness* e das atividades desportivas e de natureza. Abrangendo também a realização de tratamentos de saúde e bem-estar em termas e em centros especializados e cujo crescimento se alicerça na qualidade relativa das infraestruturas hospitalares; na relação qualidade/preço; no

reconhecimento internacional do Serviço Nacional de Saúde e da boa posição do país em importantes indicadores de saúde, tudo de forma a impulsionar o bem-estar dos turistas (Turismo de Portugal, 2017).

#### **2.4. Bem-Estar no Turismo**

Desde a revolução industrial, o bem-estar tem-se tornado um critério cada vez mais estabelecido no estudo do desempenho económico dos países com base nas medidas do produto interno bruto (PIB) (Van Zanden et al., 2014). Avaliações quantitativas tradicionais de bem-estar derivam de medidas como salários reais, educação, expectativa de vida, segurança pessoal, instituições políticas, qualidade ambiental, desigualdade de renda, desigualdade de género e crescimento económico por PIB (Van Zaden et al., 2014). No entanto, tais abordagens ao bem-estar têm sido criticadas por Amartya Sen, um professor de economia, que propõe que mais atenção deva ser dada aos valores humanos na avaliação do bem-estar (Sen, 1993). As pessoas têm preferências sobre os resultados sociais desejados, além do estreito foco económico, que pode ser expresso na distinção entre funcionamentos (estados de ser) e capacidades (estados de fazer) (Sen, 1993). Isto desfaz a visão tradicional de bem-estar, relacionado com o ter riqueza, e reconhece que as pessoas vêem a vida como uma combinação de inúmeros elementos que têm significado para elas. Ed Diener, um dos principais investigadores no campo do bem-estar subjetivo no âmbito da Psicologia, refere-se a este como “o estudo da felicidade”, que procura ir além de itens objetivos para medir o bem-estar. Nesta ótica, a avaliação do bem-estar do ponto de vista da perceção dos indivíduos é denominada de bem-estar subjetivo, e inclui medidas positivas e negativas que tratam principalmente de medidas de saúde mental e satisfação (Diener, 2000).

Para além do que já foi referido no capítulo anterior, o bem-estar pode ser definido como a existência de um corpo e mente saudáveis em correspondência com o ambiente circundante

(Hjalager & Flagestad, 2012), sendo que os níveis de felicidade e satisfação com o lazer têm sido reconhecidos como a expressão de bem-estar (Gilbert & Abdullah, 2002; McCabe & Johnson, 2013). No geral, para entender o uso do termo, os cientistas definem "bem-estar" como a apreciação geral da vida como um todo, enquanto os psicólogos usam "felicidade" como sinónimo de bem-estar (Nawijn et al., 2012). No turismo, os estudos de bem-estar estão mais intimamente relacionados a fenómenos ligados ao lazer e concentram-se menos na saúde biomédica, mas mais no estilo de vida e na mentalidade (Chang & Beise-Zee, 2013; Corvo, 2011; Hjalager & Flagestad, 2012; Smith & Puczko, 2009). De um modo geral, o bem-estar no turismo pode ser visto como estando intrinsecamente ligado ao papel do turismo de relaxamento e recreação (Konu & Laukkanen, 2010).

Viajar tem sido destacado como uma atividade realizada para procurar a felicidade e é benéfica para o espírito e o bem-estar (Bimonte & Faralla, 2015). O foco no bem-estar relacionado às férias e ao turismo tem atraído mais atenção desde 2000. Muitos estudos demonstram que as férias podem aumentar a felicidade e a satisfação com a vida dos turistas, que são considerados elementos importantes para o bem-estar (Corvo, 2011; Nawijn et al., 2012). Nesses contextos, o conceito de bem-estar é frequentemente usado como um sinónimo de bem-estar subjetivo, satisfação com a vida e qualidade de vida (Bimonte & Faralla, 2015) ou nível de felicidade (Milman, 1998). Além disso, há uma associação com vários aspetos da religião e da espiritualidade (Bimonte & Faralla, 2015), personalidade e fatores sociodemográficos (Diener, 2000).

A investigação turística sobre o bem-estar tem sido igualmente variada no estudo de questões como as atitudes dos habitantes locais e residentes em relação a questões relacionadas ao desenvolvimento do turismo (Park & Yoon, 2009), a relação entre turismo e bem-estar como a felicidade dos turistas nas férias (Nawijn, 2011a, b), e usando a noção de bem-estar para promover destinos (Chang & Beise-Zee, 2013). Por exemplo, Nawijn (2011a,

b) demonstra que as pessoas que tiram férias parecem ser um pouco mais felizes do que aquelas que não o fazem. As lembranças das férias produzem efeitos positivos na vida das pessoas. Chang e Beise-Zee (2013) estudaram a percepção dos consumidores sobre os benefícios do bem-estar em destinos que promovem a saúde. Os destinos que promovem a saúde oferecem valor emocional que é considerado um benefício psicológico que apoia o bem-estar. Além disso, a congruência entre a crença do consumidor e os atributos de localização produzem benefícios em si mesmos, pois o destino reflete as crenças sobre a saúde dos visitantes e alivia o seu *stress* psicológico. Estes dois exemplos ilustram que as experiências adquiridas através do turismo contribuem para o bem-estar dos indivíduos em geral.

## **2.5. Psicologia (Positiva), Turismo e Educação**

Embora o desenvolvimento da indústria do turismo tenha uma longa história em todos os países, o turismo é um campo emergente em crescimento e maturação. Na verdade, o turismo é uma disciplina transversal que comporta uma variedade abrangente de áreas científicas como a psicologia, a sociologia, as ciências de administração, a antropologia, entre outras. Os estudiosos acreditam que existe uma certa convergência entre a psicologia do turismo e a Psicologia, particularmente a psicologia positiva, em que o objetivo principal é transmitir energia social positiva e, ao mesmo tempo, aumentar o valor individual, promover o desenvolvimento harmonioso da sociedade para melhorar o bem-estar psicológico. Com a afluência de estudos, denota-se que a psicologia positiva começa a obter um grande número de aplicações no turismo, tornando comum o enriquecimento e aprofundamento da fusão mútua entre si. A aplicação razoável da psicologia positiva no turismo é um importante tópico de pesquisa, e a aplicação da psicologia positiva no turismo pode vir melhorar a experiência emocional do turista, permitindo que os visitantes tenham sentimentos pelo local

que visitaram por um curto período de tempo, aceitando esse destino turístico e obtendo satisfação psicológica para aumentar a felicidade (Garcês et al., 2018).

A implementação da psicologia positiva no turismo é uma tendência inevitável, pois muitos indivíduos começam a perceber a importância da pesquisa e aposta nessa interligação, o que os leva a descobrir que as experiências positivas e a própria personalidade dos turistas podem ser estudadas amplamente pela Psicologia, através do comportamento e percepções dos turistas. O turismo adequado pode trazer felicidade às pessoas e levá-las a ter emoções positivas face ao mesmo (Garcês et al., 2018).

A aplicação da investigação da psicologia positiva no turismo pode promover nos turistas uma experiência positiva, e após a viagem permite que os visitantes sejam preenchidos com felicidade e boas recordações. Emoção, personalidade, qualidade de vida e bem-estar obviamente melhoraram. Com o uso da psicologia positiva no turismo, podem-se desenvolver estratégias com as quais os turistas podem melhorar o bem-estar, o que significa que a psicologia ativa é uma intervenção psicológica importante, e muito eficaz (Garcês et al., 2018a).

O turismo pode fazer com que os indivíduos relaxem totalmente o corpo e a mente, e é um modo de vida saudável. A psicologia positiva enfatiza o próprio ajuste do indivíduo e muda a visão dos problemas da vida por meio da autorregulação. Portanto, tanto o turismo quanto a psicologia positiva pede às pessoas que tenham paz de espírito e encontrem um verdadeiro eu. A ligação entre os dois é muito próxima, e a aplicação da psicologia positiva nas viagens pode fazer com que o visitante tenha uma boa mentalidade, mude os seus estados de espírito e obtenha uma experiência gratificante. Dever-se-á então tentar aumentar o índice de bem-estar, aproveitar plenamente a vida no turismo e ter uma atitude positiva para enfrentar os problemas atuais e alcançar o objetivo de manter uma boa saúde física e mental (Garcês et al., 2018a).

Os estudos que interligam turismo e felicidade ou bem-estar são diminutos em número e os que existem, estão relacionados, na sua maioria, com a felicidade dos residentes. Para auxiliar nesta relação foi construído um modelo intitulado de HOPE (Human Optimal Psychological Experience) que foi sustentado pelos princípios da psicologia positiva, mais precisamente pelo modelo PERMA, sendo possível aplicar ao turismo. Temos então que a experiência psicológica humana ótima (HOPE) é um estado individual de realização durante uma experiência, em que o bem-estar advém da influência da criatividade, otimismo e espiritualidade. Existe uma influência mútua entre o bem-estar e a própria experiência que o turista vivência (Garcês et al., 2018b).

Quando aplicado o modelo HOPE ao turismo, temos que, a busca por novas experiências e maneiras únicas do turista enriquecer a sua vida a partir do conhecimento de novas culturas/contextos representa o parâmetro da criatividade; a compreensão de possíveis situações indesejadas, como temporárias, específicas e externas possibilita que a experiência turística se torne mais positiva, parâmetro do otimismo; a experiência turística é significativa na vida do turista e contribui para o seu crescimento pessoal, representa o parâmetro da espiritualidade. Compreender os níveis de criatividade, otimismo e espiritualidade dos turistas, assim como do seu bem-estar permite personalizar as experiências, de acordo com as suas características pessoais/psicológicas, o que poderá favorecer o seu bem-estar (Garcês et al., 2018b).

Neste sentido, considerando-se a relevância de conceitos como o bem-estar, intimamente incluídos nos estudos da Psicologia, na compreensão do turismo, acresce a estes a necessidade de incluir a Educação, nesta conjuntura concetual.

A ligação entre a educação e o turismo não é algo propriamente recente, sendo que se começou a apostar mais na educação para o turismo na Europa com o crescimento das escolas de orientação para as vocações onde as capacidades como a hospitalidade,

administração de hotéis e negócios seriam uma parte essencial da formação. O interesse e o aumento da procura no turismo levaram a que se desenvolvesse cada vez mais cursos nesta área no ensino superior, contudo educar para o turismo não deverá ser contemplado apenas no ensino superior é algo que deverá ter um começo mais precoce. Este começo precoce não é sinónimo da introdução de desafios e conceitos de modelos de negócios ou teorias económicas, mas sim de um desenvolvimento de talentos e habilidades pessoais como a criatividade e o trabalho em equipa (Garcês et al., 2018c).

Sendo o turismo um dos setores mais rentáveis a nível mundial, é de extrema importância para o futuro investir na educação para o turismo, existindo a necessidade de atualização dos currículos para que estes correspondam às exigências dos elementos constituintes da área do turismo que se encontram em constante mudança e evolução. Sendo este setor de extrema importância deverá ser abordado desde cedo no sistema de educação através de tópicos como a comunicação Psicológica, recursos humanos, administração, habilidades linguísticas, tecnologias de informação, trabalho em equipa, habilidades organizacionais, atitudes positivas, empreendedorismo, *marketing* e criatividade, tópicos fundamentais a serem abordados na educação para o turismo. Estes tópicos podem eles próprios ser parte dos currículos em níveis de educação básicos e secundários, antes de uma candidatura à universidade. Isto porque, a existência prévia de pelo menos alguns destes conhecimentos irá posteriormente determinar a qualidade da própria educação para o turismo no ensino superior (Garcês et al., 2018c).

O turismo, como tantos outros setores, está a passar pelos desafios das mudanças globais do mundo com os novos sistemas de comunicação, estilos de vida diferentes, padrões de consumo e novas preferências dos clientes, portanto, é importante começar a educar desde cedo para habilidades que resistirão nos novos ambientes competitivos e inovadores, não apenas agora, mas no futuro próximo. O planeamento no turismo deve-se integrar nos

ambientes económicos, sociais e naturais existentes para planejar estrategicamente e abordar as questões críticas em vários ambientes, pessoas e lugares. O planeamento no turismo, portanto, requer que os futuros gestores e gestores de políticas de turismo, assim como da educação, possuam o conhecimento, as técnicas e as habilidades que possam garantir o sucesso do planeamento no turismo para um futuro competitivo e sustentável (Garcês et al., 2018c). Neste sentido os contributos das ciências sociais, como seja da Psicologia podem ser aliados fundamentais na construção de currículos que devem estar adaptados às necessidades atuais do setor do turismo que, neste momento, procura experiências autênticas, conceitos como a hospitalidade, mas sobretudo de bem-estar.

## **Capítulo III:**

### **Metodología**

### 3.1. Tipo de Estudo, Questão e Objetivo de Investigação

Este estudo adotou uma pesquisa qualitativa realizando-se a análise de conteúdo seguindo os pressupostos de Bardin (2011). A análise de conteúdo efetuada será, portanto, de teor descritivo, ou seja, uma análise documental, pois foca-se em documentos digitais, pressupõe a sua classificação e indexação e tem como objetivo a representação condensada da informação (Bardin, 2011). Segundo o autor, esta técnica pressupõe detalhar os seus momentos a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados. Na pré-análise organiza-se o material que constitui o *corpus* da pesquisa. Na exploração do material há três etapas: a escolha das unidades de contagem, a seleção das regras de contagem, a escolha de categorias e os indicadores. No final, passa-se à fase da inferência e da interpretação. Segundo Lima e Manini (2016),

“com os dados organizados, procede-se à análise, à inferência, à redução dos dados (quando da utilização de elementos quantitativos) e à interpretação dos elementos qualitativos contidos nos índices, fazendo o diálogo com os referenciais teóricos do pesquisador, sendo importante também colocar a percepção e intuição a serviço da análise para se chegar à síntese. A interpretação é o momento em que o pesquisador se debruça sobre os dados, fazendo-os expressar (ou não) os elementos necessários para a elucidação de seu objeto de estudo” (p. 75).

A questão central desta investigação é a seguinte: em que medida os cursos de hotelaria e turismo no ensino superior português têm em conta o perfil psicológico do turista que nos visita?

Na tentativa de responder a esta questão, o objetivo principal deste trabalho consiste em averiguar se os cursos de Hotelaria e Turismo no ensino superior incluem conteúdos que vão ao encontro das características psicológicas dos turistas que visitam Portugal.

### **3.2. Amostra**

A amostra deste trabalho é constituída pela análise de 144 planos curriculares/de estudos dos cursos de ensino superior nas áreas de Hotelaria e Turismo perfazendo um total de 3432 unidades curriculares. Foram analisados os planos de 34 Universidades/Instituições/Escolas de Portugal Continental e Ilhas, que se encontravam disponíveis de forma digital e de livre acesso. Neste sentido, foram incluídos os planos de 49 cursos com atribuição do grau de Licenciatura, três de Dupla Licenciatura, um de Licenciatura com Mestrado Integrado, 37 de Mestrado, um de *Master Executive*, dois de *Short Master*, quatro de Doutoramento, 22 de Pós-Graduação e 25 planos curriculares/de estudos de cursos de atribuição de Curso Técnico Superior Profissional.

### **3.3. Procedimentos da Recolha de Dados**

A estudo surge de uma análise documental, cujo método para a recolha de dados foi o instrumento de pesquisa disponível no site da Direção Geral do Ensino Superior<sup>1</sup> (DGES). Trata-se de uma plataforma digital que nos fornece acesso, por ordem alfabética, ao catálogo de todos os cursos existentes nas inúmeras instituições de ensino superior portuguesas.

Pesquisou-se todos os cursos com ligação às áreas de Hotelaria e Turismo, iniciando-se a pesquisa pela letra T, nomeadamente de Turismo, analisando-se posteriormente as restantes letras de forma a incluir todos os cursos que pudessem estar conectados às áreas alvo em estudo, nomeadamente, Hotelaria e Turismo. Realizou-se ainda uma nova pesquisa de forma a averiguar se haveria ainda algum curso ou instituição em falta.

Partindo dos resultados da pesquisa dos cursos ligados à Hotelaria e Turismo obtidos no site da DGES, foi realizada a exploração individual de cada um dos sites das instituições de

---

<sup>1</sup> <https://www.dges.gov.pt/guias/indcurso.asp>

ensino superior destacadas de forma a obter uma visão completa da oferta formativa que pudesse ser contemplada nesse local.

Seguidamente, foi efetuada uma análise de conteúdo de cada plano curricular/de estudos para verificar as unidades curriculares individuais contempladas nos respetivos planos, tendo sido analisadas todas aquelas que teriam componentes relacionadas com a área científica de Psicologia, com conteúdos relacionados com as Ciências Sociais e do Comportamento, Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal e Hospitalidade.

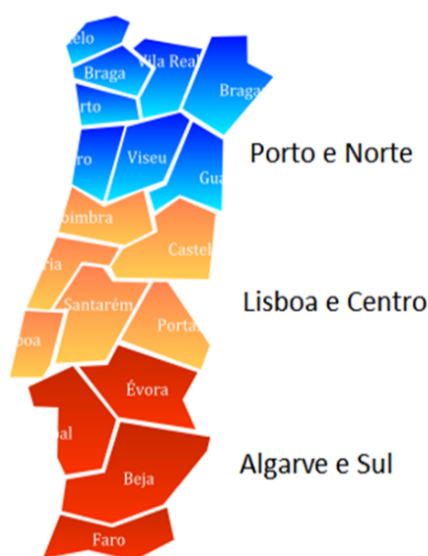
Feitas as análises aos planos curriculares e suas componentes procedeu-se então à construção de tabelas para posterior realização da interpretação dos resultados.

## **Capítulo IV:**

### **Resultados**

Foi realizada uma análise de conteúdo aos 144 planos curriculares/de estudos dos 34 estabelecimentos de ensino superior portugueses nos quais existiam cursos ligados com as áreas de Hotelaria e Turismo, tendo sido encontradas seis categorias nomeadamente, Psicologia, Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal e Hospitalidade. No que concerne à Psicologia, foram incluídas as unidades curriculares que estivessem assinaladas como pertencentes a essa área científica, semelhante processo foi realizado nas restantes categorias incluindo-se as unidades curriculares que, no seu conteúdo, pertencessem às categorias apontadas.

Os resultados são apresentados seguindo as seguintes regiões de Portugal Continental e Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. No que respeita a Portugal Continental seguiu-se a divisão do país em três zonas: Porto e Norte, Lisboa e Centro e Algarve e Sul (Figura 1<sup>2</sup>).



*Figura 1.*

Regiões naturais de Portugal Continental.

---

<sup>2</sup> <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Portugal-continental.png>

#### **4.1. Instituições/Cursos das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores**

A Tabela 1 apresenta a análise dos cursos existentes nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Começando pelo Instituto Superior de Administração e Línguas da Madeira, este apresenta três planos curriculares dos quais dois são cursos que conferem o grau de Licenciatura (L) e um Curso Técnico Superior Profissional (CTeSP), perfazendo um total de 80 unidades curriculares (UC). Destas 80 UC nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, quatro são dedicadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma se dedica ao estudo do Bem-Estar, uma aborda as Dinâmicas de Grupo, nenhuma se dedica exclusivamente ao Desenvolvimento Pessoal e igual panorama se apresenta no caso da categoria da Hospitalidade.

No que concerne à Universidade da Madeira obteve-se três planos curriculares, dos quais um confere o grau de Licenciatura e dois de CTeSP perfazendo um total de 80 UC. Destas, nenhuma na área da Psicologia, 11 estão ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento e nenhuma se dedica exclusivamente ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No caso da Universidade dos Açores, temos quatro planos curriculares dos quais um confere o grau de Licenciatura, dois de Mestrado (M) e um de Pós-Graduação (PG), perfazendo um total de 52 UC. Destas, nenhuma se encontra relacionada com a área científica de Psicologia, uma está ligada à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma se dedica ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No geral temos então que nestas instituições, foram analisados 10 planos curriculares dos quais quatro são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, dois de Mestrado, um de Pós-Graduação e três de Cursos Técnico Superior Profissional. Das 212 UC averiguadas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia nem com o Bem-Estar

ou Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade. Contudo, 16 relacionam-se com a área da Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento e uma dedicada às Dinâmicas de Grupo.

**Tabela 1**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
Instituto Superior de Administração e Línguas							
• (L) Turismo	32	0	2	0	0	0	0
• (L) Organização e Gestão Hoteleira	30	0	2	0	1	0	0
• (CTeSP) Informação e Animação Turística	18	0	0	0	0	0	0
Universidade dos Açores							
• (L) Turismo	28	0	0	0	0	0	0
• (M) Gestão do Turismo Internacional							
○ Gestão da Hospitalidade	7	0	0	0	0	0	0
○ Gestão dos Destinos Turísticos	7	0	0	0	0	0	0
• (PG) Turismo Cultural	10	0	1	0	0	0	0
Universidade da Madeira							
• (L) Direção e Gestão Hoteleira	40	0	9	0	0	0	0
• (CTeSP) Informação e Comercialização Turística	21	0	2	0	0	0	0

**Tabela 1 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (CTeSP) Marketing Digital no Turismo</li> </ul>	19	0	0	0	0	0	0
<b>Total:</b>	212	0	16	0	1	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituições: 3</li> <li>• Cursos: 10                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (L) Licenciatura: 4</li> <li>○ (M) Mestrado: 2</li> <li>○ (PG) Pós-Graduação: 1</li> <li>○ (CTeSP) Curso Técnico Superior Profissional: 3</li> </ul> </li> </ul>							

#### **4. 2. Instituições/Cursos da Zona do Algarve e Sul**

No que diz respeito à Zona do Algarve e Sul, na Tabela 2 é possível averiguar as instituições e seus cursos aí existentes onde se destacam quatro, nomeadamente o Instituto Politécnico de Beja com dois planos curriculares, sendo um curso que confere o grau de Licenciatura e um de Pós-Graduação, perfazendo um total de 46 unidades curriculares (UC). Destas 46 UC, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, uma dedicada-se à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma debruça-se sobre o estudo do Bem-Estar, das Dinâmicas de Grupo, do Desenvolvimento Pessoal ou da Hospitalidade.

Quanto ao Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes, temos dois planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura e um de Pós-Graduação, perfazendo um total de 54 UC. Destas, nenhuma se encontra relacionada com a área científica de Psicologia, seis estão ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No caso da Universidade do Algarve, temos nove planos curriculares dos quais dois são dos cursos que conferem o grau de Licenciatura e seis de Mestrado e um de CTeSP, perfazendo um total de 183 UC. Destas 183, quatro encontram-se relacionadas com a área científica de Psicologia, três ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, das Dinâmicas de Grupo, do Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

Quanto à Universidade de Évora, apresenta dois planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura com Mestrado Integrado (Lc/MI) e um de Mestrado, perfazendo um total de 75 UC. Destas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, 15 estão ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento,

nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No geral, temos então que das quatro instituições, foram analisados 15 planos curriculares dos quais quatro são cursos que conferem o grau de Licenciatura, um de Licenciatura com Mestrado Integrado, sete de Mestrado, dois de Pós-Graduação e um de Curso Técnico Superior Profissional. Das 358 UC verificadas, quatro encontram-se relacionadas com a área científica de Psicologia, 25 com a área da Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, e nenhuma está ligada ao Bem-Estar, às Dinâmicas de Grupo, ao Desenvolvimento Pessoal ou à Hospitalidade.

**Tabela 2**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Algarve e Sul*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
<b>Instituto Politécnico de Beja</b>							
• (L) Turismo	34	0	1	0	0	0	0
• (PG) Turismo- Gestão e Inovação	12	0	0	0	0	0	0
<b>Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes</b>							
• (L) Gestão Turística	48	0	3	0	0	0	0
• (PG) Organização e Gestão de Eventos de Negócio, Desporto e de Animação Turística	6	0	3	0	0	0	0
<b>Universidade do Algarve</b>							
• (L) Gestão Hoteleira	34	0	0	0	0	0	0
• (L) Turismo	31	1	1	0	0	0	0
• (M) Direção e Gestão Hoteleira	13	0	1	0	0	0	0
○ Hotelaria e Função Comercial							
○ Hotelaria, Empreendedorismo e Projetos de Investimento	13	0	1	0	0	0	0

**Tabela 2 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Algarve e Sul*

Instituições/Cursos	Nº Total de U.C.	Psicologia	Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento	Bem-Estar	Dinâmica de Grupo	Desenvolvimento Pessoal	Hospitalidade
• (M) Turismo	17	1	0	0	0	0	0
○ Marketing Turístico							
○ Gestão de Operações	17	1	0	0	0	0	0
○ Turismo, Cultura e Património	17	0	0	0	0	0	0
○ Gestão de Infraestruturas Turísticas	17	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Gestão de Animação Turística	24	1	0	0	0	0	0
<b>Universidade de Évora</b>							
• (Lc/MI) Turismo	60	0	15	0	0	0	0
• (M) Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos	15	0	0	0	0	0	0
<b>Total:</b>	<b>358</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
• Instituições: 4							
• Cursos: 15							
○ (L) Licenciatura: 4							

**Tabela 2 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Algarve e Sul*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
○ (Lc/MI)							
Licenciatura com							
Mestrado Integrado:							
1							
○ (M) Mestrado: 7							
○ (PG) Pós-Graduação: 2							
○ (CTePT) Curso Técnico Superior Profissional: 1							

### **4.3. Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro**

No que concerne à Zona de Lisboa e Centro, podemos observar na Tabela 3, a existência de 13 instituições, nomeadamente a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril com 17 planos curriculares, dos quais cinco são cursos que conferem o grau de Licenciatura, sete de Mestrado, dois de Doutoramento (D) e três de Pós-Graduação, perfazendo um total de 461 unidades curriculares (UC). Destas 461, quatro estão relacionadas com a área científica de Psicologia, 46 são dedicadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nove direcionadas ao estudo do Bem-Estar, uma aborda as Dinâmicas de Grupo e nenhuma dedica-se ao Desenvolvimento Pessoal ou à Hospitalidade.

No caso do Instituto Politécnico de Castelo Branco, temos dois planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura e um de Pós-Graduação, perfazendo um total de 50 UC. Destas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, duas estão conectadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

Quanto ao Instituto Politécnico de Coimbra, temos quatro planos curriculares dos quais um representa o curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e dois de Pós-Graduação, perfazendo um total de 62 UC. Destas, duas relacionam-se com a área científica de Psicologia, uma ligada à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma ao estudo do Bem-Estar, não existindo nenhuma que incida nas Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou na Hospitalidade.

No Instituto Politécnico de Leiria, verificou-se 12 planos curriculares, dos quais cinco cursos que conferem o grau de Licenciatura, quatro de Mestrado e três de CTeSP, perfazendo um total de 291 UC. Destas 291, uma relaciona-se com a área científica de Psicologia, 17 conectadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo

do Bem-Estar, duas incidem nas Dinâmicas de Grupo, uma dedica-se exclusivamente ao Desenvolvimento Pessoal e uma aplica-se ao estudo da Hospitalidade.

O panorama do Instituto Politécnico de Portalegre apresenta dois planos curriculares, dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura e um de CTeSP, perfazendo um total de 53 UC. Destas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, uma ligada à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No que diz respeito ao Instituto Politécnico de Santarém temos um plano curricular que do curso que confere o grau de Licenciatura com um total de 31 UC. Destas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, uma ligada à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No caso do Instituto Superior de Ciências Educativas, analisaram-se dois planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura e um de Pós-Graduação, perfazendo um total de 54 UC. Destas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, seis encontram-se ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou à Hospitalidade.

No Instituto Superior de Gestão (Lisboa) encontrou-se um plano curricular do curso que confere o grau de Licenciatura totalizando 35 UC. Destas, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, duas estão ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou à Hospitalidade.

Para o ISLA- Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém obteve-se dois planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura e um de

CTeSP, perfazendo um total de 53 UC. Destas 53, uma está relacionada com a área científica de Psicologia, três com a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou à Hospitalidade.

Na Universidade de Coimbra temos três planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e um de Doutoramento, perfazendo um total de 43 UC. Destas, nenhuma se encontra relacionada com a área científica de Psicologia, uma ligada à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma dedica-se ao estudo do Bem-Estar, não existe nenhuma que incida nas Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou na Hospitalidade.

No que concerne à Universidade Europeia verificou-se oito planos curriculares, dos quais três são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, um de Dupla Licenciatura, dois de Mestrado, um de Doutoramento e um de Pós-Graduação, perfazendo um total de 224 UC. Destas 224, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, duas são direcionadas para Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma foca-se no estudo do Bem-Estar, nenhuma aborda as Dinâmicas de Grupo ou o Desenvolvimento Pessoal e 15 enquadram-se na categoria da Hospitalidade.

No que diz respeito à Universidade Lusíada (Lisboa) averiguou-se um plano curricular do curso que confere o grau de Licenciatura, totalizando 31 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, três são direcionadas para Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma foca-se no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo ou Desenvolvimento Pessoal e quatro estão ligadas à Hospitalidade.

E por último, na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias verificou-se seis planos curriculares, dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e quatro de Pós-Graduação, perfazendo um total de 98 UC. Destas 98, nenhuma

está relacionada com a área científica de Psicologia, sete são direcionadas para Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma centra-se no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo ou Desenvolvimento Pessoal e uma encontra-se introduzida na categoria da Hospitalidade.

No geral observa-se que das 13 instituições analisadas, verificaram-se 61 planos curriculares, dos quais 23 são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, um de Dupla Licenciatura, 16 de Mestrado, quatro de Doutorado, 12 de Pós-Graduação e cinco de Cursos Técnico Superior Profissional. Das 1486 UC analisadas, oito encontram-se relacionadas com a área científica de Psicologia, 92 com a área da Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, 11 ligadas ao Bem-Estar, três dedicadas às Dinâmicas de Grupo, uma exclusiva para o Desenvolvimento Pessoal e 21 focadas na categoria da Hospitalidade.

**Tabela 3**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril							
• (L) Direção e Gestão Hoteleira	43	0	6	0	0	0	0
• (L) Gestão do Lazer e Animação Turística	44	1	4	0	1	0	0
• (L) Gestão Turística <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gestão de Empresas Turísticas</li> <li>○ Gestão de Destinos e Produtos Turísticos</li> </ul>	43	0	7	0	0	0	0
• (L) Informação Turística	51	0	7	0	0	0	0
• (M) Gestão Hoteleira	15	0	1	0	0	0	0
• (M) Gestão Hoteleira de Saúde e Bem-Estar <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Direção Comercial</li> <li>○ Direção de Operações</li> </ul>	15	0	1	3	0	0	0
• (M) Turismo e Comunicação	18	0	0	0	0	0	0

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
• (M) Turismo: Gestão Estratégica de Eventos	36	1	3	1	0	0	0
• (M) Turismo: Gestão Estratégica de Destinos Turísticos	36	1	3	1	0	0	0
• (M) Inovação em Turismo Ativo e Experiências	36	1	3	1	0	0	0
• (D) Planeamento dos Espaços Turísticos	14	0	0	0	0	0	0
• (D) Gestão de Destinos e Produtos Turísticos	14	0	0	0	0	0	0
• (PG) Empreendedorismo e Negócios Turísticos	15	0	2	0	0	0	0
• (PG) Gestão Estratégica de Empresas Hoteleiras	13	0	1	0	0	0	0
• (PG) Turismo e Transporte	10	0	0	0	0	0	0
<b>Instituto Politécnico de Castelo Branco</b>							
• (L) Turismo	38	0	2	0	0	0	0
• (PG) Master Executive em Gestão de Unidades	12	0	0	0	0	0	0

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
de Turismo em Espaço Rural							
Instituto Politécnico de Coimbra							
• (L) Turismo	35	2	1	0	0	0	0
• (M) Turismo do Interior: Educação para a Sustentabilidade	11	0	0	0	0	0	0
• (PG) Gestão Integrada de Destinos Turísticos	6	0	0	0	0	0	0
• (PG) Gestão Turística e Hoteleira	10	0	0	0	0	0	0
Instituto Politécnico de Leiria							
• (L) Animação Turística	36	1	1	0	1	1	0
• (L) Gestão							
○ Turística	36	0	1	0	0	0	0
○ Hoteleira	36	0	1	0	0	0	0
• (L) Marketing Turístico	38	0	1	0	0	0	0
• (L) Turismo	36	0	6	0	0	0	0
• (M) Gestão e Direção Hoteleira	13	0	1	0	0	0	0

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

Instituições/Cursos	Nº Total de U.C.	Psicologia	Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento	Bem-Estar	Dinâmica de Grupo	Desenvolvimento Pessoal	Hospitalidade
• (M) Marketing e Promoção Turística	13	0	1	0	0	0	0
• (M) Gestão de Turismo Sustentável	13	0	1	0	0	0	0
• (M) Turismo e Ambiente	13	0	1	0	0	0	0
• (CTeSP) Animação em Turismo de Natureza e Aventura	19	0	2	0	1	0	0
• (CTeSP) Gestão	19	0	1	0	0	0	1
• (CTeSP) Alojamento e Marketing Digital no Turismo	19	0	0	0	0	0	0
<hr/>							
Instituto Politécnico de Portoalegre							
• (L) Turismo	34	0	1	0	0	0	0
• (CTeSP) Turismo e Informação Turística	19	0	0	0	0	0	0
<hr/>							
Instituto Politécnico de Santarém							

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
• (L) Educação Ambiental e Turismo de Natureza	31	0	1	0	0	0	0
<b>Instituto Superior de Ciências Educativas</b>							
• (L) Gestão Turística	48	0	3	0	0	0	0
• (PG) Organização e Gestão de Eventos de Negócio, Desporto e de Animação Turística	6	0	3	0	0	0	0
<b>Instituto Superior de Gestão (Lisboa)</b>							
• (L) Gestão do Turismo	35	0	2	0	0	0	0
<b>ISLA- Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém</b>							
• (L) Gestão Turística	32	1	2	0	0	0	0
• (CTeSP) Gestão de Turismo	21	0	1	0	0	0	0
<b>Universidade de Coimbra</b>							

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
• (L) Turismo, Território e Património	25	0	0	0	0	0	0
• (M) Turismo, Território e Património	12	0	0	1	0	0	0
• (D) Turismo, Território e Património	6	0	1	0	0	0	0
<b>Universidade Europeia</b>							
• (L) Gestão Hoteleira	40	0	1	0	0	0	0
• (L) Gestão do Turismo e Hospitalidade	36	0	0	1	0	0	5
• (L) Turismo	40	0	1	0	0	0	0
• (DL) Turismo + Gestão Hoteleira	47	0	0	0	0	0	0
• (M) Gestão do Turismo e da Hotelaria	13	0	0	0	0	0	0
• (M) Gestão do Turismo Internacional	18	0	0	0	0	0	9
• (D) Gestão do Turismo	14	0	0	0	0	0	1
• (PG) Gestão Hoteleira	16	0	0	0	0	0	0
<b>Universidade Lusíada (Lisboa)</b>							
• (L) Gestão do Turismo	31	0	3	0	0	0	4

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias							
• (L) Turismo	38	0	3	0	0	0	0
• (M) Turismo	17	0	4	0	0	0	0
• (PG) Curso de Especialização em Direção Hoteleira	12	0	0	0	0	0	0
• (PG) Gestão de Eventos	9	0	0	0	0	0	0
• (PG) Gestão de Turismo de Mar	11	0	0	0	0	0	0
• (PG) Turismo Gastronómico	11	0	0	0	0	0	1
<b>Total:</b>	<b>1486</b>	<b>8</b>	<b>92</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>21</b>
• Instituições: 13							
• Cursos: 61							
○ (L) Licenciatura: 23							
○ (DL) Dupla Licenciatura: 1							
○ (M) Mestrado: 16							
○ (D) Doutoramento: 4							
○ (PG) Pós-Graduação: 12							

**Tabela 3 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona de Lisboa e Centro*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
○ (CTeSP) Curso Técnico Superior Profissional: 5							

#### **4.4. Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte**

Na Tabela 4 pondera-se as instituições e os cursos existentes na Zona do Porto e Norte onde verifica-se a existência de 14 instituições, nomeadamente a Escola Superior de Tecnologia de Fafe com quatro planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura e três de CTeSP, perfazendo um total de 98 unidades curriculares (UC). Destas 98, nenhuma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, três são dedicadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, cinco ponderam o estudo do Bem-Estar, nenhuma aborda as Dinâmicas de Grupo ou o Desenvolvimento Pessoal e duas incluem-se na categoria da Hospitalidade.

Temos também o Instituto Politécnico de Bragança onde consultou-se três planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e um de CTeSP, perfazendo um total de 60 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, nenhuma de Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma foca-se no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

Quanto ao Instituto Politécnico de Cávado de Ave observou-se três planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e um de Pós-Graduação, perfazendo um total de 64 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, três são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, ou o Desenvolvimento Pessoal e uma enquadra-se na categoria da Hospitalidade.

No Instituto Politécnico da Guarda averiguou-se cinco planos curriculares dos quais dois são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, um de Mestrado e dois de CTeSP, perfazendo um total de 135 UC. Destas 135, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, oito são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento,

cinco focam-se no estudo do Bem-Estar, nenhuma dedica-se às Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No que diz respeito ao Instituto Politécnico do Porto verificou-se 12 planos curriculares dos quais dois são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, três de Mestrado, um de *Master Executive* (ME), três de Pós-Graduação e três de CTeSP perfazendo um total de 233 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, 11 são pertencentes à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma foca-se no estudo do Bem-Estar, uma aborda as Dinâmicas de Grupo, nenhuma dedica-se exclusivamente ao Desenvolvimento Pessoal ou à Hospitalidade.

Quanto ao Instituto Politécnico de Viana de Castelo, observou-se cinco planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e três de CTeSP, perfazendo um total de 113 UC. Destas 113, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, 10 são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma foca-se no estudo do Bem-Estar, nenhuma aborda as Dinâmicas de Grupo, o Desenvolvimento Pessoal ou a Hospitalidade.

No Instituto Politécnico de Viseu averiguou-se três planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e um de CTeSP, perfazendo um total de 71 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, uma enquadra-se em Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma foca-se no estudo do Bem-Estar e nenhuma aborda as Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou a Hospitalidade.

No Instituto Superior de Administração e Gestão (Porto) verificou-se três planos curriculares dos quais dois são de cursos que conferem o grau de Licenciatura e um de CTeSP, totalizando um total de 97 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, nenhuma direcionada para a Sociologia/Ciências Sociais e do

Comportamento, Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, ou Desenvolvimento Pessoal e uma enquadra-se na categoria da Hospitalidade.

No caso do Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo ponderou-se sete planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, dois de Dupla Licenciatura, um de Mestrado, um de Pós-Graduação e dois de CTeSP, perfazendo um total de 198 UC. Destas 198, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, nove estão ligadas à Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma com estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

Quanto ao Instituto Universitário da Maia, este continha dois planos curriculares, um do curso que confere o grau de Licenciatura e um de Mestrado, perfazendo um total de 55 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, 12 são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma foca-se no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No caso da Universidade Católica Portuguesa, observou-se um plano curricular sendo esse do curso que confere o grau de Licenciatura contendo um total de 41 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, três são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma foca-se no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No que concerne à Universidade Lusófona do Porto verificou-se quatro planos curriculares dos quais um é do curso que confere o grau de Licenciatura, um de Mestrado e dois de Pós-Graduação, perfazendo um total de 65 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, duas na área de Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nenhuma no estudo do Bem-Estar, Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No que toca à Universidade Portucalense Infante D. Henrique observou-se cinco planos curriculares dos quais dois são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, um de Mestrado e dois de *Short Master* (SM), perfazendo um total de 98 UC. Destas 98, uma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, quatro são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma foca-se no estudo do Bem-Estar, nenhuma aborda as Dinâmicas de Grupo ou o Desenvolvimento Pessoal e 10 enquadram-se na categoria da Hospitalidade.

E por fim, no que diz respeito à Universidade de Trás-os-Montes, contemplou-se um plano curricular sendo esse do curso que confere o grau de Licenciatura contendo um total de 48 UC. Destas, nenhuma está relacionada com a área científica de Psicologia, duas são direcionadas para a Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, uma liga-se com o estudo do Bem-Estar, nenhuma aborda as Dinâmicas de Grupo, Desenvolvimento Pessoal ou Hospitalidade.

No geral temos então que das 14 instituições, foram analisados 58 planos curriculares dos quais 18 são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, dois de Dupla Licenciatura, 12 de Mestrado, um *Master Executive*, dois *Short Master*, sete de Pós-Graduação e 16 de Cursos Técnico Superior Profissional. Das 1376 UC averiguadas uma encontra-se relacionada com a área científica de Psicologia, 68 com a área da Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, 15 ligadas ao Bem-Estar, uma dedicada às Dinâmicas de Grupo, zero exclusivas para o Desenvolvimento Pessoal e 14 focadas na categoria da Hospitalidade.

**Tabela 4**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
<b>Escola Superior de Tecnologia de Fafe</b>							
• (L) Turismo	32	0	2	0	0	0	0
• (CTeSP) Gestão Hoteleira e Alojamento	22	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Animação em Turismo de Natureza e Aventura	22	0	0	2	0	0	0
• (CTeSP) Turismo de Saúde e Bem-Estar	22	0	1	3	0	0	2
<b>Instituto Politécnico de Bragança</b>							
• (L) Turismo	35	0	0	0	0	0	0
• (M) Marketing Turístico	9	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Promoção Turística e Cultural	16	0	0	0	0	0	0
<b>Instituto Politécnico do Cávado de Ave</b>							
• (L) Gestão de Atividades Turísticas	36	0	3	0	0	0	0
• (M) Gestão do Turismo	14	0	0	0	0	0	0

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
• (PG) Gestão de Alojamento Turístico	14	0	0	0	0	0	1
<b>Instituto Politécnico da Guarda</b>							
• (L) Gestão Hoteleira	42	0	2	0	0	0	0
• (L) Turismo e Lazer	40	0	5	0	0	0	0
• (M) Gestão e Sustentabilidade no Turismo	13	0	1	0	0	0	0
• (CTeSP) Gestão e Alojamento Turístico	21	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Turismo de Saúde e Bem-Estar	19	0	0	5	0	0	0
<b>Instituto Politécnico do Porto</b>							
• (L) Gestão de Atividades Turísticas	43	0	1	0	0	0	0
• (L) Gestão e Administração Hoteleira	40	0	2	0	0	0	0
• (M) Direção Hoteleira ○ Direção Comercial e Marketing	14	0	2	0	0	0	0

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
○ Hotelaria de Saúde e Bem-Estar	14	0	0	1	0	0	0
• (M) Gestão do Turismo	17	0	1	0	0	0	0
• (ME) Gestão de Unidades de Turismo em Espaço Rural	12	0	0	0	0	0	0
• (PG) Controlo de Gestão de Unidades de Alojamento	10	0	0	0	0	0	0
• (PG) Enoturismo	12	0	0	0	0	0	0
• (PG) Estratégia Digital e Redes Sociais na Hotelaria e Turismo	8	0	1	0	0	0	0
• (CTeSP) Animação Turística	21	0	0	0	1	0	0
• (CTeSP) Operações Hoteleiras	21	0	2	0	0	0	0
• (CTeSP) Turismo e Informação Turística	21	0	2	0	0	0	0
<b>Instituto Politécnico de Viana do Castelo</b>							
• (L) Turismo	37	0	7	0	0	0	0

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

Instituições/Cursos	Nº Total de U.C.	Psicologia	Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento	Bem-Estar	Dinâmica de Grupo	Desenvolvimento Pessoal	Hospitalidade
• (M) Turismo, Inovação e Desenvolvimento	12	0	3	0	0	0	0
• (CTeSP) Gestão do Turismo em Espaço Rural	21	0	0	1	0	0	0
• (CTeSP) Gestão Hoteleira	21	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Turismo Rural e de Natureza	22	0	0	0	0	0	0
<hr/>							
Instituto Politécnico de Viseu							
• (L) Turismo	38	0	1	1	0	0	0
• (M) Gestão Turística	12	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Enoturismo	21	0	0	0	0	0	0
<hr/>							
Instituto Superior de Administração e Gestão (Porto)							
• (L) Gestão Hoteleira	42	0	0	0	0	0	0
• (L) Turismo	36	0	0	0	0	0	1
• (CTeSP) Desenvolvimento de Produtos Turísticos	19	0	0	0	0	0	0

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo (Porto)							
• (L) Turismo	33	0	4	0	0	0	0
• (DL) Marketing e Publicidade e Turismo	51	0	2	0	0	0	0
• (DL) Turismo e Marketing e Publicidade	51	0	2	0	0	0	0
• (M) Turismo: Desenvolvimento de Produtos Turísticos	12	0	0	0	0	0	0
• (PG) Turismo e Gestão Hoteleira	10	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Itinerário Turístico e Promoção do Património	19	0	0	0	0	0	0
• (CTeSP) Gestão Hoteleira e Alojamento	22	0	1	0	0	0	0
Instituto Universitário da Maia							
• (L) Turismo	42	0	7	0	0	0	0

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

Instituições/Cursos	Nº Total de U.C.	Psicologia	Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento	Bem-Estar	Dinâmica de Grupo	Desenvolvimento Pessoal	Hospitalidade
• (M) Turismo, (M) Turismo, Património e Desenvolvimento Património e Desenvolvimento	13	0	5	0	0	0	0
<b>Universidade Católica Portuguesa</b>							
• (L) Turismo	41	0	3	0	0	0	0
<b>Universidade Lusófona do Porto</b>							
• (L) Turismo e Gestão de Empresas Turísticas	35	0	2	0	0	0	0
• (M) Gestão de Turismo	11	0	0	0	0	0	0
• (PG) Gestão de Turismo	10	0	0	0	0	0	0
• (PG) Gestão Hoteleira	9	0	0	0	0	0	0
<b>Universidade Portucalense Infante D. Henrique</b>							
• (L) Gestão da Hospitalidade	35	1	2	1	0	0	4
• (L) Turismo	36	0	2	0	0	0	0

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

Instituições/Cursos	Nº Total de U.C.	Psicologia	Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento	Bem-Estar	Dinâmica de Grupo	Desenvolvimento Pessoal	Hospitalidade
• (M) Turismo e Hospitalidade	12	0	0	0	0	0	0
• (SM) Green Tourism-Ecoturismo	7	0	0	0	0	0	0
• (SM) Turismo no Espaço Rural e Desenvolvimento Regional	8	0	0	0	0	0	0
<b>Universidade de Trás-os-Montes</b>							
• (L) Turismo	48	0	2	1	0	0	0
<b>Total:</b>	<b>1376</b>	<b>1</b>	<b>68</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>14</b>
• Instituições: 14							
• Cursos: 58							
○ (L) Licenciatura: 18							
○ (DL) Dupla Licenciatura: 2							
○ (M) Mestrado: 12							
○ (ME) Master Executive: 1							
○ (SM) Short Master: 2							

**Tabela 4 (Continuação)**

*Dados Correspondentes às Instituições/Cursos da Zona do Porto e Norte*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (PG) Pós-Graduação: 7</li> <li>○ (CTeSP) Curso Técnico Superior Profissional: 16</li> </ul>							

#### **4.5. Panorama Geral das Instituições/Cursos de Portugal**

Aqui, na Tabela 5, é possível então obter o panorama geral dos totais dos elementos ponderados anteriormente, observando-se então que das 34 instituições, foram analisados 144 planos curriculares dos quais 49 são de cursos que conferem o grau de Licenciatura, três de Dupla Licenciatura, um de Licenciatura com Mestrado Integrado, 37 de Mestrado, um de *Master Executive*, dois de *Short Master*, quatro de Doutoramento, 22 de Pós-Graduação e 25 de Cursos Técnico Superior Profissional. Das 3432 unidades curriculares averiguadas 13 encontram-se relacionadas com a área científica de Psicologia, 201 com a área da Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, 26 ligadas ao Bem-Estar, cinco dedicadas às Dinâmicas de Grupo, uma exclusiva para o Desenvolvimento Pessoal e 35 focadas na categoria da Hospitalidade.

**Tabela 5**

*Dados Correspondentes aos Valores Totais de Cada Elemento*

<b>Instituições/Cursos</b>	<b>Nº Total de U.C.</b>	<b>Psicologia</b>	<b>Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento</b>	<b>Bem-Estar</b>	<b>Dinâmica de Grupo</b>	<b>Desenvolvimento Pessoal</b>	<b>Hospitalidade</b>
Instituições: 34	3432	13	201	26	5	1	35
Cursos: 144							
• (L) Licenciatura: 49							
• (DL) Dupla Licenciatura: 3							
• (Lc/MI) Licenciatura com Mestrado Integrado: 1							
• (M) Mestrado: 37							
• (ME) Master Executive: 1							
• (SM) Short Master: 2							
• (D) Doutorado: 4							
• (PG) Pós-Graduação: 22							
• (CTeSP) Curso Técnico Superior Profissional: 25							

**Capítulo V:**  
**Discussão e Conclusão**

A Psicologia, a Educação e o Turismo são três grandes áreas científicas que juntas são complementares e detêm imenso potencial para o futuro do Ensino Superior. O Turismo é uma das áreas económicas mais relevantes para Portugal e por tal, a nossa Educação deverá ter um papel fundamental na formação de futuros profissionais neste setor de forma a potenciar a sua sustentabilidade futura. Porém, o carácter multidisciplinar desta indústria leva a considerar a Psicologia e a Psicologia da Educação também como áreas cruciais para a própria compreensão deste sistema, mas sobretudo das pessoas que nos visitam.

Com este pensamento em mente, o presente estudo teve com principal premissa aliar a Psicologia, a Educação e o Turismo na procura de compreender se os cursos de Hotelaria e Turismo no ensino superior incluem conteúdos ou variáveis ligadas à ciência psicológica e se têm em consideração as características psicológicas dos turistas que visitam, neste caso, Portugal.

Os resultados desta análise documental revelam que, de um modo geral, existe uma diminuta presença de unidades curriculares (UC) que estejam focadas na área científica de Psicologia, ou seja, das 3432 unidades curriculares analisadas apenas 13 enquadram-se nesta área científica. Este resultado pode dever-se ao facto de que, tal como Scott (2020) refere, apesar das teorias psicológicas serem aplicadas na investigação no turismo, as mesmas tendem a não ser reavaliadas levando ao surgimento de novas teorias e com isso alia-se muitas vezes confusão na própria literatura da área. Esta confusão ou este vasto conjunto de informação, talvez muito dispersa, poderá estar a levar a que as instituições em Portugal não estejam atentas à necessidade de incluir variáveis psicológicas no seu currículo. Contudo, como Skavronskaya, Moyle e Scott (2020) afirmam, o turismo oferece uma oportunidade, fora dos “laboratórios” científicos, onde as teorias cognitivas podem ser aplicadas. Deste modo, estes investigadores acrescentam ainda que conhecer os processos mentais que fazem

parte integrante das experiências turísticas poderá ajudar a melhor compreender os comportamentos dos turistas nos vários destinos que visitam.

É interessante assim notar que, nos resultados deste estudo, apesar de existirem até inúmeras UC ligadas à área de Sociologia/Ciências Sociais e do Comportamento, nas quais se abordam alguns aspetos relacionados com o bem-estar, o comportamento humano, entre outros, denota-se que existe uma falta de bases e conteúdos no campo da Psicologia para melhor preparar os discentes para se adaptarem às necessidades atuais deste setor, tendo em conta o turista e o seu perfil psicológico.

Nesta ótica, Fotiadis, Vasiliadis e Tzung-Cheng (2020) mencionam a existência de uma relação entre a ciência psicológica e os novos métodos utilizados na indústria do turismo, como as neurociências, a inteligência artificial ou até mesmo a análise de dados (“*big data analysis*”), sendo que esta relação pode oferecer novas formas de compreender a nova era de turismo e de hospitalidade que estamos a vivenciar. Neste aspeto salienta-se ainda o estudo de Garcês, Pocinho e Jesus (2020) os quais numa investigação recente revelam que, no contexto madeirense, os turistas demonstram maior bem-estar particularmente em atividades/experiências relacionadas com a(s) pessoas/hospitalidade, a gastronomia e os eventos culturais. Este mesmo estudo aponta um perfil psicológico do turista neste destino que revela-se ser alguém que procura divertir-se, mas também é alguém que busca novas experiências e o desenvolvimento de novas relações com novas pessoas. Existe então uma relação de extrema importância entre a Psicologia e o Turismo, sendo esta crucial quando se procura compreender o turista, mas também no desenvolvimento de experiências turísticas mais completas e positivas. Este estudo demonstra ainda a relevância da hospitalidade, como uma variável fundamental e que devia estar presente em maior número na lecionação de UC na formação superior de cursos de Hotelaria e Turismo.

Weiler, Torland, Moyle e Hadinejad (2018, p. 277), numa pesquisa onde procuraram descobrir a contribuição da Psicologia ao nível de dissertações de doutoramento em turismo, concluíram que “motivation/destination choice, tourist behaviour/experiences, and attitudes/satisfaction are the most prevalent conceptual themes studied and expectancy-value theory the most frequently-invoked theory by psychology informed doctoral research in tourism”. Num outro estudo, Weiler, Moyle e McLennan (2012) analisaram a influência disciplinar e a multidisciplinaridade na investigação doutoral em turismo nos Estados Unidos, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, entre 1951 e 2010, e revelaram um aumento exponencial de investigação nesta área, sendo que a Psicologia, assim como os estudos ambientais e até mesmo a antropologia contribuíram com “the greatest number of doctoral dissertations” nesse período.

Deste modo, a Educação para o turismo e a inclusão da Psicologia deveria ter em maior atenção e valorização a associação entre o foro psicológico e o bem-estar para o próprio impacto que este tem no turismo, algo que, pelo analisado dos planos curriculares, carece ainda de ser ponderado face à mutabilidade dos perfis dos turistas e a acrescida importância que tem vindo cada vez mais a ser dada à saúde mental, ao bem-estar e à própria Psicologia.

Nesta conjuntura, Bakar (2020) afirma que

“unless our future tourism professionals live up to that stewardship standard, we need to question what tourism higher education is actually doing. We do not imply that universities are the only places where students acquire intellectual and moral values.

However, ethics and value commitment are fundamental to any profession and professional higher education has to address this.” (p. 1)

Por esta razão, a Educação tem de adaptar-se à nova realidade do turismo, à nova realidade de quem é o turista do século XXI e, simultaneamente, de descobrir novas formas

de fomentar o bem-estar nos diferentes destinos através de recursos humanos competentes e inovadores. Neste sentido, Bakar (2020, p. 1) volta a afirmar que “Tourism higher education management and educators have a serious role in influencing our future leaders to live lives of consequence and setting the foundation for a sustainable approach to tourism.” Qian, Law, e Li (2019) vão mais além, e afirmam mesmo que aumentar a qualidade da educação no turismo através da ênfase no talento humano, de modo a colmatar as necessidades do mercado, tornou-se crucial para o desenvolvimento sustentável desta indústria.

Nesta linha de raciocínio este estudo demonstra a necessidade de reformulação dos currículos onde componentes e variáveis de carácter psicológico devem estar presentes, pois poderão dar contributos fundamentais para melhor compreender os diferentes intervenientes do sistema numa outra perspetiva, neste caso, psicológica.

Como em qualquer estudo existem sempre limitações e com isso sugestões de melhoria e de futuros estudos, na realização da pesquisa documental, foi utilizada a plataforma digital da Direção Geral do Ensino Superior (DGES) onde apenas é possível encontrar os cursos que conferem grau de licenciatura, mestrado ou doutoramento sendo necessária uma análise pormenorizada dos *websites* das instituições para contemplar uma visão mais completa da sua oferta formativa. Nesta plataforma também foi averiguada uma ausência de vários cursos e até mesmo de algumas instituições de ensino superior, pelo que acresceu uma pesquisa digital e individual aos websites das instituições que não apresentam informação na plataforma da DGES. Foram encontradas também algumas limitações na obtenção de dados para o estudo na medida em que algumas das instituições não foram encontradas nas plataformas digitais os planos curriculares nem os despachos do Diário da República nos quais esses constavam o que dificultou a procura. Por outro lado, ao se estabelecer contacto com as instituições cuja informação não estava disponível, não houve retorno de resposta num caso em particular.

Neste sentido, para uma visão mais holística, será deveras importante considerar que deveriam estar associados aos planos curriculares os seus documentos legais ou uma referência que possibilite encontrá-los, pois, ao se consultar o Diário da República é possível ter uma ideia mais completa que por vezes apenas os planos curriculares não deixam transparecer. Uma outra limitação, ocorreu pelo facto de ter-se verificado que diferentes instituições enquadram as mesmas UC em áreas científicas diferentes, o que pode sugerir uma certa incongruência das próprias instituições sobre a decisão de em que áreas “encaixar” essas UC.

Ainda como limitação, é importante referir que inicialmente este trabalho tinha como premissa compreender a perceção dos professores dos cursos de Hotelaria e Turismo sobre se consideravam que os conteúdos que lecionam e se as competências adquiridas vão ao encontro das características do perfil psicológico do turista que visita a Região Autónoma da Madeira. Contudo, com a pandemia do COVID-19 que assolou o mundo, não foi possível realizar este estudo pelo qual, foi necessário efetuar uma reformulação deste trabalho. Futuramente, seria de pertinência recolher estas perceções, daqueles que formam os indivíduos que irão trabalhar nestas áreas, assim como também seria pertinente tentar perceber a perceção dos alunos face à formação e a aplicabilidade das aquisições das aprendizagens no dia-a-dia e particularmente, da sua perceção face à relevância de introduzir UC de Psicologia e/ou variáveis associadas nos seus currículos.

Futuramente sugere-se que mais estudos sejam realizados na medida de perceber a importância e o impacto que a Psicologia tem no setor do turismo e, conseqüentemente, como se deveria abordar este aspeto quando educam-se e formam-se pessoas para atuarem na área do turismo. Assim, seria passível existir uma reformulação da estruturação dos cursos de Hotelaria e Turismo, de forma a atenderem aos perfis psicológicos dos turistas e ao seu bem-estar, que são fatores cada vez mais valorizados na atualidade.

## Referências Bibliográficas

- Bakar, B. (2020). Integrating spirituality in tourism higher education: A study of tourism educators perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 34, 1-11.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100653>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições, 70.
- Bimonte, S., & Faralla, V. (2015). Happiness and outdoor vacations appreciative versus consumptive tourists. *Journal of Travel Research*, 54(2), 179-192.  
<https://doi.org/10.1177%2F0047287513513171>
- Bock, A. M. B, Furtado, O., & Teixeira, M. D. L. T. (2019). *Psicologia*. Saraiva Educação AS.
- Castro, M. (2019). *Empire and tourism*. ArTravel.
- Chang, L., & Beise-Zee, R. (2013). Consumer perception of healthfulness and appraisal of health-promoting tourist destinations. *Tourism Review*, 68(1), 34-47.  
<https://doi.org/10.1108/16605371311310066>
- Cornell, D. A. V., Tugade, L. O., & De Sagun, R. (2019). Tourism quality of life (TQOL) and local resident's attitudes towards tourism development in Sagada, Philippines. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, (31), 9-34.
- Corvo, P. (2011). The pursuit of happiness and the globalized tourist. *Social Indicators Research*, 102(1), 93- 97. <https://doi.org/10.1007/s11205-010-9725-1>
- Cunha, L. (2010b). Desenvolvimento do turismo em Portugal: Os primórdios. *Fluxos & Riscos*, (1), 127-149.
- Dewi, N. P. D. U. (2020). Tourism education in a new normal era. *Jayapangus Press Books*, 405-420.

- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43.  
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Fundação para a Ciência e Tecnologia [FCT] (2019). *Agenda Temática de Investigação e Inovação Turismo, Lazer e Hospitalidade, Lisboa: FCT*.  
<https://doi.org/10.34621/fct.edicoes.agendastematicas-2>
- Fotiadis, A. K., Vassiliadis, C. A., & Huan, T. C. (2020). Investigating the Impact of Current Issues on Leisure, Tourism, and Hospitality in Psychological Science. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-3. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.596868>
- Garcês, S., Pocinho, M., & Jesus, S. (2018a). Positive psychology research as a framework for a new conceptual model in tourism settings. In M. Milcu, M. Stevens, & I. Dahl (Eds.). *Modern Research in Health, Education and Social Sciences. From Evaluation to Intervention* (pp. 339-344). Editura Universitară.
- Garcês, S., Pocinho, M., & Jesus, S. (2018b). *O turismo pelas “lentes” da psicologia positiva: Um projeto em desenvolvimento*. Comunicação apresentada no III Congresso Português de Psicologia Positiva/ I Simpósio Luso-Brasileiro de Psicologia Positiva, Lisboa, Portugal.
- Garcês, S., Pocinho, M., & Jesus, S. (2018c). Educate for tourism. In M. Pocinho, S. Garcês, M. Rodrigues, & E. Câmara (Org.). *Stress e educação: Livro de atas das jornadas de psicopedagogia* (pp. 278-292). Escola Básica dos 2º e 3º ciclos do Caniço.
- Garcês, S., Pocinho, M., & Jesus, S. (2020). Psychometric analysis of the Tourism Wellbeing Scale (TWS): A multidisciplinary approach. *Anais da Academia Brasileira de Ciências*, 92(1),1-12. <https://doi.org/10.1590/0001-3765202020190232>

- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S., Câmara, E., & Martins, P. (2020). Exploring creativity and wellbeing characteristics of Portuguese tourists. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 8(1), 4-15.
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S., & Rieber, M. (2018). Positive psychology & tourism: A systematic literature review. *Tourism and Management Studies*, 14(3), 41-51.  
<https://doi.org/10.18089/tms.2018.14304>
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2002). A study of the impact of the expectation of a holiday on an individual's sense of well-being. *Journal of Vacation Marketing*, 8(4), 352-361.  
<https://doi.org/10.1177%2F135676670200800406>
- Gondim, S. M. G., Bastos, A. V. B., & Peixoto, L. S. A. (2010). *Áreas de atuação, atividades e abordagens teóricas do psicólogo brasileiro*. Artmed.
- Gyr, U. (2010). The history of tourism: Structures on the path to modernity. *Notes*, 2(8), 1-18.
- Hjalager, A. M., & Flagestad, A. (2012). Innovations in well-being tourism in the nordic countries. *Current Issues in Tourism*, 15(8), 725-740.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2011.629720>
- Konu, H., & Laukkanen, T. (2010). Predictors of tourist's wellbeing holiday intentions in Finland. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 144-149.  
<https://doi.org/10.1375/jhtm.17.1.144>
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of tourism research*, 6(4), 390-407.  
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, 26, 135-142.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.002>

- Lima, J. L. O., & Manini, M. P. (2016). Metodologia para a análise de conteúdo qualitativa integrada à técnica de mapas mentais com o uso dos softwares Nvivo e Freemind. *Informação & Informação*, 21(3), 63-100. <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2016v21n3p63>
- Liu, K. (2013). Happiness and tourism. *International Journal of Business and Social Science*, 4(15), 67-70.
- Machado, W. D. L., & Bandeira, D. R. (2012). Bem-estar psicológico: Definição, avaliação e principais correlatos. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 29(4), 587-595. <https://doi.org/10.1590/S0103-166X2012000400013>
- Mariz, V. F. (2011). O desenvolvimento do turismo em Portugal pela “política do espírito” de António Ferro (1932-1949). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (16), 35-48. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i16.13363>
- Margolis, S., Schwitzgebel, E., Ozer, D. J., & Lyubomirsky, S. (2020). *Measuring well-being: Interdisciplinary perspectives from the social sciences and the humanities*. Oxford University Press.
- Marujo, N. (2017). A Psicologia do turismo na educação superior de turismo em Portugal. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 10(22), 1-8.
- Matos, A. C. D., & dos Santos, M. L. F. (2004). Os guias de turismo e a emergência do turismo contemporâneo em Portugal (dos finais de século XIX às primeiras décadas do século XX). *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 8(167), 1-21.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42-65. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.001>

- Milman, A. (1998). The impact of tourism and travel experience on senior travellers' psychological well-being. *Journal of Travel Research*, 37, 166-170.  
<https://doi.org/10.1177%2F004728759803700208>
- Minca, C., & Oakes, T. (2014). Tourism after the postmodern turn. In A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Eds.). *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp. 294-303). John Wiley & Sons.
- Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. In *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development*, 70-75. <https://doi.org/10.15242/IICBE.DIR1216411>
- Nawijn, J. (2011a). Happiness through vacationing: Just a temporary boost or long-term benefits?. *Journal of Happiness Studies*, 12(4), 651-665.
- Nawijn, J. (2011b). Determinants of daily happiness on vacation. *Journal of Travel Research*, 50(5), 559-566. <https://doi.org/10.1177%2F0047287510379164>
- Nawijn, J., Mitas, O., Lin, Y., & Kerstetter, D. (2012). How do we feel on vacation? A closer look at how emotion change over the course of a trip. *Journal of Travel Research*, 52(2), 256-274. <https://doi.org/10.1177%2F0047287512465961>
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism: A modern synthesis*. Routledge.
- Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.011>
- Peterson, C. (2009). Positive psychology. *Reclaiming Children and Youth*, 18(2), 3-7.
- Peterson, C. (2013). *Pursuing the good life: 100 reflections in positive psychology*. Oxford University Press.

- Qian, J., Law, R., & Li, X. (2019). Education research in tourism: A longitudinal study of 77 articles between 2008 and 2017. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism*, 24, 120-129. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.02.003>
- Robinson, M., & Novelli, M. (2005). Niche tourism: An introduction. In M. Novelli (Ed.). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 1-11). Routledge.
- Scott, N. (2020). Cognitive psychology and tourism - Surfing the “cognitive wave”: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 49-51. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0217>
- Seligman, M. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Seligman, M., & Csikszentmihalyi, M. (2014). Positive psychology: A introduction. In M. Csikszentmihalyi (Ed.), *Flow and foundations of positive psychology: The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi* (pp. 279-298). Springer.
- Seligman, M. (2018). PERMA and the building blocks of well-being. *The Journal of Positive Psychology*, 13(4), 333-335. <https://doi.org/10.1080/17439760.2018.1437466>
- Sen, A. K. (1993). Capability and well-being. In D. M. Hausman (Ed.). *The philosophy of economics an anthology* (pp. 270-293). Cambridge University Press.
- Silva, O. D., & Kemp, S. (2008). A evolução histórica do turismo: Da antiguidade clássica a revolução industrial—século XVIII. *Revista Científica Eletrônica de Turismo*, 5(9), 50-67.
- Skavronskaya, L., Moyle, B., & Scott, N. (2020). The experience of novelty and the novelty of experience. *Frontiers in Psychology*, 11(322), 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00322>
- Smith, M., & Puczko, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Elsevier

- Sokhanvar, A., Çiftçiöğlü, S., & Javid, E. (2018). Another look at tourism-economic development nexus. *Tourism Management Perspectives*, 26, 97-106.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.03.002>
- Todorov, J. C. (2012). *A psicologia como estudo das interações*. Instituto Walden4.
- Towner, J. (1985). The Grand Tour: a key phase in the history of tourism. *Annals of tourism research*, 12(3), 297-333. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90002-7)
- Towner, J. (1988). Approaches to tourism history. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 47-62.  
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90070-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90070-9)
- Towner, J., & Wall, G. (1991). History and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 71-84. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90040-I](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90040-I)
- Towner, J. (1995). What is tourism's history?. *Tourism Management*, 16(5), 339-343.  
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00032-J](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00032-J)
- Turismo de Portugal (2017). *Estratégia turismo 2027: Liderar o turismo do futuro*.  
[https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia\\_Turismo\\_Portugal\\_E\\_T27\\_0.pdf](https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_E_T27_0.pdf)
- Turismo de Portugal (2020). *Visão geral*.  
[http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/visao\\_geral/Paginas/default.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx)
- Vada, S., Prentice, C., & Hsiao, A. (2019). The role of positive psychology in tourists' behavioural intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 293-303.  
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.015>
- Van Zanden, J. L., Baten, J., d'Ercole, M. M., Ripjma, A., & Timmer, M. P. (2014). *How was life?: Global well-being since 1820*. OECD Publishing.
- Vukonić, B. (2012). An outline of history of tourism theory. In C. H. C. Hsu, & W. C. Gartner (Eds.). *The routledge handbook of tourism research* (pp. 3-27). Routledge.

Weiler, B., Moyle, B., & McLennan, C. (2012). Disciplines that influence tourism doctoral research: The United States, Canada, Australia and New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1425-1445. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.009>

Weiler, B., Torland, M., Moyle, B. D., & Hadinejad, A. (2018). Psychology-informed doctoral research in tourism. *Tourism Recreation Research*, 43(3), 277-288. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1460081>