



Anabela Figueiredo Machado Monteiro

A mobilidade académica Europeia e o turismo educativo e cultural: Fatores de decisão e de motivação.

Tese de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura orientada por Professor
Doutor Rui Adelino Machado Gomes e apresentada à Faculdade de Letras da
Universidade de Coimbra e Faculdade de Ciências do Desporto e Educação
Física da Universidade de Coimbra

Setembro/2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Nota de Abertura

Tese de Doutoramento apresentada à Universidade de Coimbra - Faculdades de Letras e Faculdade Ciências do Desporto e Educação Física, por Anabela Figueiredo Machado Monteiro, no âmbito do Curso de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura – Ramo Lazer e Desporto, intitulada “A mobilidade académica Europeia e o turismo educativo e cultural: fatores de decisão e de motivação” para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Rui Adelino Machado Gomes, Professor catedrático da Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física.

Coimbra, 2014



Ó SENHOR Deus, eu te agradeço de todo o coração; diante de todos os deuses eu canto hinos de louvor a ti.

Por causa do teu amor e da tua fidelidade, eu me ajoelho virado para o teu santo Templo e dou graças a ti. Pois tens mostrado que o teu nome e as tuas promessas estão acima de tudo.

Quando te chamei, tu me respondeste e, com o teu poder, aumentaste as minhas forças.

Ó SENHOR Deus, todos os reis da terra te louvarão quando ouvirem falar das tuas promessas.

Eles cantarão a respeito das coisas que tu, ó SENHOR, tens feito, pois grande é a tua glória.

Tu estás lá nas alturas, mas assim mesmo te interessas pelos humildes, e os orgulhosos não podem se esconder de ti.

Quando estou cercado de perigos, tu me dás segurança. A tua força me protege do ódio dos meus inimigos; tu me salvas pelo teu poder.

Tu cumprirás tudo o que me prometeste. O teu amor dura para sempre, ó SENHOR Deus. Não abandones o trabalho que começaste.¹

Obrigado meu pai!

2

¹ Livro: Salmos - Capítulo 138 - Hino de ação de graças

² Imagem da Capa da autoria da artista Plástica Vera Gonçalves

Agradecimentos

Ao concluir esta investigação quero deixar expresso o meu profundo agradecimento a pessoas e instituições que contribuíram para a sua realização:

- Agência Nacional PROALV pelo apoio na cedência de informação;
- Aos diversos Gabinetes de mobilidade académica presentes nas instituições de ensino superior pelo apoio dada na obtenção de informação junto dos alunos;
- A Escola Superior de Artes e Design do Instituto Politécnico de Leiria pelo apoio;
- A todos colegas e amigos que sempre acreditaram em mim e que nos momentos mais depressivos ajudavam-me a acreditar;
- A todos que com as suas críticas e sugestões apoiaram a concretização deste trabalho, em especial à Andreia Fidalgo, Rosa Marcos, Hélder Gorjão, Rita Frutuoso, Eduarda Abrantes, Luísa Arroz e António Belisário;
- Vera Gonçalves obrigada pela inspiração e motivação;
- Ao meu marido pela paciência;
- À minha filha Sara o meu profundo agradecimento por ter consentido que muito do tempo que lhe era merecido fosse usado na produção desta tese;
- À minha filha Safira, companheira neste longo caminho, que sempre me lembrava “Mãe tu és capaz”, obrigada filha sem ti era impossível;
- Aos meus país e avó que sempre estiveram ao meu lado; Mãe esta é para ti!
- Ao Bruno Nunes que sem nunca me ter conhecido presencialmente foi um elemento essencial nesta tese, o meu grande apreço – muito obrigada;
- Ao meu irmão, não chegam as palavras que possa escrever, ele foi o provedor deste sonho sem ele nada teria sido possível. E sobretudo obrigada por sentires orgulho da tua maninha.

- Ao meu orientador a quem agradeço profundamente todos os seus conselhos e paciência ao longo destes cinco anos.

Este trabalho teve o apoio dos Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade-COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT-Fundação para a Ciência e Tecnologia no âmbito do projeto PTDC/IVC-PEC/5049/2012, Brain Drain And Academic Mobility from Portugal to Europe, coordenado pelo Investigador Responsável Rui Adelino Machado Gomes.

Resumo

O objetivo deste estudo divide-se em duas questões de partida. Por um lado a investigação dos motivos e fatores de decisão que estimulam a realização de uma mobilidade académica europeia e, por outro, a identificação dos padrões e tendências que aproximam a mobilidade académica do turismo educacional e cultural.

Para obtenção dos dados optou-se pela aplicação de inquéritos administrados de forma direta em formato *online*, em inglês e português. Foram administrados 880 inquéritos a 463 estudantes portugueses (*outgoing*) e 417 estudantes estrangeiros (*incoming*), que realizaram uma mobilidade académica inserida no programa Erasmus durante os anos letivos 2009/2010 (2º semestre) e 2010/2011 (1º semestre).

O tratamento dos dados dos inquéritos foi, numa primeira fase, submetido a uma análise estatística descritiva. Numa segunda fase foi efetuada uma análise estatística inferencial com o teste *T Student* (SPSS 19), ferramenta que permitiu verificar se existiam diferenças significativas entre as amostras e assim obtendo resposta às hipóteses colocadas. A estatística comparativa facultou dados que identificaram características semelhantes e diferentes entre grupos (*incoming/outgoing*), de género e relação entre motivos académicos e motivos turísticos. Por último, para identificar padrões de comportamentos, optámos por efetuar uma análise de *clusters* e, dadas as características das variáveis que o nosso estudo comporta, optámos por utilizar o algoritmo *Two Step*.

Os dados provenientes dos estudos empíricos permitiram identificar os motivos e fatores de decisão mais valorizados pelos estudantes aquando da tomada de decisão de realizar uma mobilidade académica.

De entre os resultados obtidos destaca-se que a mobilidade académica tem associado à tomada de decisão um motivo principal, mas não único. A decisão é tomada mediante um motivo principal, mas influenciado por uma associação de outros fatores motivadores e decisivos. Outra característica

importante, que se destaca, é que a decisão é pessoal, sendo que as particularidades culturais e sociais do habitat em que o estudante vive são um fator influente e preponderante na decisão. Esta distinção está patente aquando da aplicação da análise de *clusters*, em que obtivemos três grupos distintos: um primeiro grupo engloba todos os inquiridos que privilegiam atividades ligadas à cultura; um segundo grupo, onde predominam os alunos estrangeiros que realizam uma mobilidade académica em Portugal que procuram ter novas experiências sobretudo a nível pessoal; um terceiro grupo constituído maioritariamente por alunos portugueses que realizam uma mobilidade académica na Europa, e que procuram um desenvolvimento a nível cultural e académico. Cada grupo tem especificidades que nos permitem distingui-los entre si, identificando os motivos e fatores de decisão de cada um.

A conclusão deste estudo permite identificar que os motivos e fatores de decisão se relacionam, sobretudo, com o segmento do turismo cultural. Existindo no entanto, no grupo dos estudantes portugueses, características que o interligam, também, ao turismo educacional. Esta investigação identifica nas suas linhas gerais que não existe um motivo predominante, mas sim uma associação de indicadores que são a alavanca na tomada de decisão.

Abstract

The aim of this study is divided into two main issues. On the one hand the investigation of the motives and decision factors that stimulate the realization of a European academic mobility, and secondly, the identification of patterns and trends that bring together academic mobility and cultural and educational tourism.

The data was obtained through the application of surveys administered directly in an online format, in English and Portuguese. 880 surveys were administered to 463 Portuguese students (outgoing) and to 417 foreign students (incoming), which attended an academic mobility inserted in the Erasmus program during the academic years 2009/2010 (2nd semester) and 2010/2011 (1st semester).

First, the data from the survey was initially subjected to a descriptive statistical analysis. In the second phase, the data was subjected to an inferential statistical analysis with the Student T test (SPSS 19), a tool that allowed us to check whether there were significant differences between samples and thus obtaining answers to the assumptions made. The comparative statistical analysis has provided data that identified characteristics similar and different between groups (incoming / outgoing) about the relationship between academic reasons and tourism motives. Finally, to identify behaviour patterns, we decided to make a cluster analysis and, given the characteristics of the variables of our study, we decided to use the Two Step algorithm.

The data obtained from the empirical studies has allowed to identify the reasons and decision factors most valued by students when making a decision to conduct an academic mobility.

From the results obtained, we highlight that the decision making process in choosing an academic mobility program is associated with one main reason, but not unique. The decision is made by one main reason, but influenced by a combination of factors. Another important feature that stands out is that the

decision is personal, and the cultural and social habitat in which student lives is a prominent and influential factor in the decision. This distinction is evident at the cluster analysis, in which we obtained three distinct groups: the first group includes all respondents who prefer activities related to culture, a second group, dominated by foreign students who perform an academic mobility in Portugal and seek to have new experiences especially on a personal level and a third group consisting mainly of Portuguese students who perform academic mobility in Europe, and are seeking cultural and academic development. Each group has specific characteristics that allow us to distinguish them from each other, identifying their distinctive reasons and decision factors.

The conclusion of this study identified that the reasons and decision factors relate mainly to the segment of cultural tourism. There are, however, in the group of Portuguese students, features that connect also to educational tourism. This research identifies in general terms that there is no predominant reason but a combination of indicators that are the lever in decision making.

Índice remissivo de figuras, tabelas, gráficos e quadros

Figura 1: The shift from cultural to creative tourism (Richards, 2009, p. 83)	74
Figura 2 - Perfis do turista cultural e criativo. Fonte (Carvalho, 2011, p. 31)....	76
Figura 3 - A emergência do «Turismo Criativo» (Gonçalves, 2008).....	77
Figura 4 - Hierarquia das necessidades de Maslow	125
Figura 5 - Teoria de dois fatores	126
Figura 6 - Teoria de ERG	127
Figura 7 - Teoria da expectativa- adaptado de Robbins.....	129
Figura 8 - Os três níveis de explicação do comportamento do consumidor (Quadro adaptado Bernard Dubois 1993)	131
Figura 9 - A interpretação da mensagem (Floch).....	134
Figura 10 - O caminho do feedback	138
Figura 11 - Logotipo do programa de mobilidade ERASMUS	164
Figura 12 - Mapa das 20 cidades mais escolhidas pelos alunos portugueses em ERASMUS. Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011	177
Figura 13 - Mapa dos 20 países mais escolhidos pelos alunos em ERASMUS. Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011	178
Figura 14 - Esquema da estratégia da investigação - Quadro adaptado de Rodrigues (2002).....	191
Figura 15 - Modelo conceptual- Motivos determinantes na decisão de realizar uma mobilidade académica _ Fonte: autor	291
Figura 16 - O consumidor de programas de mobilidade _ Fonte: Autor.....	293
Gráfico 1 - Saída de alunos portugueses (Outgoing) e entrada de estrangeiros (Incoming) em mobilidade académica na Europa	35

Gráfico 2 - Utilização da internet por indivíduos entre os 16 e 19 anos (2002-2010)	141
Gráfico 3 - Utilização da internet por escalão etário (2010)	142
Gráfico 4 - Utilização da internet por escalão etário em países da Europa (2011).....	142
Gráfico 5 - Motivos para participar no programa Erasmus por país	145
Gráfico 6 - Motivações para estudar num país estrangeiro	146
Gráfico 7 - Avaliação da mobilidade de estudantes da UTL no programa Socrates/Erasmus	147
Gráfico 8 - Grau de importância dos diversos motivos dos estudos apresentados.....	151
Gráfico 9 - Valores médios mensais das bolsas a nível europeu (origem da mobilidade Comissão Europeia 2010/2011).....	169
Gráfico 10 - Estudantes de Erasmus Entrada de estrangeiros dos países EUR31 (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc/stat/1011/annex2_en.pdf).....	170
Gráfico 11 - Estudantes de Erasmus Saída de alunos portugueses para os países EUR31 (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc/stat/1011/annex2_en.pdf).....	170
Gráfico 12 - Erasmus Portugal dos países EUR31: Entrada de estrangeiros (Incoming) – Saída de alunos portugueses (Outgoing) (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc920_en.htm)	171
Gráfico 13 - Erasmus nas Instituições portuguesas provenientes dos países EUR31 (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc920_en.htm)	171
Gráfico 14 – Estudantes estrangeiros em mobilidade nas Instituições Portugal, dos países EUR31: (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc920_en.htm)	172

Gráfico 15 - Ciclo de estudos 2008/2010 - (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011).....	172
Gráfico 16 - Participação de alunos em mobilidade segundo o género 2008/2010 - (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011)	173
Gráfico 17 - Percentagem por áreas dos alunos portugueses participantes no programa Erasmus (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011)	179
Gráfico 18 - Diagnóstico da evolução de números de participantes no programa Erasmus (Origem da mobilidade comissão Europeia) e estimativa do progresso para alcançar a meta de três milhões.	182
Gráfico 19 - Percentagens do grupo dos alunos em mobilidade (880) - Idade e Género	211
Gráfico 20 - Percentagens da amostra dos alunos em mobilidade – Duração da mobilidade.....	212
Gráfico 21 - Percentagens da amostra dos alunos em mobilidade – Ano académico.....	212
Gráfico 22 - Percentagens do grupo dos alunos em mobilidade – Área de estudo	214
Gráfico 23 - Qualificação académica dos pais	215
Gráfico 24 - Qualificação académica das mães	216
Gráfico 25 - Dados relativos ao sector profissional do pai	217
Gráfico 26 - Dados relativos ao sector profissional da mãe	217
Gráfico 27 - Rendimento líquido mensal familiar do conjunto dos estudantes inquiridos – dados em números de estudantes (eixo vertical).....	218
Gráfico 28 - Média relativa a proveniência do rendimento desagregado pela variável origem da mobilidade.....	218
Gráfico 29 - Qualificação da população ativa portuguesa	222

Gráfico 30 - Qualificação da população ativa (%), por grupo etário e sexo, em Portugal.....	223
Gráfico 31 - Valores dos motivos académicos do conjunto dos estudantes inquiridos.....	226
Gráfico 32 - Valores da média de significância entre géneros	227
Gráfico 33 - Valores da média de significância entre as amostras Incoming e Outgoing.....	228
Gráfico 34 - valores dos motivos culturais e recreativos do conjunto dos estudantes inquiridos	230
Gráfico 35 - Valores da média dos motivos culturais de significância entre géneros	232
Gráfico 36 - Valores da média entre as amostras Incoming e Outgoing dos motivos culturais.....	233
Gráfico 37 - Motivos relacionados com o destino.....	235
Gráfico 38 - Valores relativos aos motivos pessoais do conjunto de estudantes inquiridos.....	237
Gráfico 39 - Valores da média motivos relacionados com os motivos pessoais entre géneros	238
Gráfico 40 - Valores da média: indicadores relacionados com os motivos pessoais entre as amostras dos alunos Incoming e Outgoing	239
Gráfico 41 - Valores dos motivos relacionados com a decisão da escolha do destino – conjunto dos inquiridos.	241
Gráfico 42 - Valores da média relacionada com a decisão da escolha do destino (género feminino/masculino).....	242
Gráfico 43 - Valores da média relacionada com a decisão da escolha do destino – Outgoing/Incoming.....	243
Gráfico 44 - Valores dos motivos relacionados com “outros motivos” relativos ao conjunto dos inquiridos.....	244

Gráfico 45 - Valores dos indicadores relacionados com a “outros motivos” relativos aos géneros	245
Gráfico 46 - Valores dos indicadores relacionados com a “outros motivos” – incoming e outgoing	247
Gráfico 47 - Meios de informação - grupo geral	252
Gráfico 48 - Valores da média dos motivos relacionados com a fonte informação (género masculino/feminino)	253
Gráfico 49 - Valores da média dos motivos relacionados a fonte informação (Incoming e Outgoing).....	254
Gráfico 50 - Práticas de consumo do conjunto dos inquiridos.....	255
Gráfico 51 - Média das práticas de consumo (género masculino e feminino).256	
Gráfico 52 - Média das práticas de consumo (Incoming e Outgoing).....	257
Gráfico 53 - Valores da frequência de consumo cultural do conjunto dos inquiridos.....	258
Gráfico 54 - Média dos valores relativos ao consumo cultural (género feminino e masculino).....	259
Gráfico 55: Média dos valores relativos ao consumo cultural (Incoming e Outgoing).....	259
Gráfico 56 - Valores percentuais das atividades culturais na região e território nacional de acolhimento – conjunto de inquiridos.	260
Gráfico 57 - Médias dos valores relativos à prática cultural (género feminino e masculino).....	261
Gráfico 58 - Médias dos valores relativos à prática cultural (incoming e outgoing).	262
Gráfico 59 - Valores percentuais relativos ao transporte utilizado.....	262
Gráfico 60 - Médias dos valores relativos ao transporte utilizado durante o período de mobilidade segundo a origem da mobilidade.	263
Gráfico 61 - Valores percentuais relativos ao alojamento utilizado durante o programa de mobilidade.....	264

Gráfico 62 - Médias dos valores relativos ao alojamento utilizado durante o período de mobilidade segundo a origem da mobilidade.	264
Gráfico 63 - Topo 5 das instituições portuguesas que mais recebem alunos estrangeiros inseridos no programa Erasmus	265
Gráfico 64 - Valores percentuais relativos ao local de realização das atividades culturais.....	266
Gráfico 65 - Médias dos valores relativos ao local de realização das atividades culturais segundo o ao género	266
Gráfico 66 - Médias relativas ao local de realização das atividades culturais segundo a origem da mobilidade.	267
Gráfico 67 - Valores percentuais relativos a frequência de atividades culturais	267
Gráfico 68 - Médias relativas à frequência de atividades culturais (género feminino e masculino)	268
Gráfico 69 - Médias relativas a frequência em atividades culturais (incoming e outgoing)	268
Gráfico 70 - Valores percentuais relativos ao período de realização das atividades	269
Gráfico 71 - Período de realização das atividades (género feminino e masculino).....	269
Gráfico 72 - Período de realização das atividades (incoming e outgoing).....	270
Quadro 1 - Erasmus – SMS- factos e números Gerais 2010/2011 (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011).....	174
Quadro 2 - Informação sobre os números de estudantes Erasmus – entradas e saídas no ano letivo 2010/2011 Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv –2010/2011	175
Quadro 3 - Respostas ao inquérito em números (origem da mobilidade SPSS19 – 2012)	201

Quadro 4 - - Lista de países dos alunos participantes no inquérito (Origem da mobilidade SPSS19 – 2012)	202
Quadro 5 - Dimensão da amostra de alunos portugueses em mobilidade na Europa (Outgoing).....	203
Quadro 6 - Dimensão da amostra de alunos estrangeiros em mobilidade em Portugal (Incoming)	203
Quadro 7 - Topo 3 das áreas de estudos (Incoming/Outgoing).....	215
Quadro 8 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos (a cinzento escuro as diferenças existentes entre os grupos).....	220
Tabela 1-Sínteses de estudos anteriormente realizados dentro da temática da tese	150
Tabela 2 - Resumo das características semelhantes e diferenças entre programa de mobilidade estudantil Erasmus e o Turismo de Educação.....	161
Tabela 3 - Tabela comparativa dos perfis de alunos em mobilidade (nacional/estrangeiros).....	180
Tabela 4 - Divisão das questões do inquérito em grupos.....	196
Tabela 5 - Questões alteradas após pré-teste	204
Tabela 6 – Descrição da amostra.....	210
Tabela 7 - Tabela dos motivos – fator pull	248
Tabela 8 - Tabela dos motivos – fator push	249
Tabela 9 - Comparação das necessidades dos indivíduos e as categorias das diferentes teorias das necessidades (Freitas, 2006, p. 29)	250
Tabela 10 - Práticas e motivos nas diferentes categorias das diferentes teorias das necessidades.....	251
Tabela 11 - Comparação de frequência de atividades entre incoming e outgoing.	261
Tabela 12 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade do conjunto dos inquiridos.....	271

Tabela 13 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade da amostra Incoming.....	273
Tabela 14 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade da amostra Outgoing.....	274
Tabela 15 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade, diferenças entre as 3 amostras. Em verde estão os motivos diferenciadores entre as duas amostras e o conjunto dos inquiridos.....	276
Tabela 16 - Principais motivos das três amostras por ordem crescente.	278
Tabela 17 - Cluster 1.....	281
Tabela 18 - Cluster 2.....	282
Tabela 19 - Cluster 3.....	284

Índice

Nota de Abertura	II
Agradecimentos	IV
Resumo	VII
Abstract.....	IX
Índice remissivo de figuras, tabelas, gráficos e quadros	XI
Índice.....	XIX
Introdução.....	23
I Capítulo – A escolha do tema e contextualização.....	32
1 - <i>Apresentação do tema e relevância.....</i>	33
1.1 - Missão e natureza do programa ERASMUS	39
2 - <i>A universidade: cooperação ou competitividade internacional</i>	43
2.1- Declaração de Bolonha: uma vantagem ou a incerteza de um futuro	43
2.2 - A implementação de Bolonha.....	44
2.3 - A educação e o novo mundo moderno	51
3 – <i>O turismo de educação e cultural, a alavanca do ensino?.....</i>	53
3.1- Cultura, turismo e educação, um trajeto em comum	53
3.2 - Turismo de educação e cultural, um tema multidimensional e transversal	56
3.3 - As consequências das mudanças no turismo.....	62
3.4 - O Turismo da era do Pós-modernismo.....	67
3.6 - O novo paradigma do turismo	70
3.7 O fator da criatividade, um ponto crucial na orla do novo turismo.	73
3.8 A imagem do território como ponto crítico do turismo.....	83
4 - <i>Mobilidade impulsionadora da Globalização.....</i>	86
4.1 - A perspectiva histórica da globalização.....	88

4.1.1 - As fases da globalização	89
4.1.2 - As múltiplas definições de globalização e as suas ligações	97
4.1.3 – A contemporaneidade da globalização	100
4.2 - A mobilidade do século XXI	103
4.2.1 - As várias mobilidades	104
4.2.2 - A mobilidade, uma indispensabilidade.....	110
4.3 - O papel da globalização no processo da mobilidade educacional, um benefício?	113
4.4 - A Articulação entre globalização e turismo	114
5 - As influências na decisão	118
5.1 - Os motivos e impulsos, uma estratégia de base para o turismo.	118
5.1.2 - A ótica dos fatores	121
5.2 - Análise de conceitos sobre a motivação.....	124
5.3 - O aluno Erasmus como consumidor.....	130
5.3.1 - A importância da mensagem e da imagem enviada para o consumidor	133
5.3.2 - A descoberta da semiótica do imaginário ou do real	136
5.3.3 - A ação do feedback na decisão.....	137
5.3.4 - A decisão através da fibra, um novo veículo	140
6 - Contribuição de estudos empíricos.....	144
Capítulo II - Contexto social e institucional	156
1- O programa Erasmus e o turismo de educação e cultural	157
1.1 - O programa Erasmus, um difusor de cultura	162
1.2 - Programa Erasmus.....	164
1.3 - Apresentação do programa Erasmus e suas subcategorias	166
1.4 - Objetivos gerais do programa.....	167
1.5 - Objetivos operacionais do programa	168
1.6 - A quem se dirige o programa	168
2 - ERASMUS a nível nacional	169
2.1- A balança nacional	169
2.2 – Quem é a Geração Erasmus Portuguesa 2010/2011	176

Capitulo III – Metodologia	181
1- <i>Contexto e justificação do estudo.....</i>	182
2 - <i>As questões da investigação</i>	184
3 – <i>Objetivos gerais e específicos.....</i>	188
4 - <i>Estratégia da investigação.....</i>	190
6 - <i>Fases exploratórias da investigação.....</i>	191
7- <i>Instrumentos e administração.....</i>	193
7.1 - <i>O inquérito por questionário</i>	193
7.3 - <i>Descrição das fases de análise</i>	203
8 - <i>Hipóteses de estudo.</i>	206
 Capitulo IV- APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	209
1 - <i>Objetivos do tratamento de dados</i>	210
1.1 - <i>Características sociodemográficas da amostra dos alunos em mobilidade académica no ano letivo 2009/2010 (1º semestre) e 2010/2011 (2º semestre).</i>	211
1.2 - <i>As discrepâncias e convergências entre as amostras.....</i>	211
1.3 - <i>Conclusão do Perfil sociodemográfico dos inquiridos.....</i>	219
2 - <i>Características dos motivos da amostra dos alunos em mobilidade académica no ano letivo 2009/2010 (1º semestre) e 2010/2011 (2º semestre).</i>	225
2.1 - <i>Os motivos, um caminho persuasivo ou dissuasivo?</i>	225
2.2 - <i>Qual o veículo preferencial para procura de informação sobre o programa, instituição e país de acolhimento?.....</i>	252
2.3 - <i>O consumidor Erasmus</i>	255
2.4 - <i>Frequência de atividades culturais</i>	267
2.5 - <i>Período de realização das atividades.....</i>	269
3 - <i>Conclusão das características de consumidor do conjunto dos inquiridos</i>	270
4 - <i>Conclusão das características da amostra dos estudantes Incoming</i>	272
5 - <i>Conclusão das características da amostra dos estudantes Outgoing</i>	273

6 - Conclusões relativas às semelhanças e diferenças entre as duas amostras e o conjunto dos inquiridos.....	275
7- Discussão das hipóteses e resultados obtidos.	279
VI – Conclusão.....	286
Bibliografia.....	297
Anexos	320

Introdução

Educação, turismo, cultura, serão estes sinónimos ou antónimos? Que relação terá com a mobilidade académica além-fronteira? Qual a aceção concreta de uma mobilidade académica além fronteira? Educação, cultura ou turismo? Ou simplesmente mobilidade académica no seu senso lato aproximando-se mais das especificidades do turismo de educação, do turismo cultural ou de ambas? Neste mundo globalizado é difícil definir conceitos isolados pois todos os elementos que constituem o mundo atual interagem entre si.

Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), o turismo jovem (15 aos 25 anos) representa mais de 20% do volume de turismo internacional e gera cerca 18% das receitas mundiais neste segmento. O programa Erasmus nos últimos 10 anos cresceu em 50%, tendo neste presente ano, 2013, atingido 3 milhões de participantes. Este aumento teve como principal causa as novas diretrizes exigidas pelo sistema educacional europeu, o Declaração de Bolonha. A internacionalização do ensino superior gerou este acréscimo de participantes. Nas linhas condutoras do tratado é estimulada a experiencia além-fronteira com o intuito de troca de conhecimento e, sobretudo a integração cultural, social, política e económica base para a construção do novo cidadão do mundo multicultural e cooperativo. O termo cooperativo poderá ser de certa maneira excessivo. Quando analisamos de perto todo este enredo à volta da uniformização do ensino verificamos que existe, dissimulado, um espírito competitivo. Esse lado competitivo e económico é mencionado no artigo “Internacionalização da educação superior: Processo de Bolonha”

“Em termos educacionais o período ao redor das décadas de 1980 e 1990 é marcado pela eclosão de um movimento de reformas educacionais por todo o mundo, instaurando aquilo que Hargreaves e outros (2002) denominam de ‘nova ortodoxia oficial’, um movimento que é caracterizado pela padronização em torno de políticas de

avaliação, de financiamento, de formação de professores e de currículo, num processo de nítida sintonia entre tais políticas e a visão de desenvolvimento preconizada por grandes organismos financeiros internacionais como, por exemplo, o Banco Mundial.” (Wielewicki & Oliveira, 2010, p. 222)

Olhar o turismo como uma visão objetiva é quase uma tarefa inexecutável. O turismo é uma área multidisciplinar, porém dentro dessa mesma multidisciplinaridade existem ainda subdivisões, e dentro desse mesmo enredo ainda coexistem contextos que influenciam a sua postura como ciência concreta. Devido a esta complexidade de áreas, alguns autores defendem que o turismo deveria ter como base de análise um tratamento epistemológico (Moesh, 2000; Netto 2003; Sarmiento 2011) e uma perspectiva filosófica (Netto, 2007) para uma consciência global do fenómeno e assim a produção de conhecimento científico universal.

”La aplicación de la epistemología a los estudios turísticos es de extrema importancia dado que puede auxiliar en la explicación del fenómeno turístico y, al mismo tiempo, suministrar bases científicas seguras para los investigadores en turismo” (Panosso Netto, 2007).

Outra característica importante na temática do turismo é a análise da perspectiva do turista. Questionar sobre como o turista olha para a atividade de turismo é uma vertente implícita e essencial para uma conceção global. “John Urry reflete sobre isso, reportando que existem várias olhares e vários fatores influentes e determinantes -” Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. Com isso quero dizer que não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas épocas.” (2001, p16)

Esse olhar estratifica e consolida o *design* do turismo visto através do olhar do consumidor desta mesma atividade e das suas múltiplas abordagens.

O turismo é um fenómeno que ultrapassa o elemento único do espaço, é um fenómeno que se perpetua nos fatores sociais, culturais, filosóficos e económicos que englobam e caracterizam o individuo como agente social nesta nova era. A investigação deste olhar permitirá a construção de indicadores conceptuais que por si só irão auxiliar na reflexão sobre a temática permitindo uma discussão mais abrangente e ampla da construção validando o objeto turístico.

A presente investigação pretende aferir as motivações que levam os estudantes a participar no programa de mobilidade Erasmus e a selecionar determinado destino em detrimento de outros. A escolha da temática da investigação decorre do contacto permanente estabelecido no mundo profissional, com esta realidade e consequente análise de senso comum dos hábitos de estudantes que realizam um programa Erasmus. O intuito do programa é a permanência num país estrangeiro, pertencente à União Europeia, durante 3, 6 ou 12 meses com o objetivo de realizar um período de estudos. No entanto, fomos nos apercebendo de que os estudantes participam neste programa não apenas pelo facto de lhes proporcionar a oportunidade de estudarem no estrangeiro, mas por lhes proporcionar uma experiência inovadora a vários níveis. Desta ambiguidade surge o tema do presente documento. A partir desta análise empírica verificamos que os motivos demonstrados pelos estudantes contêm muito em comum, por um lado, com o turismo de educação e, por outro, com o turismo cultural. O estudo propõe perceber quais os motivos que alimentam a tomada de decisão dos estudantes para realizar um programa de mobilidade e compreender assim se o programa Erasmus se aproxima mais do turismo cultural ou de educação. O Comité Económico e Social Europeu, no parecer elaborado no plenário «Turismo e cultura: duas forças ao serviço do crescimento», destaca a importância do envolvimento de vários sectores numa ação conjunta de crescimento, beneficiando assim os vários envolvidos:

“A abordagem da UE para valorizar ao máximo as potencialidades do turismo foi, até hoje, essencialmente horizontal: umas vezes, o turismo foi promovido através da utilização dos fundos estruturais, outras, através da acção

indirecta de projectos que, embora atinentes a outros sectores, como, por exemplo, o ambiente ou a investigação, também acabaram por beneficiá-lo. Não obstante este dado aparentemente positivo, a dificuldade de uma coordenação eficiente da DG Empresas e Indústria (Unidade Turismo), juntamente com as outras Direcções-Gerais que directa ou indirectamente se ocupam do turismo, pode fazer malograr os efeitos benéficos que as várias iniciativas europeias poderiam introduzir no sector. ” (2006, p. 110/2)

Para complementar este estudo, a revisão da bibliografia foi confrontada com um estudo empírico. A investigação empírica resultou da administração de um inquérito por questionário a 880 participantes nacionais (estudantes portugueses em mobilidade na Europa) e internacionais (estudantes estrangeiros em Portugal) do programa Erasmus. O inquérito realizado tinha como objetivo a análise aprofundada do perfil dos participantes, verificando as semelhanças e dissemelhanças entre estudantes nacionais e internacionais. Por outro lado, o inquérito pretendeu realizar uma investigação pormenorizada sobre os motivos que levam o estudante a decidir participar no programa Erasmus a nível interpessoal; académico, escolha do destino e localização do país de acolhimento. Noutra perspetiva, o estudo pretendeu ainda analisar o estudante Erasmus como consumidor nomeadamente referente a atividades que pratica, com que frequência, período em que as realiza, e que tipo de transporte e alojamento mais utiliza. Outro ponto que considerámos importante foi identificar a fonte de informação que o estudante usa para responder às suas dúvidas e anseios.

Os motivos são a chave da resolução das nossas questões porque sem motivação não existe ação. O motivo é uma alavanca para realizar qualquer atividade, como definido no dicionário Técnico de psicologia:

“Motivação: Complexo de fatores intrínseco e extrínseco (instintos, necessidades, impulsos, apetências, homeostase, libido e outras variáveis intervenientes) que determinam a

atividade persistente e dirigida para uma finalidade ou uma recompensa...” (Cabral & Nick, 2006, p. 211).

A revisão da literatura sobre a teoria da motivação remete-nos principalmente para o fato que a motivação não é autossuficiente, ela interage com uma panóplia de fatores intrínsecos e extrínsecos ao indivíduo e com o meio que o rodeia, e as influências são condicionadas por elementos tão diversos como a cultura, a economia, a tradição, os valores éticos e hábitos. Na definição de Chiavenato encontramos esta mesma ideia:

“O comportamento humano é derivado da totalidade de fatos coexistentes ao seu redor; esses fatos coexistentes têm o caráter de um campo dinâmico, no qual cada parte do campo depende de uma inter-relação com as demais partes”. (1993, p. 250)

No campo da motivação encontramos várias explicações e definições para o comportamento do indivíduo perante a sua necessidade de agir. Existem vários autores que desdobram a motivação em várias **necessidades** (hierarquização, uma sequência nas necessidades) – Maslow, McClelland, Alderfer. Outros dividem a motivação em **dois fatores** (higiênico e motivadores) – Herzberg, Mausner, Snyderman; outros na teoria **das expectativas** (escolha de diversas possibilidades de comportamento) – Vroom; na teoria do **reforço** (comportamento influenciado e controlado pela recompensa final) – Skinner, Colle; a teoria dos **objetivos** (esforço direcionado para atingir objetivos) – Locke, Bryan e por fim a teoria da **equidade** (justiça entre sujeitos iguais) Homans e Adams, referindo os autores mais relevantes nesta área (Robbins, 2002).

Definir o que é de facto importante na motivação, classificar a motivação em subcategorias ou catalogar os motivos, é uma tarefa, digamos, inconclusiva, porque como explica Gil “cada um de nós dispõe de motivações próprias geradas por necessidades distintas”. (2001, p. 2002).

Na ação, seja a nível mental ou físico, subentende-se a realização e concretização de determinada função ou ato importante para o sujeito com o

objetivo de responder a uma necessidade intrínseca ou extrínseca. Para “agir” o sujeito procura motivos para transformar o “agir” em ação/reação/resultado em busca de satisfazer necessidades, isto porque “essas necessidades humanas, tidas como forças ativas e impulsionadoras do comportamento” (Tadin, Rodrigues, Dalsoquio, Guabiraba, & Miranda, 2005, p. 41).

O presente documento encontra-se estruturada em cinco capítulos. O capítulo I, com índole fundamentalmente explorativa, é composto principalmente por uma apresentação e contextualização do tema demonstrando a importância deste estudo para a produção de conhecimento científico na área do turismo do século XXI. A revisão da literatura forneceu um aprofundamento de conhecimento sobre o estado da arte nas áreas abordadas neste documento. Por outro lado forneceu instrumentos que auxiliaram a elaboração dos objetivos, do plano de trabalho, da metodologia e da estrutura do documento de investigação. Neste ponto é abordado a temática da educação, fenômeno do turismo, da cultura, da globalização, da mobilidade e do relevo dos motivos na tomada de decisão de realizar um programa além fronteira.

Na educação é analisada a implementação da Declaração de Bolonha e as suas consequências no sistema educativo contemporâneo e o seu papel na mobilidade acadêmica.

Sobre o fenômeno do turismo, é abordado o trajeto que a cultura, a educação e o turismo têm em comum no passado e atualmente, que pontos ligam estas áreas, que benefícios podem recolher ao trabalhar em conjunto. Um tema de relevo é a contextualização do desenvolvimento do turismo ao longo da era moderna e o paradigma do novo turismo.

A globalização é um tema que não podia deixar de ser refletido nesta tese pois é um fenômeno em permanente transformação, e essa mesma efemeridade influencia o sistema educativo, cultural e do turismo:

“Assim, a globalização entende-se melhor como um processo multidirecional com muitas facetas, que compreende a circulação, cada vez mais rápida e de maior

volume, de praticamente tudo, desde capitais a pessoas, passando por mercadorias, informação, ideias e crenças, por meio de eixos que se modificam constantemente.” (UNESCO, 2010, p. 6)

A globalização é, assim, um elemento constante no processo da construção do mundo, o seu papel propaga-se e manipula todo o percurso da história universal. Essa influência é analisada nesta tese permitindo refletir sobre como este fenômeno atingiu o turismo e a mobilidade.

Abordar a temática da mobilidade através da globalização permite entender a evolução e a crescente necessidade de mobilidade, quer seja realizada através do movimento físico, mental, imaginário ou através de tecnologia computadorizada³.

Neste contexto foi importante entender quais os motivos que servem de alicerce para a tomada de decisão dos estudantes. Foram analisados vários autores que escreveram sobre a teoria da motivação. Este ponto da tese é importante, pois contribuirá para a análise dos resultados dos inquéritos, refletindo uma estrutura final que visualizará e distinguirá os motivos que levam os participantes de mobilidade acadêmica a realizar esta prática. Para melhor contextualizar a temática das motivações também foi realizada uma pesquisa relativa às perspectivas do consumidor, isto é, o que envolve e influencia os motivos e como alguns processos são um fio condutor para a tomada de decisão. Foi importante fazer uma recolha sobre como chega a informação aos participantes e quais os meios que mais utilizam para se informarem sobre o país e a instituição de acolhimento.

A experiência além fronteira é um pedido crescentemente solicitado pelas demandas do mundo da era “hipermoderna”. É uma experiência que faculta ao sujeito uma perspectiva mais aberta, uma melhor preparação para ultrapassar desafios neste mundo global. Este estudo pretende contribuir, com base no conhecimento empírico realizado, para um entendimento mais aprofundado sobre os participantes do programa Erasmus. Identificar quais os

³ Internet

seus motivos permitirá a construção do perfil do estudante que sai de Portugal para realizar uma mobilidade académica e dos estrangeiros que vêm para Portugal em mobilidade. Isto tudo permitiu uma análise de quais as áreas e sectores que mais atraem estes jovens no país de acolhimento, os resultados obtidos podem servir de base para uma estratégia de marketing com o intuito de atrair mais jovens a frequentar um programa além-fronteira.

No capítulo II é abordado o contexto social e institucional do programa Erasmus, quais os seus objetivos gerais, operacionais, factos e números. É apresentado um subponto que contém a apresentação do programa Erasmus a nível nacional e o perfil da geração Erasmus portuguesa.

No capítulo III é explicado o processo metodológico utilizado para esta tese. É feita uma abordagem de todo o processo metodológico adotado para a estruturação da base de dados. Numa primeira fase, como referido anteriormente foi realizado uma revisão da literatura no sentido de perceber melhor o estado de arte sobre o tema para, assim, auxiliar no caso em estudo.

Partindo da recolha de informação de carácter científico, debruçamo-nos sobre a estrutura do inquérito a aplicar aos estudantes em mobilidade. O inquérito é composto por 32 perguntas direcionadas ao tema proposto, foi efetuado em português e inglês, de perguntas fechadas e semiabertas com respostas predefinidas de múltiplas alternativa de preferência, de ordem decrescente e de classificação de critérios. Entender e identificar os *outputs* e *inputs* permite-nos entender o fenómeno em estudo, aplicá-lo num caso concreto e assim delinear um perfil do nosso objeto de estudo dando resposta às hipóteses colocadas. Foram efetivados 880 inquéritos, 361 a alunos portugueses e a 368 estrangeiros que realizaram mobilidade académica ao abrigo do programa Erasmus.

“Assim, da observação de um fenómeno, traduzida por medições matemáticas passar-se-á à elaboração de teorias e conseqüente experimentação para a aceitação ou recusa das mesmas”. (Ferreira R. B., 2004)

No IV capítulo é feita a apresentação e discussão da recolha dos dados empíricos relacionando-os com a pesquisa anteriormente efetuada na revisão da literatura. A construção desta tese teve como ponto central identificar o que motiva os alunos a realizarem um programa Erasmus, quais as atividades praticadas com mais relevo confrontando-os com a pergunta colocada inicialmente “*O programa de mobilidade ERASMUS tem características que o permitem definir como uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural?*”. Por fim, no capítulo VI, apresentamos as conclusões deste estudo articulando-as com as principais referências da literatura. No final fornecemos algumas pistas de forma a abrir-se um novo olhar sobre o tema e possíveis caminhos para outras investigações relacionadas com o tema deste estudo.

I Capítulo – A escolha do tema e contextualização

1 - Apresentação do tema e relevância

O turismo é uma área multidisciplinar em que coexistem circunstâncias que influenciam a sua natureza científica. Devido a esta complexidade de perspectiva, alguns autores defendem que o turismo deveria ter como base de análise um tratamento epistemológico, que retrate o turismo nas suas várias formas (Moesh, 2000; Porta & Keating, 2008; Sarmiento 2011) e uma perspectiva filosófica (Netto, 2007) para uma consciência global do fenómeno. A metodologia de investigação sugerida por estes autores, auxiliaria na explicação do fenómeno turístico e deste modo a produção de conhecimento científico universal e ciente da realidade.

Outra característica importante na temática do turismo é a compreensão do olhar do turista, isto é, a análise do turismo vista a partir da ótica do turista. Questionarmos o modo como o turista olha para a atividade de turismo é uma pergunta essencial para uma perceção global, uma vez que ele é o ator principal. John Urry confirma esta ideia, reportando, a existência de várias perspectiva e fatores influentes e determinantes no olhar do turista:

“ Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. Com isso quero dizer que não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas.” (2001, p16)

É precisamente o ângulo de visão do turista que consolida, estratifica e segmenta o *design* do turismo. O turismo é um fenómeno que ultrapassa o elemento único do espaço, sendo antes um fenómeno que se perpetua nos fatores sociais, culturais, filosóficos e económicos que englobam e caracterizam o indivíduo como agente social. A investigação, através deste olhar, permitirá a construção de indicadores conceptuais que, por si, irão auxiliar na reflexão sobre a temática permitindo uma discussão mais abrangente e ampla, validando o objeto turístico enquanto área disciplinar.

É nesta perspetiva que apresentamos o resultado onde confrontamos o conhecimento científico, os conceitos e reflexões encontradas na revisão da literatura e o olhar do consumidor do programa Erasmus de mobilidade académica. A compreensão deste universo permitirá investigar, ajustar e aprofundar a pergunta de partida promotora desta tese:

“O programa de mobilidade ERASMUS tem características que o permitem definir como uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural?”

Um das partes fundamentais desta investigação é perceber como o turismo do século XXI é delineado, quais os segmentos que servem de pilar na construção do *novo olhar* do turismo, questionando-nos assim que tipo de fenómeno é proporcionado por este olhar.

Um novo ciclo do turismo desponta, “educational tourism is the tourism trend of the future” (Gidson, 1998). Este segmento é apontado por Paul K. Ankomah e R. Trent Larson como “uma estratégia alternativa para o desenvolvimento do turismo de massas” e um exemplo evidente de “um multiplicador do turismo” (citado por Barreto, 2007). A sua interdisciplinaridade permite influenciar diversos ramos da economia, da cultura e do social, extrapolando e interferindo direta e indiretamente com outros sectores da economia, desde o primário ao terciário.

Verifica-se que entre 2000-2010 o turismo jovem e de estudo aumentaram de 136 milhões para 187 milhões, representando 20% das estatísticas do turismo (UNWTO & WYSE, 2012, p. 8), tornando este mercado numa indústria multimilionária. Esses estudos também indicam que “entre os países europeus a mobilidade académica é estimulada como forma de integração cultural, social, política e económica” (Lima, 2009, p. 69).

“... O futuro do ensino superior europeu depende da sua habilidade para gerir eficazmente a sua valiosa diversidade.

Devemos contemplar, em particular, o objectivo do aumento da competitividade internacional do sistema europeu de ensino superior. A vitalidade e a eficiência de

qualquer civilização podem ser medidas pela atracção que a sua cultura exerce sobre outros países. Precisamos de assegurar que o sistema europeu de ensino superior adquira à escala mundial um grau de atracção igual às nossas invulgares tradições culturais e científicas”. (DGES – Direção Geral do Ensino Superior)⁴ [sic]

Os dados da *European Commission – DG Education and Culture* para o ano 2010/2011 revelaram que Portugal teve, ao abrigo do programa Erasmus, 14 500 estudantes⁵. Na balança das chegadas e saídas do programa Erasmus, Portugal acolhe mais mil estudantes do que envia.

No gráfico que se segue podemos observar que desde o ano 2000 até 2011 se verificou um aumento substancial a nível europeu de participantes no programa Erasmus, cerca de 50%, o que demonstra o potencial desta área. O programa Erasmus movimenta desde 1987 mais de 2,5 milhões de participantes em toda a União Europeia.

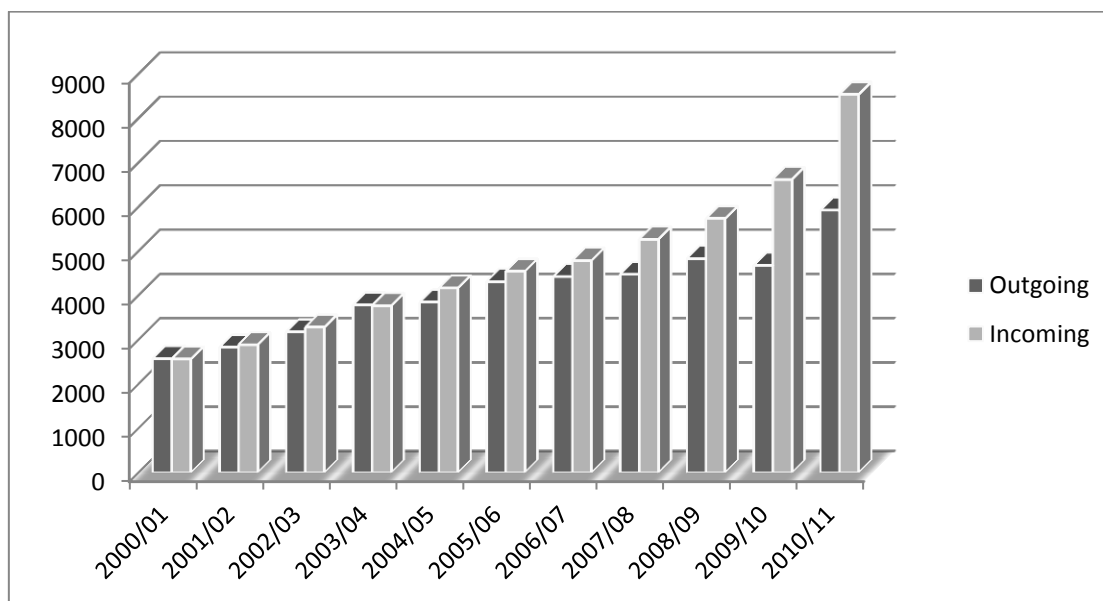


Gráfico 1 - Saída de alunos portugueses (*Outgoing*) e entrada de estrangeiros (*Incoming*) em mobilidade académica na Europa ⁶

⁴Fonte:<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Processo+de+Bolonha/Objectivos/Dimens%C3%A3o+Europeia+do+Ensino+Superior/>

⁵ 5 964 Estudantes portugueses que saíram do país/ 8536 Estrangeiros realizaram o programa em Portugal

⁶ Origem da mobilidade:http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc/stat/1011/annex2_en.pdf.

Ao verificar este substancial aumento dos últimos dez anos e quando se avizinha a implementação de um novo programa, que segue as linhas orientadoras do anterior, seria importante averiguar como estão as instituições a preparar-se para captar mais participantes, visto a mobilidade de estudantes ser um segmento fundamental da Declaração de Bolonha.

A internacionalização é um eixo estratégico das instituições de ensino superior, este último tem assumido um papel importante no sistema educativo. A estratégia da internacionalização do sistema educativo superior tem como espelho a promoção de uma cooperação que se tornou um aliado de um sistema competitivo. O eixo de internacionalização pretende nos seus objetivos a criação de um sistema de parcerias internacionais entre as diferentes instituições de ensino superior europeu, mas o que se assiste não é propriamente a uma cooperação no seu senso lato e simplista, verifica-se sim, em alguns casos, a ocorrência de um sistema competitivo que viabiliza a existência de lutas desiguais entre sistemas educativos entre membros da Comunidade Europeia. Essa mesma abordagem é enunciada por José Augusto Pacheco:

“Ao valorizar a educação e formação como traves-mestras da mudança, a globalização reforça os fundamentos da teoria do capital humano, em que se acentua a visão da educação como processo de formação social, orientada para mercados competitivos.” (2009, p. 109)

Este espírito competitivo observa-se sobretudo na comunicação social e nos discursos dos responsáveis das instituições nacionais e europeias, em que enfatizam os números, não enaltecendo, sim, a oferta de formação, um ponto de segunda instância nos seus comunicados à imprensa. A notícia relevante, enviada para os *mass média*, é a estatística dos números de alunos que realizaram uma mobilidade académica na sua instituição e não propriamente os resultados académicos.

Um dos caminhos que podemos apontar para o sucesso da implementação de programas de mobilidade académica é o facto deste género

de práticas permitirem aos indivíduos aumentarem o seu conhecimento global. A aquisição de conhecimento não se cinge unicamente a formação académica mas sim a um conjunto de elementos que permitem alargar o conhecimento tanto a nível educacional, como cultural ou social, formando o indivíduo. E esta multidiversidade de conhecimento é um requisito de excelência essencial para se tornar num “ Global Citizen”, uma demanda para o mundo que se avizinha, um mundo em que deveremos estar preparados para novos desafios, abertos a novas culturas e a novos conceitos. *Global Citizen* é entender o outro como um ser único com as suas características mas que coabita connosco numa comunidade global.

O turismo de educação e cultural permite uma coligação entre várias áreas do turismo, interligando a oferta educacional com a oferta de um programa cultural e social, relacionando-o e conjugando-o com uma multidiversidade de atividades. Esta oferta poderá ser um motivo determinante na decisão do aluno realizar um programa de mobilidade numa instituição, podendo ser este fator de distinção entre outras ofertas. Esta necessidade de uma aliança entre as diversas áreas do turismo, da cultura, do social e da formação entre outras, é exposta por John Urry, no seu livro *Mobilities* (2007), onde faz uma importante abordagem ao termo da mobilidade dentro do turismo. O autor menciona que novos desafios são lançados ao sistema, e alerta que é preciso reajustar e alavancar o turismo com as novas formas de mobilidade e claro, concomitantemente, às novas demandas do turista. O novo turismo e o novo turista apelam a novos desafios e o turismo de educação e cultural ou a associação de ambos poderá responder a esse estímulo ou procura.

A visão e compreensão do mundo contemporâneo está em constante mutação, sendo necessário estar atento ao surgimento do novo turismo do século XXI. É necessário estar desperto para as suas exigências, de forma a molda-lo a esta nova noção de efemeridade. Não descurando que qualquer mudança tem como pano de fundo a própria evolução da espécie humana, nas suas vertentes tecnológica, social, cultural e das emergentes exigências da era da “modernidade líquida” (Bauman, 2004). Devemos observar este novo olhar no contexto que se insere considerando o social, o cultural ou o económico, onde o indivíduo é o ator principal.

Na área da educação assistimos a uma reformulação a todos os níveis. Sendo que uma delas, a mesma que visa o tema da investigação, é tornar a formação num sistema universal, uma das características do sistema educacional do século XXI. Neste novo olhar enquadra-se o programa de mobilidade Erasmus, porque permite uma melhor “inserção das universidades europeias no contexto globalizado da educação superior” (Santos, 2008, p73), um desafio lançado ao sistema educativo global. No turismo de educação e cultural poderão existir soluções e contrapartidas para tornar esse desafio real. O papel das escolas é decisivo nesta área, sendo necessário implementar novos conceitos sobre os métodos de ensino e socorrendo-se do turismo de educação e cultural, como uma mais-valia, uma ferramenta de aprendizagem e como “ um subsídio didático-pedagógico para motivar os alunos à construção de competências, articulando o conhecimento escolarizado à prática social. E a partir dessa perceção, as universidades se possam unir nesta nova área que tende a desenvolver-se dia após dia” (Brandão & Aldrigue, 2005, p. 7). Esta investigação, pretende, por um lado, analisar a estrutura do programa e quais as possíveis relações com os segmentos de turismo de educação e cultural. A pergunta de partida desta tese subdivide-se assim nas seguintes questões: questionar se a decisão de realizar um programa de mobilidade ERASMUS tem como base um único motivo ou será a congregação de vários? E em que parâmetros incide mais a decisão na área académica ou noutra?

Assim, realizamos uma pesquisa bibliográfica sobre o assunto, incidindo na análise da estrutura do programa Erasmus, sobre quais as suas possíveis relações ou vínculos com os dois segmentos de turismo supracitados. Sendo que o programa Erasmus está inserido nos objetivos da declaração de Bolonha debruçamo-nos principalmente nos dois eixos da declaração pertinentes nesta investigação – a mobilidade e a internacionalização. Analisamos estudos e relatórios, realizados anteriormente, sobre a temática para assim ter uma perspectiva mais ampla relativamente ao assunto e quais as conclusões anteriores.

1.1 - Missão e natureza do programa ERASMUS

O programa Erasmus tem como objetivo a:

“ Acção no domínio da aprendizagem ao longo da vida 2007-2013 é desenvolver e promover os intercâmbios, a cooperação e a mobilidade, a fim de que os sistemas de ensino e formação passem a constituir uma referência mundial de qualidade, em conformidade com a estratégia de Lisboa. Desse modo, o programa contribui para o desenvolvimento da Comunidade enquanto sociedade do conhecimento avançada, caracterizada por um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e uma maior coesão social.” (EUROPA> Sínteses da legislação da EU) [sic]

O programa Erasmus no ano letivo 2010/2011 teve, ao abrigo do protocolo com as várias instituições de ensino superior europeu, um total de 231 410 estudantes. No primórdio do programa na Europa em 87/88, o número de alunos que participaram neste projeto foi de 3244, fazendo parte deste grupo 25 portugueses. Atualmente os países da União europeia, da Associação Europeia de Comércio Livre (EFTA) e do Espaço Económico Europeu (EE) que assinaram a carta Erasmus são: Áustria, Bélgica, Bulgária, Croácia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estónia, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Islândia, Irlanda, Itália, Letónia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Holanda, Noruega, Polónia, Portugal, Roménia, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, Suécia, Turquia e Reino Unido.

O programa tem a participação de mais de 4.000 instituições de ensino superior em 33 países diferentes, encontrando-se presentemente alguns países em lista de espera para a sua integração no programa. O Orçamento anual da União Europeia contempla mais de 450 milhões de euros para apoiar os vários países nesta iniciativa.

O programa Erasmus é um dos subprogramas do *Lifelong Learning Programme*. Além do Erasmus, este contempla outros programas, com outros tipos de objetivos, tais como: Leonardo da Vinci, Comenius, Grundtvig, Jean Monet, Erasmus Mundus, Erasmus for staff, Erasmus placement, Erasmus Teachers, entre outros. A Comissão Europeia tem como meta para o ano letivo 2012/2013 atingir os 3 milhões de estudantes em mobilidade. Em 2014 inicia-se o novo programa “ERASMUS PARA TODOS”, que terá como estrutura de base os estatutos do programa anterior, mas lançando um novo desafio, atingir os 5 milhões de participantes até 2020 e alargar o programa a mais estudantes. Sobre este novo programa Androulla Vassiliou, Comissária responsável pela Educação, Cultura, Multilinguismo e Juventude (2011) declarou:

«O investimento na educação e na formação é o nosso melhor investimento para o futuro da Europa. Estudar no estrangeiro potencia as competências das pessoas, o seu desenvolvimento pessoal e a sua adaptabilidade, fazendo com que tenham mais possibilidades de emprego. Queremos assegurar que um número bastante maior de pessoas venha a beneficiar de apoio da UE para aceder a estas oportunidades. Também temos de investir mais para melhorar a qualidade da educação e da formação a todos os níveis, de modo a podermos competir com os melhores do mundo e a criar mais emprego e maior crescimento»

O sucesso de tal programa deve-se também à sua longa e bem-sucedida história, como é referido no artigo de Philip G. Altbach:

“The story of international student flows is one of significant expansion in worldwide numbers, increased competition among the major host countries” (2004, p. 11)

A importância deste género de programa remonta a alguns anos, sendo um dos primeiros programas do género liderado pelo Institute International of Education (USA), criado em 1919. Uma das diretrizes da sua implementação foi “to promote peace and understanding through cultural and educational

exchanges”. Após 40 anos este instituto mantém os mesmos critérios mas reforçando-o com o seguinte “a substantial number of colleges apparently now regard foreign study as a legitimate and valuable aspect of undergraduate studies” (Abrams 1962). Anos mais tarde o presidente americano Eisenhower, durante o seu mandato, destacou que este tipo de experiência como “a significant contribution to world peace” (Neal, 1989). Em 1986, o Open Doors do Fulbright International Education Exchange Program (USA) reforçava a ideia anterior do seguinte modo:

“The Fulbright Scholar program allows for both the educational exchange but also, in most cases, the opportunity to see much of the foreign country and meet the people and share common values while at the same time more fully understanding the social, economic, political uniqueness of nearly one hundred and forty countries where the program has been implemented” (Neal, 1989).

Verifica-se agora, duas décadas depois, que a importância dada à experiência da educação além-fronteiras encontra-se em níveis de interesse muito elevados e variados. Existe por um lado o fator educação e por outro a experiência sociocultural. Ján Figel’ Comissário Europeu para a Educação, Formação, Cultura e Juventude reforça essa mesma ideia.

“O Erasmus é, hoje em dia, muito mais do que um mero programa de educação, pois proporciona a muitos estudantes universitários europeus a oportunidade de viver pela primeira vez num país estrangeiro, tendo por isso granjeado o estatuto de fenómeno social e cultural.” (CE, 2007, p. 1)

No encontro internacional dos 25 anos do programa ERASMUS, Durão Barroso reforça a mesma opinião relativamente a importância deste tipo de programa para a construção de uma Comunidade Europeia sem fronteiras:

“O programa Erasmus teve um impacto enorme não apenas nos estudantes, mas em toda a economia europeia.

Através do apoio a um ensino de elevada qualidade e à criação de um sistema moderno de ensino superior, com laços mais estreitos entre o mundo académico e os empregadores, este programa tem ajudado a ajustar as competências ao mercado de trabalho. Tem também dado confiança e capacidade aos jovens para trabalharem noutros países, onde podem existir empregos mais adequados, ajudando-os dessa forma a superar as barreiras geográficas" (PROAL, 2012, p. 42)

Esses mesmos factos podem ser verificados em alguns estudos realizados ao longo de várias décadas, em que uma das conclusões retirada indica que este tipo de programa tem uma vertente de enriquecimento intercultural, sempre omnipresente, além da educacional (Abrams 1962, Marion 1974, Neal 1989, Wood 1996, Xiao 1999, Roberson 2002, Klooster et al. 2008). O que vem uma vez mais reforçar a ideia que tal experiência não se cinge apenas ao campo educativo, mas a uma sinergia de atividades confinantes.

“A mobilidade dos estudantes e do restante pessoal promove a capacidade para lidar com um novo ambiente cultural e de ensino e também a capacidade de compreender outras culturas. É um requisito à luz da globalização, mas promove também a coerência a nível europeu e enriquece a perspectiva científica”. (Osterwald, 2001)

2 - A universidade: cooperação ou competitividade internacional

2.1- Declaração de Bolonha: uma vantagem ou a incerteza de um futuro

Em 1998 iniciou-se, com a assinatura da Declaração de Sorbonne, a reforma do sistema educativo superior, que se resume à *unificação dos sistemas universitários europeus com vista a criar uma área europeia de educação superior*.

Na declaração de Sorbonne assinada por 29 países, os principais objetivos foram:

- Proporcionar oportunidades iguais para uma educação de qualidade
- Aumentar a participação na aprendizagem ao longo da vida
- Promover a empregabilidade.
- Desenvolver resultados de aprendizagem centrados no estudante e missões de ensino
- Articular a educação, a investigação e a inovação
- Abrir as instituições de ensino superior aos fóruns internacionais
- Aumentar as oportunidades para a mobilidade e a sua qualidade
- Melhorar a recolha de dados
- Desenvolver ferramentas de transparência multidimensionais
- Garantir o financiamento

Atualmente, o Declaração de Bolonha tem como parceiro 47 países.

No encontro de 2009 são reforçados objetivos específicos, tendo sobretudo uma maior valorização para a mobilidade entre estudantes nos diversos países; melhoramento dos programas de educação e formação tornando-os mais eficientes; promover a justiça e igualdade e elaboração de planos empreendedores de criatividade e inovação.

Existem inúmeras opiniões ambíguas e debates à volta da universidade do pós-Bolonha e do pré- Bolonha sobre as suas consequências no sistema educativo. Por um lado temos os que argumentam que esta reforma é muito

positiva e por outro lado temos os que criticam fortemente a implementação desta reforma. Ainda existe quem defenda que o processo se encontra em construção e não podemos ainda tirar conclusões (Heyneman 2003, Ulrich 2007, Santos 2011). Nesta investigação iremos debruçar-nos principalmente em dois eixos da declaração de Bolonha – a mobilidade e a internacionalização, sendo que estes são a razão da existência do programa ERASMUS.

2.2 - A implementação de Bolonha

Antes da Declaração de Bolonha as universidades regiam-se quase como polos solitários, estratificados e hierarquizados com uma doutrina isolada do resto do sistema em vigor. As Instituições eram regidas pelas elites intelectuais, que se debruçavam essencialmente sobre os seus interesses pessoais e políticos, deixando, por vezes, de lado o verdadeiro papel da universidade, como referido por Boaventura Santos “Autoritarismo institucional disfarçado de autoridade académica” (2011, p. 7) era como eram intitulados os dirigentes das universidades. Nessa época a Universidade era seletiva, era sobretudo para quem podia e não para quem aspirava a adquirir mais formação, muitas mentes ficaram pelo caminho, perdendo-se capital científico que muito poderiam ter dado em prol da nação e talvez se aproveitados tivessem colocado alguns países numa situação bem diferente da atual.

Bolonha veio travar alguns lóbis e abrir uma universidade para todos, permitiu consubstanciar-se um sistema europeu de educação (Heyneman, 2003) com os seus prós e contras. Devido a esta aproximação ao fator de igualdade foi associado ao Declaração de Bolonha a frase do hino da revolução francesa " Liberdade, Igualdade e Fraternidade“. Mas tal como se tem refletido ao longo da história da humanidade, existe sempre o reverso da medalha e muitas vezes a dita universidade para todos não se verifica no terreno, não é totalmente democrática. Isto porque, subjacente à união de vários países, numa comunidade geopolítica que partilham de objetivos comuns, constata-se a presença de dinâmicas e interesses económicos, próprios de cada membro da

comunidade que em momentos de crise se refletem na prevalência do capitalismo e não da democracia.

O percurso do ensino superior está atualmente, em todo o sistema mundial, a caminhar para um sistema de exclusão onde as universidades consideradas “mais débeis” serão convidadas a saírem do panorama do sistema de educação superior. Consideramos as universidades mais débeis, com estruturas pouco sólidas, instituições que não estão preparadas para enfrentar os desafios da competição. Poderá surgir uma competitividade desleal, a implementação de novas ideias poderá invalidar a justiça social, económica e cultural, colocando as universidades num patamar desigual. Boaventura Santos trata este assunto utilizando um título muito sugestivo “ A encruzilhada da universidade europeia” e questiona o seguinte:

“Dado o facto da universidade ter funcionado como elemento constitutivo do edifício do Estado-Nação moderno – formando as respectivas elites e burocracia e fornecendo o conhecimento e a ideologia subjacentes ao projecto nacional – como pode a missão da universidade ser refundada em um mundo globalizado, um mundo no qual a soberania do estado é, cada vez mais, uma soberania partilhada ou simplesmente uma escolha entre tipos diferentes de dependências, e na qual a própria ideia de um projeto nacional se tornou um obstáculo para as concepções dominantes de desenvolvimento global? Será a universidade global uma resposta possível? Nesse caso, quantas universidades globais seriam viáveis? O que aconteceria ao grande número das universidades restantes? Se se pretendesse que as elites globais fossem formadas nas universidades globais, onde se encontrariam, na sociedade, os aliados e a base social para as universidades não globais? Que tipo de relação haveria entre universidades globais e não globais? Poderá a atenção focalizada nos rankings contribuir para a coesão do espaço do ensino superior ou, pelo contrário, para a sua segmentação através

de uma concorrência injusta e do crescimento do internacionalismo comercial?” (2011, p. 2) [sic]

Muitas universidades não têm uma estratégia bem definida na adaptação da Declaração de Bolonha porque não têm no seu modelo académico uma estrutura fácil de mudança e adaptação. Atualmente o modelo europeu tem como objetivo formar jovens para o emprego necessário no momento, e para tal toda a instituição tem que estar preparada para adaptar os seus cursos às necessidades presentes. Uma tarefa árdua e complexa porque as universidades não deveriam “se limitar aos interesses flutuantes do mercado” (Mello e Dias, 2011, p 418) e seguir uma “lógica de mercado” (Pacheco, 2009, p113) mas procurar entender o que mais é necessário a este mercado numa lógica de oferta de formação para inserção no mercado de trabalho.

A implementação do currículo europeu permitiu um sistema global mais uniforme e transparente, o desenvolvimento de conhecimento científico é o pilar, a internacionalização uma via e o intercâmbio um meio. O processo de Bolonha fomenta a aquisição de um saber mais vasto, com uma vertente de pluralidade, mais prático e voltado para uma ligação intercultural entre os vários meios educacionais. A competitividade poderá ser um agente positivo para tornar o ensino superior mais direcionado para o ensino em si, permitindo que a sociedade tome consciência e reflita sobre as várias vertentes do processo de Bolonha e quais os desafios que devem ser fomentados. Boaventura Santos (2011) enuncia 8 pontos possíveis de acontecer que, se vierem a concretizar-se, seriam de alguma forma positivos no processo de Bolonha, passamos a expor:

O processo de Bolonha:

1º- Foi capaz de identificar e resolver a maioria dos problemas de que a universidade pré-Bolonha sofria e que era incapaz de defrontar

2º- Forneceu-lhe um quadro e um apoio institucional forte, com uma energia endógena

3º- Nunca se deixou dominar pelos chamados peritos internacionais do ensino terciário com a capacidade de transformar preferências subjetivas e arbitrárias em verdades autoevidentes e políticas públicas inevitáveis.

4º- Os reformistas nunca confundiram o mercado com a sociedade civil ou com a comunidade

5º- Tornou muito claro que as universidades são centros de produção de conhecimento no sentido mais alargado possível.

6º- Conseguir reforçar a relação entre docência e investigação ao mesmo tempo que premiava a excelência

7º- Acabou por abandonar o conceito de capital humano.

8º- Expandiu exponencialmente a internacionalização da universidade europeia, mas teve o cuidado de promover outras formas de internacionalismo, em vez de internacionalismo comercial.

Todos estes pontos e os outros mencionados anteriormente remetem-nos para as seguintes considerações. Por um lado o processo de Bolonha poderá ter benefícios comuns para os estados membros; por outro poderá colocar as universidades numa situação de caos, sem definições objetivas do papel do ensino superior e por fim poderá também fazer renascer um sistema exclusivo de algumas classes sociais. O Processo de Bolonha sem linhas bem definidas e estruturas poderá caminhar para um regresso ao passado.

As interrogações permanecem, o caminho desta reforma ainda está para ser desenhado, não sabendo quando se poderá concluir o percurso. O diálogo à volta destas interrogações levantou questões pertinentes e sobretudo a tomada de consciência de que a educação não é um negócio mas sim um meio de desenvolvimento. O que não se verifica no terreno, isto porque como refere Cláudia Urbano: “Um sistema de ensino superior está na dependência e convergência de diversos interesses” (2011). O que levará, talvez, ao surgimento de novas funcionalidades do sistema de ensino superior virado para o negócio, com características devastadoras para o verdadeiro objetivo do ensino superior - “A Razão” e a aquisição de conhecimento. O ensino superior

manteve-se ao longo de décadas afastado da sociedade, mas devido a várias situações no contexto socioeconómico em que o mundo se encontra, foi necessário uma aproximação à sociedade. Isto porque, em parte, o Estado está cada vez mais distante das suas obrigações constitucionais e foi necessário encontrar outros meios de financiamento, como argumenta Neave:

“the very particular relationship between state and higher education that upheld institutional stability for more than two century, is dead” (2007, p. 49)

Este distanciamento coloca a instituição superior numa balança ponderativa sobre como sobreviver e manter vivo a sua verdadeira missão. Como sugere António Magalhães no seu artigo quanto mais próximas se mantiverem as ligações entre o ensino superior e a sociedade mais perto estamos de um sistema de ensino empresarial, um vínculo ao mundo dos negócios. Passamos a citar:

“À medida em que as fronteiras entre a academia e a sociedade se diluem, a identidade do ensino superior torna-se também problemática. Este nível de educação parece estar a submergir no seu contexto social mais amplo e corre o risco de, ao entrar definitivamente no mundo do negócio” (2006, p. 30)

Atualmente persistem muitas lacunas, mas a mais relevante, ao nosso ver, é que quando pensaram na reforma de Bolonha, tal como as várias ideologias de um sistema único europeu, esqueceram-se que para além dessa reforma, da vontade de criar uma Europa única, cada nação tem um passado e uma cultura própria, reconfigurar identidades é problemático. Relativamente à criação de uma sociedade única europeia Friedrich Nietzsche pronunciou-se do seguinte modo:

“O comércio e a indústria, a circulação de livros e cartas, a posse comum de toda a cultura superior, a rápida mudança de lar e de região, a actual vida nômade dos que não possuem terra - essas circunstâncias trazem

necessariamente um enfraquecimento e por fim uma destruição das nações, ao menos das europeias: de modo que a partir delas, em consequência de contínuos cruzamentos, deve surgir uma raça mista, a do homem europeu.” (1986 (1878), p. 119) [sic]

A Europa já não é, talvez nunca tenha sido, propriamente um continente uniforme, existem grandes discrepâncias entre países, uns mais desenvolvidos que outros, uns mais conservadores outros menos, outros mais tradicionalistas outros menos, países semiperiféricos ou países centrais que não tem as mesmas oportunidades ou necessidades de crescimento e de desenvolvimento. O desenvolvimento não foi surgindo em circunstâncias iguais, e isso deveria ter sido levado em consideração antes de qualquer planeamento. Existem países que ainda estão a ingressar no sistema europeu e que têm um longo caminho até superar todas as barreiras para estar no patamar de países como a França ou a Alemanha. Este grupo de países de poder económico, onde os representantes insistem em manter um discurso de uma europa para todos, quando assistimos a uma antítese, uma europa derrotada, com ciclos económicos devastadores, com a propensão de uma pirâmide invertida, a lógica estabelecida é efémera porque não basearam a mudança nas características de cada país (a história, a cultura, o social e a conjuntura económica).

Portugal está a atravessar neste momento uma crise nunca antes vista, superando a de 1978, afetando o acesso ao ensino superior e o próprio processo de aprendizagem, talvez devido a falta de sensibilidade em admitir que somos diferentes. Américo Figueiredo alertava para o facto de que uma crise austera produziria:

“Os cortes orçamentais provocam três efeitos principais na vida institucional da Universidade. Porque são selectivos, alteram as posições relativas das diferentes áreas do saber universitário e das faculdades, departamentos e/ou unidades onde se investiga ou ensina, e, com isto, destruturam as relações de poder em que assenta a estabilidade institucional. Porque são sempre acompanhadas do discurso

da produtividade, obrigam a universidade a questionar-se em termos que lhe são pouco familiares e a submeter-se a regras de avaliação que tendem a dar do seu produto, qualquer que ele seja, uma avaliação negativa. Por último, porque não restringem as funções da universidade na medida das restrições orçamentais, os cortes tendem a induzir a universidade a procurar meios alternativos de financiamento...” (2008, p. 25)[sic]

Aqui está o ponto de ligação com o tema da investigação, a necessidade de sobrevivência coloca as instituições num papel de angariadores de apoios e um dos programas que mais se destaca é a internacionalização das instituições. Este é um meio de financiamento, “uma oportunidade e um desafio ...e um mal necessário”, porque como argumenta Boaventura Santos “ ainda que não concorde com a excessiva ênfase no lado mercantil da transnacionalização, penso que é uma estratégia correta...” (2008, p. 65)

Nas últimas décadas existiu uma explosão de universidades e politécnicos, umas surgiram porque era necessário colmatar falhas na formação e outras nasceram em locais periféricos para tentar impedir a desertificação. O facto é que muitas não conseguirão ultrapassar a barreira das “agências de *rating* universitário”, os barómetros de avaliação. Esta tendência que o mercado tem se autoestruturar com base em conceitos e opiniões feitas, no *status/prestigio* será um prisma utilizado pela maioria da população (*status/prestigio* – é um dos fatores “PUSH” descritos pelos autores Crompton e Mackay 1997). Isso aplica-se no fundo em todo o sistema político, social, cultural e económico, tudo gira à volta “do que se diz”, “do que é reconhecido” “como é considerada”. Verificamos isso mesmo em relação aos programas de mobilidade, em várias entrevistas é dominador a característica de preferir ir para um destino recomendado, onde o *feedback* é como uma espécie de encorajador de decisão (fator Pull). Os relatos das experiências positivas, das experiências de sucesso, em que existiu um retorno a nível pessoal e curricular é um indicador utilizado por futuros alunos de programas de mobilidade no momento da decisão.

2.3 - A educação e o novo mundo moderno

A educação ao longo de todos os tempos fez parte integrante da evolução científica, social, económica e tecnológica de qualquer nação, e mais que nunca agora, torna-se imprescindível existir um sistema de educação aberto e mais abrangente para poder sobreviver numa sociedade multicultural e em constante mutação, que forme cidadãos mais pragmáticos e conscientes perante os requisitos que o mundo globalizado impõe.

A educação foi, de alguma forma, considerada um pilar fundamental para colocar um país no caminho do desenvolvimento, como destacado por António Filho quando se refere a educação como um “catalisador” a para sustentabilidade de qualquer nação (2012). A taxa de alfabetização é utilizada em vários campos como método de avaliar o avanço “*cultural*” de um determinado lugar/país/nação/império. A evolução temporal revela que este argumento é uma constante, utilizada para a comparação entre sociedades e apesar de estarmos no século XXI esta análise nunca deixa de ser um tema na agenda dos políticos mundiais, e aqui existe a consciência do desnivelamento entre países. A declaração de Bolonha tem presente este mesmo facto no seu documento “A vitalidade e a eficiência de qualquer civilização podem ser medidas através da atração que a sua cultura tem por outros países” (1999).

A reflexão sobre este tema levou europeus conhecedores e entendedores da matéria a investigarem e a verificarem que era imprescindível encontrar um ponto, algo que pudesse colocar a Europa na frente da competitividade mundial a vários níveis, utilizando a plataforma da educação como trunfo. A educação foi um meio para atingir um objetivo, porque a função da educação não é unicamente a educacional no sentido amplo, mas sim, a educação também é a formação cívica, social, cultural, intelectual e linguística do indivíduo e concomitantemente a formação da sociedade local, regional, nacional e global. A educação é uma forma invisível de formatar os indivíduos nas suas várias competências sociais e culturais. Esta variante da educação, a sua multifuncionalidade poderosa foi utilizada como estratégia para criar um

plano que possibilitaria a Europa ser um lugar cobiçado pelo resto do mundo, criar uma *Europa do Conhecimento*. Em 1999 foi assinado a Declaração de Bolonha, a estratégia estava lançada.

Além da questão de construir uma Europa do conhecimento na rota do mundo, foi essencial primeiro colocar os europeus em igualdade entre si relativamente ao sistema educativo, ou seja todos terem a mesma base de ensino criando uma harmonia entre os níveis de ensino a nível europeu. Para tal foi criado uma estrutura curricular europeia que permitisse a qualquer cidadão europeu poder movimentar-se pela Europa apresentando o seu currículo e ser reconhecido em qualquer dos países dentro da comunidade europeia.

Passados quase quinze anos verificamos que isto não passou um pouco de uma epifania, o sistema está incompleto e longe de se finalizar

“it is a period prone to intense fluctuation between positive and negative evaluation, between a sense that it is either too late or too early to achieve the intended fluctuation in analysis and evaluation are a sign that everything remains opens, that failure and success loom equally on the horizon, and that it is up to us one or the other happen.” (Santos B. S., 2012, p. 8)

Os legisladores não tiveram em consideração que este sistema teria implicações a vários níveis e que tal como a globalização, os seus efeitos não seriam iguais em todos os países, porque existem diferenças que, por muito que se lute, não mudam ou levam mais tempo a ingressar. Existem “graus de intensidade” que colocam constrangimentos à implementação de certas medidas. Como é afirmado por António Teodoro “As políticas de educação, sobretudo nas sociedades contemporâneas, são construídas em meios marcados pela heterogeneidade e pela complexidade, sujeita a procuras sociais nem sempre compatíveis e muitas vezes contraditórias, e que obrigam a definir prioridades, a excluir caminhos e a ultrapassar compromissos.” (1995, p. 118) Os legisladores utilizaram esta súbita vontade de tornar a Europa num destino

de excelência para os estudos como fachada, a verdadeira intenção e preocupação era colocar a Europa numa posição de prestígio, como Ulrich Teichler referiu:

“We have reasons to assume that politicians using these terms are not primarily interested in increasing "competitiveness" in terms of changing process, attitudes and interaction but rather use "competitiveness" for expressing their desire that higher education in Europe should become the "best" in the world, whereby increasing competition is seen as the means to ensure the rise to the top.” (2007, p. 6)

3 – O turismo de educação e cultural, a alavanca do ensino?

3.1- Cultura, turismo e educação, um trajeto em comum

Os temas turismo, cultura e educação já foram abordados anteriormente. No entanto, uma questão permanece. Qual a relação entre eles? O que os liga? Quais as potencialidades de uma ligação entre estas áreas? As primeiras ligações que podemos estabelecer entre a cultura, turismo e educação são as várias formas de práticas culturais, sociais e económicas, que transformam estes três elementos num fenómeno de relevância no século XXI. “O turismo educacional e, em particular, as mobilidades de estudantes constituem um dos rostos mais visíveis e estridentes dos processos de globalização” (Carneiro, Guerra, & Malta, 2005, p. 116).

Em primeiro lugar apresentaremos o conceito de cultura, para depois o contextualizarmos com o turismo e a educação. Uma das primeiras noções, uma projeção muito completa e abrangente, sobre cultura de referência é a Edward B. Tylor que data de 1871:

"Cultura é o complexo unitário que inclui o conhecimento, a crença, a arte, a moral, as leis e todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade" citado por (Gonçalves G. , 1998)

Mais tarde Malinowsky irá questionar qual o papel da cultura na vida do indivíduo, qual o seu efeito e em que base atua. Qual a importância funcional da cultura na formação do sujeito? Será um fator crucial? Ou meramente um acessório?

A cultura insere-se num conjunto de procedimentos que revelam as circunstâncias do ser humano no seu dia-a-dia, a diversidade cultural é um fator que se contextualiza nos vários meios sociais. Nos dias de hoje torna-se uma tarefa difícil delimitar os vários grupos, pois vivemos numa sociedade onde impera o multiculturalismo e o interculturalismo.

E por essas mesmas razões, falar, atualmente de alta cultura ou cultura popular, poderá não ser um termo *démodé*. A “arte pela arte” e a “cultura para a cultura” são lemas do velho sistema dominante das teorias unidirecionais – “de cima para baixo” e “de baixo para cima”. A abertura do mercado da arte e da cultura ao mundo digital permitiu o acesso a todos os conteúdos temáticos antes restringidos e limitados. Aqui falamos tanto do acesso da alta cultura como da cultura popular, um caminho aberto para ambos os lados. A alta cultura é descrita como uma prática de um determinado grupo de prestígio. Hoje em dia existindo esta massificação de acesso à informação, permite que outros grupos tenham acesso à aquisição de um nível de conhecimento cultural igualitário, seja de “alta cultura”, “cultura erudita” ou “cultura popular”.

Será que a Alta Cultura não busca esse lado popular da dita baixa cultura? Como por exemplo “quando sabemos que a «arte erudita» tem usado o imaginário popular como referência, numa longa tradição de apropriação de imagens, formas e produtos, procedentes das culturas populares” (Saldanha, 2008, p. 111). Será que, com o avançar do tempo, não iremos assistir a um mutação em que a Alta cultura e a erudita serão dominadas pela baixa cultura? Encontraremos, sim, uma hibridação, na qual cada um escolhe a cultura que

mais lhe diz respeito, independentemente da sua origem? Ou vai gerindo a cultura que necessita no momento. Temos o exemplo do Carnaval, sendo considerado uma tradição popular, com contornos ancestrais ligados ao culto pagão, observa-se atualmente, que no Sambódromo do Rio de Janeiro, cada vez mais está presente a Alta Cultura, proporcionando uma miscigenação de classes.

Não existe nos grupos atuais distinção de “legitimidades culturais”, não se produz especificamente para um único grupo, a produção é para uma cultura de massa e efémera. Esta produção para um mercado inclusivo e espontâneo vai criar excesso e libertar a exclusividade, mas também possibilita o surgimento de uma “cultura de excesso”, que Caires (2011, p. 28) denomina de hipermodernidade.

Por outro lado, prevalecem particularidades que ainda distinguem comportamentos, a experiência de vida de cada um é protagonizada pelo meio social em que está inserido e isso demarcará o comportamento do indivíduo. O velho lema “nascido em berço de ouro” tem, por vezes, a sua razão de ser. Os hábitos, o gosto cultural, e os estilos de comportamento e costumes são uma herança transmitida de geração em geração. A tradição é algo difícil de transformar, mas no entanto poderá ser modificada por assimilação, sofrer alteração e adaptar-se a um novo contexto. Por outro lado a proliferação cultural, leva a que qualquer indivíduo seja criador do seu “habitus”, e cria dentro do seu grupo um subgrupo com características próprias.

O turismo, a cultura e a educação tiveram que se coligar a estes conceitos de “híper” diversidade cultural e adaptar os seus interesses para o seu target, direcionando os seus objetivos para as novas exigências de mercado e assim conquistar novos públicos. Um dos novos mercados, ligados a programas de educação é constituído pelos programas de mobilidade internacionais que interligam o ensino, a cultura e o turismo.

3.2 - Turismo de educação e cultural, um tema multidimensional e transversal

As estatísticas do turismo mundial indicam que o turismo de educação é uma forte componente deste sector sendo apontado como um dos motivos principais de viagem (INE 2010). O turismo jovem (15-24 anos) representa 20% do mercado turístico europeu (Eurostat, 2009) tornando-a numa indústria com grandes potencialidades. O turismo de educação é um mercado em expansão, porque como é entendido por Brent Ritchie no seu livro *Managing Educational Tourism* os atuais turistas são mais que simples viajantes, são também pessoas que procuram novas e distintas experiências⁷.

A noção de turismo de educação é uma área de pesquisa complexa e multidimensional tal como o próprio conceito de turismo. O conceito de turismo de educação pode ser visto de duas formas: por um lado é considerado turismo de educação quando o motivo nuclear é a realização de um programa direcionado unicamente para a educação e não tem outras ações inseridas; por outro lado é considerado turismo de educação mesmo quando o motivo principal não é a realização de um programa educativo, e este é somente um acessório ao motivo da mobilidade. Este aspeto é apontado por David Bodger quando menciona que deveriam ser feitas distinções entre um programa de educação em que o principal propósito é adquirir conhecimentos académicos e um programa onde a área da aprendizagem académica é um elemento adjacente⁸.

O turismo de educação está estreitamente ligado à nova conceção descrita por Aulian Poon "A new tourism and a new tourist" (1993). A Organização Mundial de Turismo - OMT (2003) alerta para a necessidade de se investigar sobre os novos desafios do turismo do século XXI, tendo uma consciência de qual o objetivo em foco, captando o interesse do consumidor transnacional. Como defendido por M. Porter

⁷ "Tourist are now more than ever travelling further in search of a new and unusual experiences" (2003, p. 4)

⁸ "Some distinction should draw between the true educational travel program – where the learning experience is the focus of the program – and the program where the educational element is additional to the main purpose" (Bogder, 1998)

“O pior erro estratégico é permanecer na indefinição. Não ser capaz de escolher vantagens competitivas: preocupar-se com a qualidade mas não atingir um carácter único em nada; pensar em segmentação, mas não definir os segmentos em que se vai apostar” (in Vasconcelos, 1996, p161)

Apesar do turismo de educação não ser uma atividade inovadora e recente, não se encontram estudos extensos sobre este segmento. A complexidade da sua vertente multidisciplinar leva a um difícil reconhecimento de qual o segmento do turismo a investigar. O seu conceito baralha-se e funde-se muitas vezes com o conceito de turismo cultural.

Apresentamos de seguida alguns conceitos de turismo cultural e de educação para podermos ter uma visão mais abrangente e perceber quais as linhas orientadores que os ligam. A OMT em 1985 distingue o turismo cultural em duas categorias, uma mais vasta e outra mais objetiva. Por um lado refere:

“Toda a viagem que pela sua natureza satisfaz a necessidade de diversidade, de ampliação de conhecimento, que todo o ser humano traz em si” e por outro “a mais restrita compreende a viagem por motivos unicamente culturais e educativos “.

Por outro, em 2003, reformula o seu conceito com uma linha mais clara e direccionada, afastando-o mais do conceito de turismo de educação, “O turismo cultural é um segmento do turismo que dá destaque especial a atractivos *culturais como apresentações, museus, mostras, etc.*”. [sic] O Internacional Council on Monuments and Sites (ICOMOS), na Carta de Turismo Cultural (1984), estabelece que o turismo cultural tem que ter obrigatoriamente uma visita a locais culturais, “o turismo cultural como uma forma de turismo cujo objecto é, entre outros, a descoberta de monumentos e lugares” [sic]. Hughes entende que o turismo cultural existe desde que seja visitado uma referência cultural local ou nacional. Nesta perspetiva refere que “o turismo cultural tende a ser aplicado a viagens, sempre que os recursos culturais são

visitados, independentemente da motivação inicial. O termo é limitado, também, por uma falha de modo a incluir um entretenimento" (1995, p. 707) . E Stebbins define turismo cultural como uma atividade plena, que envolve diversas características do individuo desde *culturais, estéticas, intelectuais, emocionais ou psicológicas* (1996). A existência de uma base comum entre todos os autores é visível, referindo que todo o turismo cultural deve ter uma ligação estreita com um elemento cultural que possa fomentar o seu conceito, independentemente da sua conexão ao amplo termo cultura. E aqui está uma área de areias movediças, como definir o que é a cultura, a educação é cultura, visitar um monumento arquitetónico é cultura, contactar com tradições seculares é cultura, aprender a fazer pão-de-ló é cultura, semear milho é cultura poderíamos aqui enumerar várias atividades que nos remetem para as várias definições de cultura, mas o facto é que a cultura está presente em qualquer lugar, tempo e espaço.

Sendo o turismo um fenómeno que atravessa o tempo e o espaço, ele não poderá ser separado do cultural, porque a cultura é um elemento de progresso do individuo e a história o seu percurso. A cultura sempre acompanhou o homem desde os primórdios, não é um elemento estático, é sim, um processo evolutivo (Malinowski, 1944, p41).

Visto à luz da etimologia a palavra cultura significa o cultivo da terra, a agricultura. Nas décadas de 60-70 o termo sofre uma mutação e alcança uma vertente multidisciplinar, a cultura é vista como um bem multifacetado. Nos anos 90, a cultura assume um papel de “interculturalidade”. Arjun Appadurai contextualiza esta abordagem ao refletir que a cultura é “menos que uma propriedade dos indivíduos e dos grupos e mais como um recurso heurístico que podemos usar para a diferença” (1996, p. 13)

Não existe um consenso sobre qual o núcleo central da cultura, qual a sua origem, a cultura não é definida da mesma maneira, podendo ser vista muitas vezes como um bem tangível ou intangível. No Dicionário de Conceitos Históricos a cultura é “ tudo aquilo produzido pela humanidade, seja no plano concreto ou no plano imaterial, desde artefactos e objetos até ideais e crenças” (Silva & Silva, 2006). Na conceção de cultura, Malinowski aborda este mesmo

conceito: “A cultura consiste no conjunto integral dos instrumentos e bens de consumo, nos códigos constitucionais dos vários grupos da sociedade, nas ideias e artes, nas crenças e costumes humanos” (1944, p. 37)

Cultura é um termo vasto e que varia perante diferentes situações, sejam de ordem política, social e económica. A cultura tem um profundo sentimento intrinsecamente ligado ao individuo, a vida. Não há dúvida que a base estrutural da cultura é o individuo, “quer consideremos uma cultura muito simples ou primitiva quer uma cultura extremamente complexa e desenvolvida” (Malinoski 1944, p. 37).

O individuo é o centro da cultura mas então qual é afinal o cerne da educação senão o indivíduo também. Toda a forma educativa tem uma vertente cultural inserida omnipresente. Em muitas formas de educação é dado uma importância à valorização da cultura porque ela é um elo de ligação com outras formas de conhecimento. A cultura é um aliado da educação, são parceiros inseparáveis, esta teoria é apresentada por Gilmar Rocha no seu ensaio sobre Mauss. A mesma refere que “para Mauss a educação está intimamente relacionada às experiências concretas dos homens e ao processo de transmissão de cultura (Rocha, 2011, p. 81). O elo que liga o indivíduo à cultura é o legado, como descrito por Durkheim na sua concepção de educação:

“A educação é a acção exercida pelas gerações adultas sobre as gerações que não se encontram ainda preparadas para a vida social; tem por objecto suscitar e desenvolver, na criança, certo número de estados físicos, intelectuais e morais, reclamados pela sociedade política no seu conjunto e pelo meio especial a que a criança, particularmente, se destina” (1978, p. 41). [sic]

Todos os caminhos apontam para uma conexão sistemática entre o individuo, a cultura e a educação. Os três elementos complementam-se e interagem entre si, com funções idênticas, a construção do individuo, de uma sociedade, do mundo.

Podemos aqui retirar que toda a experiência turística tem um componente cultural associada, quer seja de carácter físico ou de experiências emocionais. A mobilidade proporciona o contacto com novas realidades, como alude Eliane Pires no seu trabalho “todo o turismo é cultural” (2004, p. 35) e acrescentemos o termo educativo a essa afirmação.

O turismo de educação é definido por vários autores como sendo um turismo cujo principal objetivo tem como proeminência um programa de educação, como refletido por Bodger: “Program in which participants travel to a location as a group with the primary purpose of engaging in learning experience directly related to the location” (1998). Para a OMT (2003) o turismo de educação tem como regra, que seja realizado a partir de uma estrutura logística, citando a seguinte expressão quando se refere ao turismo de educação: “ viagens nas quais a aprendizagem acontece a partir de um programa estruturado ou formal”.

Na enciclopédia do turismo, editada por Jafar Jafari (2000) , o turismo de educação é definido como um fenómeno que permite levar e receber, isto é, quando participamos num programa além-fronteira de educação vamos com o intuito de aquisição de novos conhecimentos, mas connosco levamos também a nossa identidade, que de uma maneira ou outra influenciará o processo. Nessa perspectiva o mesmo autor refere:

” To train and develop the knowledge, skill, mind and character of students through a process formal schooling and teaching.....who bring with them a diversity of skills, knowledge and attitudes.”

Para Ritchie (2003) o turismo de educação é visto numa perspectiva mais ampla e simplista:

“Tourist activity undertaken by those who are undertaking an overnight vacation and those who are undertaking an excursion for whom education and learning is a primary or secondary part of their trip. This can include general education tourism and adult study tours, international

and domestic university and school students' travel, including language schools, school excursions and exchange programs. Educational tourism can be independently or formally organized and can be undertaken in a variety of natural or human-made settings.”

No livro *Turismo Internacional – Uma Perspectiva Global – 2ª edição* – (OMT, 2003) é feita uma abordagem mais extensa ao turismo educacional, que reflete o que anteriormente foi dito, que por vezes o turismo de educação é confundido com o turismo cultural, isto porque, para a OMT a educação é cultura e cultura é educação e este é um meio para atingir um fim, passando a citar:

“Muito embora todo o turismo possa ser considerado educativo, no sentido de que o visitante aprende sobre a cultura, a sociedade e outros aspectos do destino, o termo turismo educacional geralmente refere-se a viagens nas quais a aprendizagem acontece a partir de um programa estruturado ou formal. Um tipo conhecido e popular de turismo educacional são os programas de intercâmbio, no qual os estudantes frequentam escolas ou programas (geralmente durante um semestre ou ano académico) em outro local, muitas vezes num país estrangeiro. Através deste tipo de actividade, o estudante tem a oportunidade de aproveitar os recursos do destino, que podem não estar disponíveis em nenhum outro lugar. Uma das razões mais comuns para se frequentar uma escola estrangeira é a oportunidade de envolvimento com a língua e cultura locais”.

[sic]

Esta troca de conceito entre turismo de educação e turismo cultural é perfeitamente perceptível e natural após a análise do exposto anteriormente. A pragmática deste assunto está no seguinte: no turismo de educação a cultura é iminente, inseparável e no turismo cultural a educação também está implícita de uma maneira ou outra, estamos sempre a aprender. A distinção mais clara

entre os dois é quando se verifica que existe um objetivo claro da atividade a que o sujeito se propõe. Isto é, se o motivo é um programa vocacionado unicamente para a educação ou se é direcionado para um programa cultural e aqui poderá existir uma diferença e distinção entre os dois termos, mas a questão está em indagar o que é a educação e a cultura propriamente dita, se podemos unicamente realizar um programa de educação sem coexistir com cultura ou vice-versa.

3.3 - As consequências das mudanças no turismo

A partir do século XIX, a concessão de férias toma um novo rumo surgindo assim algumas mudanças sociais e políticas que iriam revolucionar o sistema vigente, criando novas opções, escolhas e direitos. No século XX, outro fator importante impulsiona a ideia do período de férias, é concedida a remuneração para o tempo de férias, permitindo que as classes médias possam também fruir de um tempo de lazer fora do seu ambiente usual e por vezes monótono. Estas modificações por si só não teriam sido possíveis para estimular uma mudança tão drástica. Existiram outros fatores que ajudaram a impulsionar esse fenómeno., Thomas Cook, um promotor e agente de mudança, no pensamento do viajante, cria o primeiro *tour* turístico em grupo – “The Package Tour”. Este novo método de viajar permite, por um lado, o turista deixar de viajar isolado, por outro inicia o prelúdio do turismo de massa, existindo aqui algumas raízes ao pensamento fordista. Uma das vantagens dos “Packages Tour” foi Thomas Cook aproveitar a pouca experiência e a baixa exigência do novo turista para maximizar o número destes mesmos e consequentemente os lucros, com os chamados preços acessíveis à classe média. A implementação de tais programas foi um sucesso, mas era preciso manter a afluência portanto o passo seguinte foi a fidelização dos consumidores para garantir a clientela. Esta estratégia era perfeita para as empresas, pois os *packages* eram homogéneos, direcionados para destinos de praia ou montanha sem necessitar de novos investimentos. Esta uniformidade permitiu uma racionalização de custos, de meios estratégicos e logísticos, eram

programas elaborados sempre com as mesmas características e mantinham os clientes fiéis. Esta nova abordagem à viagem e à mobilidade para o lazer leva a abertura de caminhos para o desenvolvimento de infraestruturas sociais, culturais e económicas nos locais de paragem\visita, contribuindo para o desenvolvimento das localidades. Outro fator foi a evolução dos meios de transporte, os navios, as máquinas a vapor e o carro têm um papel crucial na evolução da viagem, tornando a mobilidade um terreno vantajoso para muitos – “ ...when steam trains and steamship transformed travel opportunities.” (Lickorish & Jenkins, 1997, p. 11)

Não podemos deixar de evidenciar outra causa, a explosão tecnológica em vários campos de ação, o século XVIII e XIX, foram anos de ouro para as invenções tecnológicas. Estas mudanças alteraram a estrutura de vida da sociedade, tanto a nível social como económico, e concomitantemente uma profunda transformação cultural que abalou o sistema até então conhecido. Porque qualquer mudança ou inovação seja de grande ou de médio impacto, reflete-se no produto original, isto é, influenciando o produto primário. O produto sofre mutações, transformando-se num produto híbrido ou até, por vezes, criando num novo produto e aqui podemos falar de um novo conceito de vida em vários aspetos. Outro fator que influenciou a noção de férias foi a reestruturação da organização do trabalho implementada pelo taylorismo – idealizado por Frederick Taylor (1856-1915). O sistema de Taylor tinha regras inovadoras que levaram a uma maior rentabilidade do trabalho ao conhecido sistema da “racionalização do trabalho”. Destacamos alguns fundamentos importantes deste pensamento: planeamento, divisão e triagem dos trabalhadores por capacidades funcionais, verificação do trabalho, divisão das tarefas para uma melhor eficácia da produção do produto final. Estes são os princípios eleitos pelo fundador do idealismo taylorista que se encontram discriminados no seu livro "Princípios de Administração Científica" escrito em 1911 (Taylor, 1990) .

Uma das consequências desta nova abertura ao pensamento e de um olhar científico para a forma de trabalhar e da rentabilização da matéria levou à consciencialização das necessidades que imperavam na sociedade. A procura

era muita elevada e a produção não respondia ao ritmo das encomendas. O que levou a uma nova ideologia.

Em 1920 surge Henry Ford que lançou uma visão estratégica para a economia de mercado, seguindo o legado de Taylor a "organização científica" do trabalho. Ford criou linhas de montagem automatizadas e em cadeia, tornando a tarefa de montagem mecanizada. Inicia-se os princípios do fordismo de produção de massas para um consumo de massas. O fordismo tinha como características fundamentais entre outras, a economia de escala, a homogeneidade, a produção em massa, o estado-providência e o trabalho para a vida. O fordismo deveu-se sobretudo ao facto do mundo nessa altura estar em franca expansão, desenvolvimento e devido à "complexidade que o processo de modernização" gerou. Era necessário adaptar-se às novas exigências do mundo global. Nesta lógica de produção e das emergentes exigências da sociedade, o mercado do turismo seguiu os mesmos fundamentos, criando ofertas e lançando em catapulta para o mercado pacotes de viagem para grupos, os já referidos "Packages Tour".

A transformação de alguns hábitos do dia-a-dia, devido às novas características do fordismo, levou a mudanças drásticas nos valores sociais e culturais. A alteração no sistema proporcionou uma melhoria substancial da qualidade de vida do proletariado, esta modificação estava diretamente relacionada com o aumento do volume salarial fixo "*per capita*". Os ordenados são aumentados, mas este aumento tinha uma segunda intenção, pois, com o crescimento do consumo e corrida aos lucros, o patronato aumenta a produção para vender mais, mas por falta de estudo de mercado a produção foi superior à procura e então existiu um excedente de todo produto produzido. Uma das soluções encontradas foi o aumento do salário com a intenção de transformar o trabalhador também num consumidor, seguindo o lema das políticas Keynesianas de "promover o consumo das famílias e o investimento (público ou privado) como forma de promover o crescimento da atividade e o emprego" (Campos & Canavezes, 2007, p. 43) . Perante esta situação, a estratégia adotada foi dar abertura económica ao povo para gastar o seu dinheiro, aumentando o seu salário poderiam comprar mais e assim escoar o excedente (CE, 2007). Daqui decorreu a necessidade de criar uma nova organização do

trabalho que colmatasse as necessidades do mercado e que por outro lado protagonizasse o consumo. Este conceito de produção por produção sem uma previsão de vendas levou a uma saturação do mercado a vários níveis. As diversas crises económicas e sociais também possibilitaram essa saturação afetando as áreas económica, como refere Bonanno:

“A elevada competição global e as crises políticas e económicas mencionadas, trouxeram novas estratégias dirigidas para a redução da inflação, através de um crescimento mais lento, da redução do poder das organizações trabalhistas, da aceitação de níveis mais elevados de desemprego e dos cortes nos salários sociais (Aglietta, 1979; Akard, 1992; Gordon, Edwards e Reich, 1982; Harrison e Bluestone, 1988; Lipietz, 1992; Strobel, 1993)” (1999, p. 51) .

Com esta crise a pairar sobre os governos era necessário pensar em novas estratégias para sair deste impasse porque “as crises alteram fundamentalmente o status quo” (Fischer, 2012)

Advém desta crise novas reestruturações e surgem os ideais pós-fordistas na década de 70. As mudanças que ocorrem advém sobretudo da transformação dos padrões de consumo. O consumidor exige um mercado distinto onde possa adquirir produtos e bens diferenciados e específicos. Com estas novas exigências a indústria alterou o seu sistema de produção, foi necessário adaptar e flexibilizar para produzir produtos que acompanhem os novos padrões de consumo, produzindo pequenas quantidades para não criar excedentes e satisfazer os novos consumidores. Esta nova tendência acarreta consigo paralelamente uma manipulação na interação social onde o individuo estipula as suas necessidades.

A vida do indivíduo não é confinada a um local específico (trabalho, casa, escola, etc.), as tarefas confundem-se, não existindo regras associadas a cada uma, mas sim um conjunto de regras flexíveis, pluralistas, polivalentes, adaptáveis com um controlo subjetivo, tudo se torna móvel e instantâneo. Este

padrão de comportamento está patente no anteriormente mencionado referente às novas demandas do turismo do século XXI. Eliane Pires descreve o turismo contemporâneo como “a satisfação que o novo consumidor busca pertence a um componente de hedonismo, de novas experiências e de auto-realização” (2004) e como cada indivíduo é diferente de outro é necessário estar em constante sintonia com o despertar de novos ideais e estilos.

A evolução e a necessidade de desenvolvimento ao longo das décadas vieram transformar as perspectivas dos processos sociais. O lazer, associado a todo um conjunto de segmentação ligada ao ciclo de vida humana, sofre uma mutação e rotação espantosa do fordismo para o pós-fordismo. O lazer é indissociável do desenvolvimento industrial, social, económico e de uma melhoria das capacidades técnicas. O trabalho permite o lazer e vice-versa. O lazer produz necessidades de consumo e subsequentemente mais trabalho, como citado por Rui Gomes: “ O tempo de consumo é um tempo de lazer potencial e os lugares de lazer são lugares de consumo por excelência” (2007, p. 17). No turismo moderno, a alteração da concepção de lazer ao longo dos tempos, tem como consequência o desmembramento das várias estruturas sociais e culturais estratificadas. O tempo de lazer sofre uma transformação, o lazer torna-se sinónimo de pro-atividade e de dinamismos acabando com o ciclo do lazer apático.

Em síntese podemos apontar para alguns factos que constroem o atual momento. Ao longo desses anos assistimos a mudanças em vários níveis nomeadamente: na concepção de tempo e de ócio, algum período de lazer passa a ser designado por férias, a evolução dos transportes, o desenvolvimento tecnológico, desenvolvimento industrial, o consumo, as crises económicas, a remuneração do tempo de lazer, o maior aproveitamento do tempo, a consciência de mercado, e por último e não menos importante a percepção do que o indivíduo faz parte integrante da história, da sua construção e que se essa construção não for consistente estará em causa o futuro. Esta afirmação foi mencionada por Karl Marx no seu livro escrito em 1851/52 - O 18 brumário de Luís Bonaparte:

“Os homens fazem sua própria história, contudo, não a fazem de livre e espontânea vontade, pois não são eles quem escolhem as circunstâncias de sua escolha e sob as quais ela é feita, mas estas lhe foram transmitidas assim como se encontram.” (2011, p. 25)

O turismo de educação e cultural advém destas transformações, o lazer associado a outra atividade confinante, leva à transformação do pensamento do turista e poderemos dizer também da própria forma de educação e de olhar a cultura. Este olhar sobre a cultura também sofre transformações, surgem ferramentas que permitem uma nova abordagem à cultura, a sua estrutura passa a ser interpretada como um bem material e imaterial e com uma visão mais vasta, a cultura adquire outras conotações. Thompson frisa isso mesmo no seu livro - Ideologia e cultura - “O estudo da cultura estava agora menos ligado ao enobrecimento da mente e do espírito no coração da Europa e mais ligado à elucidação dos costumes, práticas e crenças de outras sociedades que não as europeias” (Thompson, 1990, p. 170)

3.4 - O Turismo da era do Pós-modernismo

“O sentimento pós-moderno é essencialmente anti-fundamentos e tenta destruir todos os fundamentos objectivos passados, sem quase nunca colocar nada no seu lugar. Surgem então novos conceitos que deverão nortear as sociedades ditas pós-modernas: como por exemplo as noções de multiplicidade, de fragmentação, de des-referencialização, de entropia e de desconstrução.” (Caires, 2011, p. 3) [sic]

O turismo do século XXI lança um desafio até aqui um pouco subentendido e desvalorizado, com características de consumo segmentado, optativo, mediatizado, individualista, transitório, de expectativa, *desdiferenciado* isto porque “a lógica do efémero começa a organizar a lógica do consumo”

(Appadurai, 2004). O pós-turismo rompe com as formas tradicionais do turismo moderno, uma atividade principalmente direcionada para sujeitos que se moviam para terem acesso a determinados bens culturais ou sociais, estes que só poderiam ser alcançados mediante a realização de uma mobilidade geográfica. O turismo do pós-modernismo vem libertar esta concepção de limitação de mobilidade porque “o acesso aos bens culturais, serviços e produtos de outras culturas pode não depender mais da mobilidade física dos sujeitos” (Fortuna & Ferreira, 1996, p. 5). Por outro lado a ética do trabalho transforma também o conceito de lazer, passa a existir “tempo de trabalho” e “tempo de não trabalho” e o trabalho deixa de ser o centro da existência humana, como referido por Dumazedier existe uma “nova necessidade social do indivíduo a dispor de si para si mesmo” (1979, p. 57). O turismo pós-moderno foca-se sobretudo na renovação constante do indivíduo e da sociedade, numa economia de experiência.

O pós-modernismo está associado a uma fração de consumo de massa, a uma “espectacularização dos valores, transformação do compromisso ético em divertimento” (Lipovetsky, 2004, p. 156). Os mass media têm o poder para mediatizar, são um importante agente de sociabilização, dirigem a moral e a consciência conduzindo-a por uma estrada previamente selecionada composta de produtos e objetivos pré-definidos por agentes externos com influência política e económica. Os cenários estão a ser crescentemente dominados pela produção global e pelas empresas de distribuição, que oferecem imagens comuns por todo o mundo, porque cada um é um potencial objeto. “It is the most significant component of a new cultural economy value and exchange in which visual images are given extraordinary mobility and exchangeability” (Urry, 2000, p. 86).

Adjacente a isto existe uma certa liberdade balizada nos diversos meios de comunicação, devido a uma seleção arbitrária daquilo que é levado em cena. Os *médias* dispõem do público, tudo é planeado para atingir objetivos materiais que justifiquem a era do capitalismo, tornando o público numa “Civilização do Objecto”. Jean Baudrillard, neste termo, compartilha estas noções de globalização, nas suas várias áreas económicas, políticas e culturais, na noção de “Cosmopolitismo” e do “Relativismo Cultural”. O novo

capitalismo é uma oposição a uma cultura cultivada, onde impera a indústria cultural e não uma indústria criativa. Esta esfera global não deveria impor limites, deveria libertar, potencializar as faculdades humanas revelando um desenvolvimento harmonioso, sobretudo, de uma liberdade sem coação. Esta liberdade disfarçada é interpretada e condicionada pela indústria da cultura. Podemos sintetizar a opinião de certos autores nesta seguinte frase: “já não consumimos coisas, mas somente signos” (Baudrillard, 1968).

O pós-modernismo arrasta consigo o multicultural, o transcultural e o pluralismo, colocando a fasquia das relações sociais num patamar oscilante. O diálogo é fundamental para uma integração gradual destes novos contextos. A globalização e o seu impacto na esfera cultural permitem uma democratização cultural, uma larga difusão universal, em que todos os produtos e símbolos são uma oportunidade para todos. A influência da imagem está cada vez mais presente, pois existe uma miscigenação, hibridação e mestiçagem da cultura virada para o consumo através da imagem. A mensagem difundida era há uns tempos atrás segmentada para o público que se pretendia alcançar, com a abertura das fronteiras da informação e da comunicação a mensagem é lançada e atinge quem a procura ou encontra. A impossibilidade de uma identidade e de uma moral individual é imposta, logo existe uma imposição nos comportamentos. Um exemplo desta influência é a utilização da linguagem sem fronteiras, o valor semântico da palavra e da sua vertente poética é totalmente transformado em *slogans* publicitários, a beleza semântica da palavra torna-se banalmente utilizada. A carga emocional que o termo revolução tinha há uns anos atrás era de respeito, consideração, orgulho, medo, é agora aproveitada para qualquer oportunidade, desde que esta possibilite a rentabilidade do objeto. Esta banalização vai diminuir as capacidades de uma cultura cultivada e consciente do seu valor.

Um exemplo deste contexto ao longo de duas gerações está patente no livro de Richard Sennett - *A Corrosão do Carácter* (2007), é refletido todo este conflito entre gerações do fordismo e do pós-fordismo, o caminho para o “novo capitalismo”, uma obra imprescindível para se entender a nova era e a idade das transformações efémeras. E que nos leva a contextualizar o dito anteriormente, qual o percurso que percorreu o mundo até aos tempos atuais

em que tudo gira à “volta de signos, jogos de imagem, critérios de mercado” e a desvalorização do trabalho e do próprio indivíduo. Richard Sennett consegue deambular pela estrada da estruturação histórica entre as duas fases, com uma atitude de grande sabedoria e simplicidade que nos permite visualizar em simultâneo a transformação do mundo do trabalho, o declínio do carácter de um modo muito natural para um mundo automatizado, uma viagem ao capitalismo flexível e ao seu desenvolvimento e de uma maneira sucinta apresenta na obra uma síntese do panorama do mundo do século XXI.

Estes últimos parágrafos contextualizam a ideologia vivida na era moderna e que nos permite assim entender as razões ou os factos do turismo ser, atualmente, uma área de competências multidisciplinares. Vivendo num mundo automatizado, em que a lógica do mercado é dirigida pela imagem, estilos de vida e signos o turismo deveria manter uma atitude versátil. Este é o possível paradigma do turismo, estar atento aos indicadores influentes da sociedade para assim manter a sustentabilidade da área. E aqui está um ponto importante para a empresa turística moderna, ter consciência de que a evolução do pensamento interferiu com as perspectivas de turismo mais tradicionais. As estruturas dos novos movimentos sociais e das tecnologias guiam o turismo moderno, o turismo que procura ação heterogénea, abalando fortemente o turismo homogéneo.

3.6 - O novo paradigma do turismo

Um novo conceito surge que abala a tradição do turismo de sol e praia como referida por Brent Ritchie no seu livro – *Managing Educational Tourism* (2003)– “Tourist are now more than ever travelling further in search of a new and unusual experiences”.

Os turistas iniciam as suas viagens por escolha ou, pelo menos, assim pensam eles. Eles partem porque é preciso mudar, cortar com a rotina do dia-a-dia, o lar é aborrecido ou não suficientemente atrativo, excessivamente familiar e contendo poucas inovações, existe a necessidade de mudança. Por

um lado estes novos turistas apenas esperam encontrar noutro lugar uma aventura mais excitante e sensações mais intensas do que a rotina doméstica jamais é capaz de fornecer, algo que corte radicalmente com a rotina diária. A decisão de abandonar o lar com o propósito de explorar terras estranhas é claramente a mais fácil de tomar pela confortadora percepção de que sempre se pode voltar. Esta perspetiva definida por Aulian Poon e Brent Ritchie remete-nos para a necessidade de se investigar com mais particularidade os fatores de atração e repulsão - *Push and Pull* e a teoria das motivações para poder entender e contextualizar as decisões que o indivíduo toma.

Qualquer decisão na vida depende de influências internas (seio familiar, religião, cultura, etc.) e externas (mass média, oportunidades, estímulos, etc.). Estas particularidades não podem ser dissociadas, porque a consequência e o resultado de ambos vai se refletir na motivação, é inerente. Entender as motivações vai orientar-nos para distinguir e esclarecer quais as razões que levam à realização de um programa educacional de mobilidade.

O artigo de Kannankutty e Burrelli (2007) “Why did they come to the United States?” (2007) expõe que as decisões são tomadas consoante vários fatores. Os fatores expressos variam desde o social, cultural e económico, tais como: demográficos, idade, nível escolar, ocupação, oportunidades, conhecimento, cultura ou “estritamente ligada à determinação do (s) objectivo (s) da viagem” (Henriques C. , 2003) , entre outros.

“Os tipos de turismo definem-se pelos motivos da viagem e pelas características dos destinos, resultando de factores psicológicos, culturais ou profissionais intrínsecos ao indivíduo, que levam a uma crescente heterogeneidade ao nível da procura turística, potenciando novos tipos de turismo em diferentes contextos” (Sousa & Simões, 2010, p. 140) [sic]

O turismo dito da era *pós-modernismo* (Mike Featherstone) é um turismo de expectativas, cada indivíduo procura satisfazer uma necessidade intrínseca articulada com a extrínseca. Tal como Urry e Sheller referem, este novo turismo “involve complex combinations of movement and stillness, realities and

fantasies, play and work” (2004). Tendo em consideração a perspectiva individualista, isto é o novo turista é um turista com vontade narcisista, egoísta que quer além de tudo a sua necessidade satisfeita e sentir-se em plena harmonia consigo próprio.

Numa palestra em 1993 Alvin Toffler refere-se a uma mudança drástica no método produtivo, vindo ao encontro do que se escreveu anteriormente e que pode ser aplicada na área do turismo. A alteração aconteceu na passagem entre a segunda e terceira vaga da globalização, a produção em massa toma um rumo antagónico, a produção é “desmassificada, para o lote de produção pequeno (até de um), para a adaptação do produto ao que o consumidor deseja (ao invés do que acontece na civilização industrial, em que se tenta adaptar o desejo do consumidor ao padrão que está sendo produzido)”. Quem comanda a produção é o sujeito, protagoniza a procura e a oferta, um agente definidor e proactivo.

A experiência plena seja por 3 horas, 12 horas ou 24 horas poderá ser um elemento que distinguirá a decisão do turista na escolha do seu destino final. O turismo moderno tem associado a si a busca de uma componente adicional que complemente o seu lado intelectual, aventureiro, empresarial, radical, ocioso, de prazer, de curiosidade, desportistas, rural, social, a busca da diferença entre muitos outros elementos. Esta componente adicional é sugerida por João Martins Vieira “são emoções proporcionadas pela vivência das características dos recursos turísticos que permitem definir os vários tipos de turismo e não o produto gerado”. (2007) O turismo de educação e cultural associam todos esses elementos, a prática de turismo puro e a prática de atividades estimuladoras para o cérebro (Gidson, 1998) .

Nos tempos modernos o turismo está ao alcance de quase todas as classes. A oferta é diversificada podendo-se escolher quando, como e onde passar as férias. A abertura das fronteiras, do comércio, de mercados de concorrência faculta a escolha diversificada e como tal possibilita a oscilação dos preços, de procura e de oferta. O indivíduo tem um leque de escolha, sendo que o turismo de educação e cultural são áreas que abrangem as várias temáticas do novo turismo e poderá ser um segmento a explorar mais

minuciosamente pelos profissionais das áreas. O novo paradigma do turismo é sobretudo a necessidade de ser uma área flexível, segmentada e proporcionar atividade autênticas e únicas.

3.7 O fator da criatividade, um ponto crucial na orla do novo turismo.

Quando se discute os padrões mais empreendedores do turismo surge um ponto comum para o sucesso: a criatividade, sendo um fenômeno que germina nos tempos atuais, verificar-se a existência de uma interligação entre a criatividade, o turismo cultural e o turismo de educação. De acordo com Richards (2006) a criatividade é uma ferramenta de criação de novas formas de cultura que permite novos e inovadores produtos culturais, sendo também um recurso estratégico para a economia cultural. Alguns investigadores consideram que o turismo criativo é uma extensão do turismo cultural mas tendo um segmento diferenciador, uma vertente interativa entre o produtor e o consumidor. No mesmo texto Richards alude que o turismo criativo também tem características que o aproximam de algumas definições de turismo de educação, referindo o conceito de Bodger

“In which participants travel to a location as a group with the primary purpose of engaging in a learning experience directly related to that location” (Bodger, 1998, p. 28)

Por sua vez a definição de turismo criativo de Richards assenta no seguinte conceito

“Creative tourism is therefore about the creation of experiences and the active involvement of the consumer in the production of those experiences” (Richards, 2001, p. 65)

Por sua vez a UNESCO, no relatório “Towards sustainable strategies for creative tourism”, define turismo criativo como:

“Experience with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and provides a connection with those who reside in this place and create this living culture.” (UNESCO, 2006)

Ao analisar estes 3 conceitos verificamos que existem semelhanças entre ambos, remetendo-nos sobretudo para uma atividade de aproximação do turista com o local através da vivência de experiências e nas suas entrelinhas, também, encontramos a presença do fator da aprendizagem/ensino.

Analisamos de seguida uma figura que nos permite visualizar o desenvolvimento do turismo cultural para o turismo criativo, quais os pontos emergentes em ambos os segmentos.

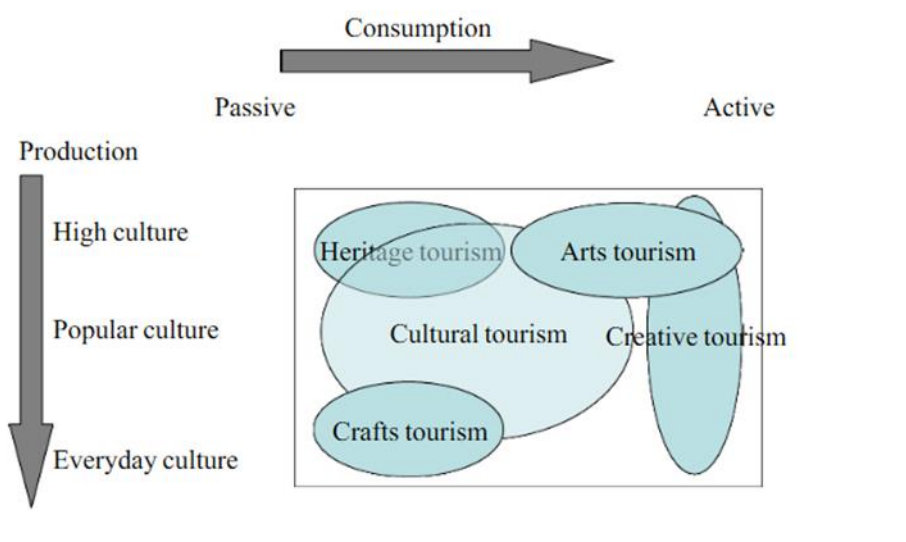


Figura 1: The shift from cultural to creative tourism (Richards, 2009, p. 83)

Identificamos alguns pontos importantes que representam os ícones de segmentação. Da produção de alta cultura extrapolamos para uma vivência de cultura do dia-a-dia/tradicional/popular (a vivência com as tradições locais por exemplo); de um turismo cultural de atração genérica e massificada, verificamos que este ramo se desagrega em vários subtemas isolados e de interesse específico para cada indivíduo. Greg Richards (2010) chega mesmo a argumentar que o turismo criativo é uma “contrarreacção” ao turismo cultural massificado, estandardizado dos últimos 20 anos, apelidando-o de

“Macculturalização”.O turismo criativo vem reavivar o tema da autenticidade, o seu mecanismo vem criar, de alguma maneira, uma rutura da ideia do individuo da era globalizada. A necessidade de se sentir um ser único ao mesmo tempo que pretende ser global, um paradoxo mas que coexiste em simultâneo.

“A fragilidade do eu e a pluralidade de formas de vir a ser na contemporaneidade colocam o sujeito sempre em questão. Todo tipo de ofertas de estilos de vida se encontram “a mercê do consumidor”. Cada uma delas se mostrando mais atraente, enquanto “diferente” da outra. Todas prometendo uma oportunidade para o sujeito distinguir-se da massa, “de ser você mesmo”, um sujeito autêntico. Este processo desenfreado de busca pela autenticidade parece uma marca do nosso tempo. Todos queremos ser únicos. A necessidade do sujeito de diferenciar-se e, ao mesmo tempo ser reconhecido por esta pretensa diferença, torna a todos cada vez mais parecidos”.
(Mairesse & Fonseca, 2008, p. 134)

O último ponto identificado refere-se a conversão de uma atividade de nível passivo para um nível de interação ativa, do turista e ainda da população envolvente (intermediários culturais; população residente; políticas governamentais; etc.). Este ponto é o que mais se destaca nesta evolução, o ponto-chave de mudança, o turista não é mais um mero visitante mas sim um coprodutor da sua própria experiência, é o protótipo do prosumidor⁹. Virgílio Machado destaca esta vertente na sua definição de turismo criativo

“É caracterizado por providenciar aos turistas ferramentas de estímulo para o desenvolver o seu próprio potencial criativo em envolvimento activo e troca com experiências locais e genuínas com a cultura local em compromisso com a sua população o que envolve co-criação (entre produtor e turista) e criatividade dos próprios produtores dos destinos turísticos” (2011, p. 430)

⁹ Ver definição no ponto 5.3.4

Para um melhor entendimento sobre as semelhanças e dissimilaridades entre a vertente do turismo cultural e do turismo criativo apresentamos um quadro resumo sobre o perfil característico do turista de ambos os segmentos.

Turista Cultural	Turista Criativo
São instruídos	São instruídos
Rendimento acima da média, Classe Média	Rendimento acima da média, Classe Média
São exigentes (a nível de infra-estruturas e serviços requeridos), exigem qualidade	São impacientes (precisa de respostas rápidas aos seus requerimentos de informação ou de prestação de serviços), exigem qualidade
Querem aprender, observar, visitar inúmeros monumentos e museus (procura uma oferta personalizada a nível cultural)	Querem experienciar (além de querer aprender e aumentar o seu conhecimento pessoal, o turista fá-lo de forma activa participando em workshops, ateliês, etc.)
São fortemente motivados pela cultura do destino de escolha	São fortemente motivados pela vontade em participar activamente na cultura, característica do destino de escolha
Poderão estar afectos ao sector da Cultura	Poderão estar afectos ao sector da Cultura, Artes, Ciência, Engenharia, Educação, Programação Informática, Investigação, Artes, Design e os Media.⁹
Procuram um contexto diferente no qual possa empregar o capital cultural que construiu em casa	Procuram contextos diferentes de forma a experienciar-los activamente a fim de aumentar a sua bagagem criativa e aumentar a sua auto-realização
Possuem valores culturais (tangíveis, forte influencia do património edificado como motivação de visita)	Possuem valores culturais (tangíveis e intangíveis, busca experiências únicas, muitas vezes baseadas em elementos intangíveis)

Figura 2 - Perfis do turista cultural e criativo. Fonte (Carvalho, 2011, p. 31)

Para reforçar, identificar pontes convergentes e divergentes a figura apresentada anteriormente segue uma outra figura esquematizadora do surgimento do turismo criativo.

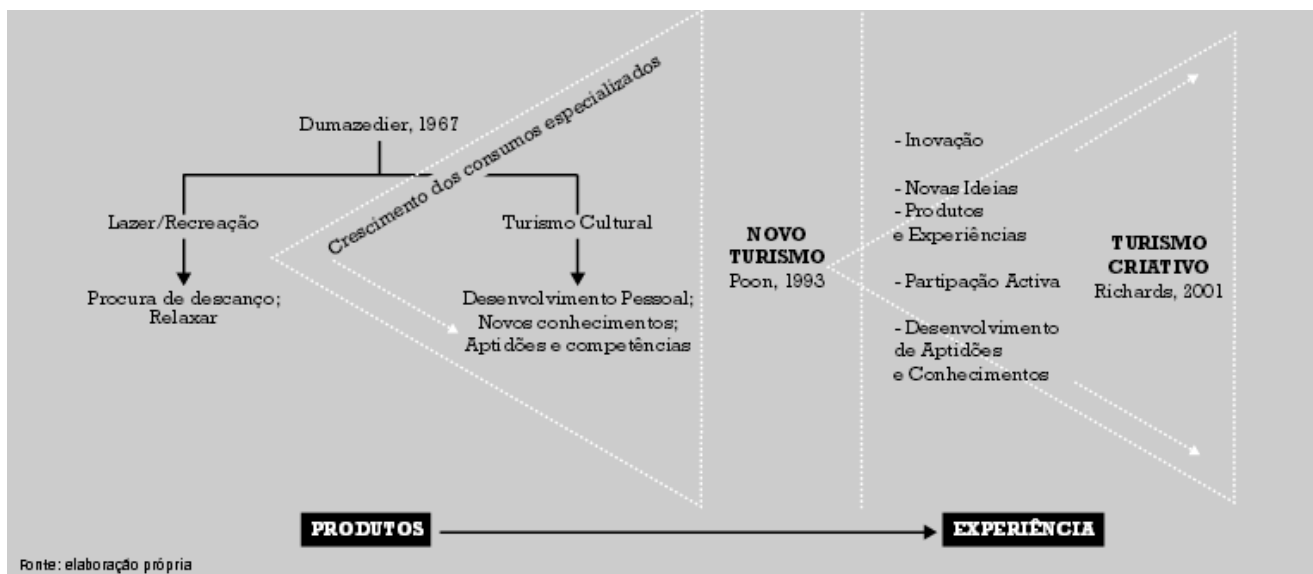


Figura 3 - A emergência do «Turismo Criativo» (Gonçalves, 2008)

Na análise de todos os elementos apresentados anteriormente verificamos que, está bem presente, a tendência do novo turista que Susana Lima e Maria Partidário nos apresentam no seu documento de trabalho onde definem o novo turista como:

“Novo turista: um turista que se quer afastar dos destinos tradicionais que o mercado oferece como os grandes destinos turísticos, e que quer sentir outras experiências de menor escala e de contacto mais directo com as realidades locais” (2002)

Assim, concluímos que a base do surgimento do turismo criativo está na aproximação direta do local ao visitante, um fator de relevo relativamente às novas exigências do consumidor turístico. Esta nova abordagem converge e alerta para a necessidade de criação de novas estratégias. O mercado atual do turismo tem como premissa um contacto direto com experiências reais, isto é, o turista não quer apenas assistir, quer sim ser um ator participativo da ação, o que por conseguinte irá aumentar o seu desenvolvimento intelectual, cultural e de identidade, uma característica apelativa para o individuo do século XXI. A criatividade reflete este mesmo desejo e pode ser usada como um recurso nos destinos turísticos, ser uma marca diferenciadora e ser assim uma alavanca

económica, pois “a economia, toda ela, será cultural e criativa no futuro das sociedades progressivas.” (Sociedade de Consultores, 2013, p. 11).

O participante de mobilidade será um consumidor proeminente do turismo criativo, sendo que ele irá passar mais de 3 meses numa localidade, procurando a sua integração na localidade, que será a sua casa nos próximos meses e examinará locais que lhe proporcionam este sentimento e motivação. O elemento criativo presente nas cidades propícias a atividades criativas permitem que o jovem se conecte, fazendo-o sentir-se um elemento integrante e participativo, sobretudo sentir-se integrado como um membro da comunidade, não um passageiro e assim fazer parte da atmosfera (Richards & Wilson, 2006). Um exemplo da importância deste segmento – mobilidade académica - é o projeto desenvolvido por Austin – Texas que arriscou na criatividade para se desenvolver e atualmente é considerada a segunda cidade mais criativa dos EUA.

“O fenómeno de Austin resulta da influência da: Universidade do Texas; governo estatal e local; empresas estabelecidas como a Dell, IBM, AMD e Samsung, entre outras; e mais recentemente das chamadas indústrias criativas.” (Câmara, s.d).

O projeto pretende neste momento criar uma rede de cidades criativas no mundo. Lisboa foi convidada a ser co-fundador deste mesmo projeto. Um objetivo relevante do projeto é a promoção de intercâmbio entre empresas, governos, universidades e agentes culturais

“O Programa Portugal-Universidade do Texas em Austin envolve já as Universidades sediadas em Lisboa nas áreas de media digital, computação avançada, matemática, e empreendedorismo. As nossas Universidades têm também já acordos com Universidades situadas nas outras cidades da rede. O Programa Erasmus complementa esses acordos promovendo o intercâmbio de estudantes. Outros Programas

Europeus e Norte-Americanos financiam projectos de investigação em consórcio.” (Câmara, s.d)

Em síntese o turismo criativo emerge da necessidade do turista ser um agente ativo e não passivo, o que o demarca do turista cultural, este turista é capaz de criar as suas próprias experiências, auto educa-se e necessita de se sentir distinto neste mundo uniformizado.

A criatividade é um elemento que acrescenta um valor todos os níveis económicos, sociais e culturais, alargando horizontes, tanto a nível de bens tangíveis e intangíveis como a bens materiais e imateriais. Esta envolvimento entre diversas áreas é relevante para um desenvolvimento saudável de atração de turista, e conseqüentemente possibilita a prática de uma economia sustentável. Esta conjuntura permitirá, remetendo-nos para o tema da tese, a captação de estudantes de mobilidade.

“A taxa de crescimento média anual das exportações culturais e criativas excedeu os 10% na última década. Daí que as sinergias entre cultura, turismo e indústria estejam entre as recomendações de um documento apresentado esta sexta-feira que foi apadrinhado pelo Ministério da Economia e pela Secretaria de Estado da Cultura” (Belanciano, 2014)

O turismo criativo vem lançar para a ribalta um novo pensamento sobre a importância dos valores tangíveis, intangíveis e dos recursos endógenos dos territórios e como a criatividade pode revitalizar alguns desses fatores tornando-os de novo atrativos perante este novo turista e o retorno de outros atraídos por estes novos conceitos. Estes elementos diferenciadores proporcionarão ao território uma identidade que o distinguirá dos restantes, criando um referência, uma marca ou uma identidade associada ao lugar, “Landmarks”¹⁰ como Richards e Wilsom intitulam. A estagnação é a lacuna do turismo cultural, os bens patrimoniais são utilizados sem recurso a uma

¹⁰ “Along the lines of the McGuggenheim phenomenon, one common strategy has been the construction of landmarks – flagship or iconic structures – which often aim to become a symbolic shorthand for a city’s or region’s identity” (2006)

estratégia de atração, isto porque para muitos dos proprietários/exploradores estes bens eram considerados um recurso infindável sem necessidade de intervenção. Agora a questão, destes mesmos proprietários/exploradores é como os (re)tornar apetecíveis. Neste quadro *The European Travel Commission World Tourism (2005)*, relativamente às políticas de turismo para a Europa, adverte que é necessário inovação, alerta que o turismo cultural manteve uma atitude de estagnação, com uma vertente tradicionalista sem inovação e que neste momento atingiu o seu ponto de saturação. A criatividade será a marca e a imagem de distinção que o novo turista procura. Um exemplo da importância da criatividade foi a percepção que os agentes governamentais encontram nela e, por isso, tenham apostado no desenvolvimento de cidades criativas¹¹.

A questão da inovação deve ser tomada com consciência, isto porque como Richards reflete nos seus vários trabalhos existe tendência numa implementação de cópias de ideias que poderão levar a um sentimento detrativo e de monotonia dos lugares.

“the production of brands such as Guggenheim or the European City of Culture event has the advantage of consumer familiarity, but by becoming a brand these cultural icons tend to lose their distinctiveness.” (Richards & Wilson, 2006)

Os mesmos autores consideram que poderá existir uma banalização de algumas atividades/eventos, descurando as suas singularidades tornando-os num ritual e não numa experiência singular. Apontando mesmo como exemplo o Museu Guggenheim que após a sua implementação ter sido um sucesso, várias cidades, tal como Las Vegas; Rio de Janeiro; Tokyo e Edimburgo copiaram o projeto, querendo assim também atingir o mesmo sucesso, o que

¹¹ “Cities are cauldrons of creativity. They have long been the vehicles for mobilizing, concentrating, and channeling human creative energy. They turn that energy into technical and artistic innovations, new forms of commerce and new industries, and evolving paradigms of community and civilization... with the decline of physical constraints on cities and communities in recent decades, creativity has become the principal driving force in the growth and development of cities, regions, and nations” (Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, 2005)

pelo contrário, de alguma forma banalizou a sua autenticidade e tornou-se numa reprodução em série (Richards, 2010, p. 11)

No turismo criativo falamos objetivamente do individuo, de si para si e não do individuo para a sociedade, de uma procura de identidade e autenticidade. Uma dificuldade encontrada pelos agentes de desenvolvimento das diversas áreas do turismo cultural é conseguir ultrapassar a “tensão”, de como inovar mantendo a autenticidade sem a abafar. Ana Rita Cruz no seu artigo reflete esta preocupação

“ Uma das tensões no turismo cultural é como conseguir dar um salto qualitativo, uma vez que muitas vezes as práticas instaladas estão ligadas a actividades tradicionais, tão relevantes para o turismo conseguir assegurar a sua autenticidade, mas com problemas da adopção de abordagens inovadoras” (2012, p. 7)

A criatividade é um elemento que pode e deve proporcionar um suporte para evidenciar o capital social¹², o que por si irá criar um suporte para um desenvolvimento harmonioso. O Capital social vai ao encontro das premissas do turismo criativo, onde o visitante se envolve com o nativo e desta ação entre os vários agentes, esta partilha gera uma interação benéfica para todos (Putnam 2005).

“A criatividade pode vir de qualquer fonte, abrangendo portanto aqueles que respondem a um problema de uma forma inventiva, seja um assistente social, um homem de negócios, um cientista ou um funcionário público” (Albuquerque, 2006)

Esta aprendizagem não se pode limitar a uma primeira ação de sucesso, ela deverá ser repercutida no tempo mas tendo um sentido de adaptação/ajuste, de inovação e de criatividade, fazendo uma revisão dos

¹² Capital Social” Traços que da vida social – redes, normas de confiança – que facilitam a ação conjunta em prol de objectivos comuns” (Putnam 2005)

conteúdos constantemente. O capital social permite solidificar as redes sociais porque:

“As redes sociais são estruturas de laços específicos entre atores sociais, redes de comunicação e linguagem simbólica, limites culturais e relações de poder, tendo surgido nos últimos anos como um padrão organizacional capaz de expressar, através da sua arquitectura de relações, ideias políticas e económicas de carácter inovador” (Silva, Fialho, & Saragoça, 2013, p. 93)

Esta “díade”, capital social e redes sociais, vai construir “dinâmicas estruturais” diretas e indiretas, que por sua vez irão fortalecer as relações e complementando o *grafo completo*¹³. Pois segundo Wasserman e Faust (1999) as redes sociais proporcionam quatro fatores:

“1 - Os actores e as suas acções são vistos como interdependentes e não como unidades independentes e autónomas; 2- os laços relacionais entre actores são canais onde circulam fluxos de recursos (materiais e imateriais); 3- os modelos de redes centrados nos indivíduos concebem as estruturas de relações como meios que configuram ou constroem a acção individual; 4 – os modelos de redes conceptualizam a estrutura (social, económica, política, etc.) como padrões constantes de relações entre actores.” (Cit. por Sílvia Portugal, 2007)

Esta premissa permite fundamentalmente uma estrutura de mobilização dos atores no turismo criativo, onde cada elemento tem um papel a desenrolar, onde ambos trabalham para objetivos comuns; esta mobilização social intensifica o sistema no seu todo, principalmente a manutenção de rede social saudável.

¹³ Um grafo caracteriza-se pelo sua ordem, conectividade e densidade, onde todas as relações possíveis se realizam (Mercklé, 2004)

3.8 A imagem do território como ponto crítico do turismo

A imagem é uma das formas pelas quais o turista se auto informa sobre os diversos destinos turísticos, pois este ponto tem uma dimensão fulcral na tomada de decisão quanto ao destino turístico (Molina, Gómez, & Martín-Consuegra, 2010). O indivíduo visualiza mentalmente o lugar, deslumbra e faz uma antevisão sobre que tipo de experiência irá ter nesse local, e conseqüentemente a imagem por si só criará as suas próprias expectativas. (Crompton, 1979) (Echtner & Ritchie, 1991).

“Os turistas tomam as suas decisões em função da imagem mental representativa das diferentes alternativas oferecidas, cabe ao marketing turístico conseguir criar a imagem ideal para um destino turístico, capaz de motivar um turista a vivê-la em forma de experiência numa viagem que se torne inesquecível” (Almeida, Miranda, & Elias-Almeida, 2012, p. 65)

A imagem no século XXI tem um papel importante pois define uma conexão à identidade do lugar, pois a imagem emite uma mensagem identificadora. A imagem constituirá de alguma maneira a marca do destino pois:

“a marca é a percepção presente na mente de um consumidor. Pode ser considerada a sùmula de todos os elementos tangíveis e intangíveis que torna a escolha única ” (Dantos, Carvalho, & Figueiredo, 2012, p. 1564).

Esta autenticidade, esta marca distinta que a imagem reflete torna-se crucial na atração e na tomada de decisão sobre o destino pois “A imagem ajuda a segmentar um destino mas também ajuda, quando não cuidada, a esquecer o destino, fazendo-o desaparecer do mercado” (Almeida, Miranda, & Elias-Almeida, 2012). O marketing territorial tem as estratégias para tornar a imagem num instrumento de distinção e competitividade, porém deverá ser

constantemente inovador/atual, de modo a acompanhar a evolução das necessidades do turista pós-moderno. A análise das características identitárias do território deverá ser gerida à luz das demandas do novo consumidor. Sendo uma estratégia a ter em consideração numa análise aos *stakeholders*, pois auxiliará objetivamente na premeditação e avaliação das tendências do novo turista e assim direcionar a oferta para o público-alvo.

Efetivamente, a tarefa de identificação territorial torna-se árdua devido ao paradigma da complexidade relativa à questão: o que são territórios e o que os afirma atualmente? Sobre esta questão Sandra Fidalgo e João Fernandes respondem:

“ A presente dinâmica global exige novas focalizações uma vez que as fronteiras político-administrativas perdem alguma actualidade porque, em paralelo, surgem novas dinâmicas de relação entre lugares, que entram neste xadrez competitivo reflectindo quer espaços políticos onde estão inseridos (em especial, os Estados-Nação), quer o perfil de identidade de cada um que, de facto, resulta da composição sintética de fenómenos com expressão em múltiplas escalas geográficas” (2010, p. s/p)

Essa dinâmica que os autores referem remete-nos para a existência de uma multiterritorialidade. A mobilidade que o ser humano está sujeito, seja mobilidade física ou virtual, permite que se possa estar em vários territórios em simultâneo. Esta possibilidade é referida por Haesbaert:

“ (...) a existência do que estamos denominando de multiterritorialidade, pelo menos no sentido de experimentar vários territórios ao mesmo tempo e de, a partir daí, formular uma territorialização efetivamente múltipla, não é exatamente uma novidade, pelo simples fato de que, se o processo de territorialização parte do nível individual ou de pequenos grupos, toda relação social implica uma interação

territorial, um entrecruzamento de diferentes territórios.”
(2005, p. 6783)

Neste seguimento o mesmo autor distingue “território-zona” e “território-rede”. O primeiro refere-se ao local propriamente dito delimitado por fronteiras físicas, o segundo como a palavra rede indica é uma ligação através de vários canais, sobretudo a nível “conectividade virtual”, para qualquer parte do mundo ou localmente. Outro fator para a existência de territórios-rede é mobilidade que se tornou uma vertente fundamental na era pós moderna e que possibilita habitar, vivenciar diversos locais e contactar com diferentes aspetos de cultura.

Mas não descurando este conceito de possibilidade de poder estar em vários sítios e de os vivenciar, o marketing territorial não pode negligenciar que o território continua a ter a sua importância e não “como se a tecnologia trouxesse consigo a promessa de um mundo ilimitado, nos libertasse da Geografia, permitindo-nos viver onde quiséssemos, tornando o lugar de acordo com este ponto de vista, irrelevante” (Fidalgo & Fernandes, 2010). Porque como menciona Letícia Giannella “falar em multiterritorialidade implica reconhecer a importância estratégica do espaço e do território na dinâmica transformadora da sociedade” (2011, p. 100). Porém temos sempre de ter em conta as singularidades de cada local não esperando que se torne num outro totalmente diferente só para ir ao encontro as necessidades mais supérfluas. Essa singularidade poderá reverter-se numa arma de marketing valiosa que suscitará maior afluência turística.

Esta multidisciplinaridade do turismo criativo proporciona e reflete a dinâmica do estudante de mobilidade académica. Os aspetos particulares deste segmento permitem um fluxo de versatilidade, particularidade específica desta geração Y.

O aluno Erasmus vive em rede, existindo uma constante necessidade de deambular por diversos espaços, sejam físico ou virtuais, a sua estrutura diária integra constantemente o conceito de multiterritorialidade. O estudante desta época é um sujeito que vive em “territórios-rede” e que procura em cada um deles a versatilidade mas também vínculos identitários do território. Esta

conexão interna e externa entre diversos territórios e culturas em simultâneo é criada através da identidade, de valores e objetivos comuns partilhados em rede. Durante o seu período de mobilidade e através da utilização da criatividade e da sua individualidade, o aluno Erasmus intensifica esta experiência real, reforçando assim o seu processo de aprendizagem

4 - Mobilidade impulsionadora da Globalização

Toda a viagem ao longo da existência humana teve sempre um ou vários motivos associados, sejam eles relacionados com necessidades básicas ou mais excêntricas. A mobilidade primária, relacionada com a necessidade de ir para outro lugar para colmatar carências, é a origem da mobilidade. Esta mobilidade primária é a génese do processo de globalização, reforçando a ideia que a globalização é um processo que acompanha e integra a história. Ao olhar para história como um processo de desenvolvimento, verificamos que alguns acontecimentos contribuíram para o fenómeno da globalização, todo este conjunto de factos presentes na história universal permite em consonância explicar o presente.

É conhecido que alguns historiadores remetem para o surgimento da globalização para o século XV mas será que não podemos falar de globalização quando se iniciou a busca de bens para a sobrevivência. Existia deslocamento e conseqüentemente ao deslocar-se levavam consigo a sua maneira de viver, chegando a outro local, com intenção ou sem, o local de paragem era influenciado de alguma maneira e em pequena ou grande escala a marca do individuo era deixada.

Constata-se ao longo da história da humanidade, nos vários contextos de mobilidade, que existe uma ligação inerente com um ou vários motivos, sejam de influência interna ou externa, direta ou indireta. Como por exemplo no turismo de educação, cujo motivo principal de mobilidade é o fator educacional, assumindo este o papel de motivo externo mas quando olhamos para os motivos internos existem outros que também ajudaram a tomar a decisão.

Carlos Costa aborda essa mesma ideia relativamente ao turismo e cultura “contrariamente ao que muitas vezes é referido, nomeadamente em termos políticos, mesmo a nível de áreas caracterizadas por fenómenos de procura centrados no «sol e praia» e em regiões caracterizadas por um mercado dominado pelo turismo de massas, os turistas procuram e «consomem» manifestações culturais e patrimoniais, e não apenas actividades de lazer baseadas na inactividade decorrentes do usufruto da orla costeira” (2005, p. 287) [sic]. Em síntese o que se pretende evidenciar é que por detrás de qualquer mobilidade não existe um único fator, a articulação dos diversos motivos, lineares e não lineares, intrínsecos ou extrínsecos, formam uma sinergia que conseqüentemente definirão a tomada de decisão.

A cronologia do turismo/viagem demonstra que a sua origem teve como motivo principal a procura da melhoria do bem-estar, colmatando necessidades primárias e secundárias - “Os motivadores lógicos dos deslocamentos dos povos das civilizações pré-históricas centravam-se em buscar alimentos, evitar o perigo e procurar climas mais amenos” (OMT, 2003, p. 20). Já durante a civilização grega existiram dois grandes marcos motivadores de mobilidade, a utilização da moeda como meio de troca, facilitando assim os processos negociais e a expansão de uma língua comum em vários locais. Facilitando uma melhor e mais clarificada compreensão nos processos de troca, surgindo assim uma referência comum e o preâmbulo da globalização (Mendonça, 2005). Um dos motores mais importantes da viagem grega foi a participação nos grandes eventos, festas religiosas e participação nos Jogos Olímpicos (4 em 4 anos), os limiares do turismo de massa. Desponta seguidamente o berço do turismo de expectativa com os Romanos, grandes apreciadores de lazer, tendo como principal motivo um espírito aberto a locais que proporcionasse um mundo da fantasia. A fé também era outro motivo de viagem para os romanos, ainda que pouco generalizado. Os romanos foram impulsionadores de motivos, isto é, tal como os gregos permitiram uma referência comum entre povos, com a moeda e a língua, os romanos, com a construção de estradas, permitiram uma melhor comodidade nas deslocações e um crescimento na viagem, “Roman roads provided an effective networks for travel and communication in Europe” (Lickorish & Jenkins, 1997, p. 13). Na idade média o grande motivador

é a fé. Com a expansão do cristianismo, os fiéis eram instigados pelos membros do clero a realizarem peregrinações aos santuários. Na época renascentista os descobrimentos alargaram o pensamento relativo a viagem. As expedições suscitavam uma vertente de busca do desconhecido, do exótico e da curiosidade do saber, suscitando entre os indivíduos a procura de conhecimento acerca do que se passava para além das suas fronteiras e imaginário. O diário de bordo escrito pelos navegadores serviu de alavanca impulsionando os motivos de viagem. Servindo para relatar as experiências das viagens além-mar aos povos residentes, deslumbrando-os com as histórias e motivando-os para a viagem, também foi a “a principal origem da mobilidade de informação do Ocidente, sobre a vida no oriente durante este período” (OMT, 2003).

4.1 - A perspetiva histórica da globalização

Fazer um pequeno roteiro pela história da globalização permitirá entender melhor e incorporar a própria evolução do turismo de educação e cultural. Por outro lado dar-nos-á alguns pontos de referências e de algum modo, a razão, deste dois segmentos do turismo continuarem a ser uma vertente ainda em uso e em expansão.

Existem várias perspetivas sobre o percurso histórico da globalização, vista à luz do senso comum ou cientificamente. Fazer referência ao seu percurso histórico e ao seu percurso tempo/espaço permite olhar a globalização num todo, isto porque “devemos buscar compreender o passado por ele mesmo e o presente como resultado de transformações “ (Silva S. C., 2010, p. 149)

Alguns autores dividem a globalização em 6 fases, outros em três. Em certas referências bibliográficas é referido que o berço da globalização terá começado na época dos descobrimentos, quando os portugueses conseguiram ultrapassar a barreira do *Mare Nostrum* (Devezas & Rodrigues, 2009) .

Outros autores, noutra perspectiva, defendem que a globalização surgiu nos primórdios da humanidade, pois o homem sempre foi um “*Homo Viator*” (Marcel, 1951) um nómada mas com consciência sobre o que se passa ao seu redor. Ao viajar o homem transportava com ele costumes e hábitos próprios que iriam ser confrontados com outros costumes e hábitos presentes nos locais em que permaneciam e assim se iniciava o processo de observação e troca. Com estas particularidades inicia-se o processo de “globalização primitiva” (Mendonça, 2005) . As trocas de conhecimento, de bens e de ideias repetem-se ao longo das crónicas do passado, um processo vital para a construção do mundo tal como hoje o conhecemos. O povo português foi um importante impulsionador da globalização na época dos descobrimentos. A forte convicção dos navegantes, a ambição e conhecimento técnico levaram “os portugueses a serem os primeiros” digamos a “olhar para fora”, terem a coragem de conquistar o mundo, em geometria variável, tirando dessa situação um enorme proveito económico” (Pereira, 2007). E assim abriu-se um espaço transfronteiriço, superando a barreira do *MARE NOSTRUM*, revelando caminhos e terras nunca antes sonhados, traçando os pilares das vindouras vias da mudança e do intercâmbio.

Tal como referimos anteriormente, sobre o surgimento da globalização existem diferentes pensamentos, uns apontam para 3 grandes fases, outros para 6 e alguns afirmam que esta só pode ser vista à luz da contemporaneidade. Seguindo esse mesmo raciocínio, iremos debruçar-nos um pouco sobre este fenómeno nas suas várias visões.

4.1.1 - As fases da globalização

A maioria dos autores defende que se distinguem 3 principais vagas/fases da globalização. A primeira iniciou-se no século XV, a segunda no século XIX e a terceira na década de 70 do século XX. O investigador Peter Stearns (2010) aponta para outras 3 vagas/ fases: a primeira em 1000 DC, o nascimento da globalização; em 1500 a segunda e por último a terceira em 1850. No entanto podemos encontrar outro autor – António Mendonça – que,

em 2005, apresentou no seminário “Globalização economia, economia global e o papel da CPLP: uma perspectiva de Cabo Verde” – uma comunicação onde sustenta a existência de 6 fases: primitiva, clássica, regressiva, bipolar, liberal e integral. Uma perspectiva bastante interessante e com um suporte teórico válido.

O debate neste ponto irá incidir nas 3 vagas/fases, as várias opiniões apontam para datas muito próximas e com um conteúdo teórico aproximado. Neste sentido iremos apresentar uma perspectiva geral dos autores/investigadores – (Waters, 1999); (Giddens, 2000); (Santos2001); (Buarque & Santos, 2001); (Robertson R. , 2003); (Pereira, 2007); (Wee, 2008); (Campillo, 2010) e (Stearns, 2010).

Primeira fase

A primeira vaga/fase teve o seu culminar no princípio do século XV, tendo como fator de desenvolvimento a época dos Descobrimentos, e prosseguiu até à revolução industrial. A epopeia dos descobrimentos destruiu todo o tipo de pensamento vigente dessa época, as barreiras do pequeno mundo que até ao momento conheciam foram desmitificadas. De toda esta ousadia de aventura marítima, da inovação significativa nas tecnologias e do pensamento político, proveio uma nova geografia mundial afirmando Portugal como “Nação globalizadora”. O mundo, nessa época, era regido pela hegemonia europeia, nas viagens a cultura europeia era transmitida, e até por vezes imposta, aos nativos dos países visitados, deixando assim pegadas um pouco por todo o mundo. Esta nova vertente cultural apresentada aos povos visitados influenciou os seus hábitos, como por exemplo, a herança lusa é uma matriz para o povo brasileiro. Esta influência não é unidirecional, o regresso acarreta consigo uma bagagem que transporta conhecimento, bens e cultura dos povos visitados, como por exemplo as especiarias que revolucionaram a comida tradicional mediterrânea. Com esta porta de entrada e saída floresce o berço do intercâmbio. Esta nova faceta transformou o mundo, abriam-se as portas a uma era de grandes transformações. Surge o desafio da exploração

de novos mercados, abrindo novos trilhos para trocas de bens e cultura, ocorrendo “uma verdadeira revolução comercial”. António Mendonça refere-se a esta fase como “globalização primitiva” e acrescenta que a evolução tecnológica dos meios de transportes e o aparecimento do telégrafo foi propício para a “integração dos mercados financeiros internacionais”, “criando-se assim as condições para a integração monetária internacional que está na base da emergência da economia global e a passagem a uma nova fase do processo de globalização”.

A segunda fase

A segunda fase tem início na industrialização, por volta de 1850 e estende-se até à segunda metade do século XIX. Robbie Robertson caracteriza esta vaga do seguinte modo: “a remarkable technological transformation that became a defining feature of the second wave of globalization in the nineteenth century” (2009, p. 70). Esta transformação deve-se sobretudo ao “Human interconnectiveness”, a relação, a partilha e o próprio vínculo que se visualiza em simultâneo entre os vários processos sociais, industriais, culturais e económicos permitiu uma interligação a nível global, sendo esta interdependência humana indispensável para o crescimento do processo de globalização. No século XVIII, a revolução industrial revolucionou as relações entre estados e condicionou todas as atividades humanas, dando origem ao período denominado de capitalismo, que viria a caracterizar o segundo período da globalização. A revolução industrial provocou uma transformação nas relações sociais, culturais e económicas e conseqüentemente surgem dois conceitos, “capitalismo” e “socialismo”, e subseqüentemente uma nova atitude na relação humana e no pensamento. Outro fator primordial para a troca foi o desenvolvimento dos meios de transportes terrestres, em particular o caminho-de-ferro que impulsionou a progressão e extensão do comércio, das viagens, e redução de tempo gasto em deslocações e a aproximação entre comunidades.

No entanto esta segunda vaga teve como consequência o princípio do desajustamento entre várias sociedades e comunidades, pois umas

acompanharam a mudança enquanto outras não conseguiram manter o ritmo do avanço tecnológico, filosófico, cultural e social. Uma época de grandes transformações e declínios. Novos recursos industriais se perfilam, novas classes sociais sobrevivem, a “burguesia industrial e bancária”, os novos-ricos e consecutivamente despontam os novos pobres. Anthony Giddens (2000), reflete no seu livro *O Mundo na Era da Globalização*, essa mesma característica que com o avançar deste segundo período: “ aumenta a desigualdade no mundo”. Noutro ponto de vista, António Mendonça designa esta fase por “globalização clássica”, demarcando a grande importância e influência da utilização do – *Padrão Ouro* - no processo de globalização, um processo incerto. A utilização do sistema monetário internacional – *Padrão Ouro* – não permitiu, como era suposto, uma implementação equilibrada, mas sim um desequilíbrio e diferenças entre nações.

A terceira fase

“A third wave of globalization soon followed the second wave’s implosion in the 1930’s “ (Robertson R. , 2009, p. 72). Esta terceira vaga tem como particularidade a implosão de várias áreas, nos diferentes níveis sociais, culturais e económicos, perfilando-se uma mudança no mundo a vários níveis. O pensamento político torna-se uma arma, tanto interna como externa. Revelando-se importante a construção de um mundo uniforme, uma dinamização entre as várias nações que reúnem ideias e compromissos conjuntos para atingirem objetivos mútuos. Neste compromisso destacam-se os EUA, a Alemanha, a França e a Inglaterra, que trabalhavam para um objetivo comum, mas neste diálogo, como em qualquer situação de estabelecimento de regras existe sempre um opositor e, neste caso concreto, a antiga URSS era o objetor de consciência, o adversário. Esta tensão era sobretudo devido a existência de duas superpotências, os Estados Unidos da América (EUA) e a União Soviética (URSS) que dominavam o circuito económico e político. Esta rivalidade colocou o mundo em alerta devido aos múltiplos conflitos gerados entre os dois, confrontando-se indiretamente e defendendo os seus interesses, temos o exemplo da guerra da Coreia, do

Vietnam e de Angola. A competição ideológica, armamentista e tecnológica quase levou a humanidade a uma catástrofe, como foi o caso da crise dos mísseis de Cuba 1962.

O grande catalisador de toda a engenharia globalizadora da terceira vaga teve como cerne os EUA, que com arte e inteligência conseguiram estrategicamente, pela Europa e resto do mundo, dispersar o fenómeno de “Americanização”. No livro *Globalization - the key concepts* o termo “Americanização” é descrito como “this term dates from 1860, meaning strictly to become American (in language, habits or profession)...he has a particular meaning with regards to globalization in that it encompasses anything from an alleged cultural imperialism by the United States, to stimulating changes in local patterns of behavior and consumption because of the dominance of free-market economics” (Mooney & Evans, 2007, p. 4)

Como nas vagas anteriores um dos fomentadores da globalização foi a unificação da moeda.

“O processo de globalização começa com o aparecimento da moeda e desenvolve-se e configura-se na exacta medida em que se expande a utilização desta e se fixam as formas e as regras pelas quais é reconhecida como referência comum de valor, de meio de troca, de meio de pagamento e de reserva.” (Mendonça, 2005, p3). [sic]

Nesta fase uma vez mais o poder do dinheiro predomina, tendo como protagonista o Dólar, conferindo aos EUA um poder incontestável a nível mundial, pois o intercâmbio comercial mundial é transacionado em dólar. Além da moeda, todo um conjunto de valores culturais americanos espalha-se, destacando-se a crescente influência da utilização da língua inglesa como língua universal.

“The increasing globalization of science, with researchers exchanging across borders, and the promoted a single common tongue, and by early 21st century 66 percent

of all the scientist in the world spoke English” (Stearns, 2010, p. 135) .

A hegemonia americana sofre ao longo do decorrer do tempo uma hibridação. Esta disseminação da cultura americana, marca profundamente a cultura de outros países, surge o fenómeno da hibridação cultural. Esta hibridação tem múltiplas características, deixando marcas em diversos processos tais como étnicos, culturais, genéticos e linguística resultando numa nova identidade cultural (Carneiro R. , 2006, p. 39). Anthony Giddens refere sobre este fenómeno o seguinte:

“Hoje, devido ao impacto da globalização, estão a acontecer duas mudanças básicas. Nos países ocidentais, não só as instituições públicas como também a vida corrente estão a começar a libertar-se do peso da tradição. E, noutras partes do mundo, vemos sociedades que se tinham mantido tradicionais a abandonarem algumas das tradições. Acredito que isto está no cerne da sociedade cosmopolita global de que já falamos”. (1999, p. 50)

Outro facto demarcou esta fase, o desenvolvimento das técnicas de comunicação, um elemento crucial para o mundo estar em sincronismo. A informação começa a difundir-se instantaneamente e a circular intensamente, aproximando os povos ou por vezes afastando-os mais com a tomada de consciência da realidade concreta de outros países. As distâncias físicas deixam de ser um obstáculo, a aldeia global tem o seu prómio. Ao ler o livro de Anthony Giddens não podemos deixar de referir uma frase paradigmática que serve de modelo, identificando a observação supradita “Nelson Mandela nos pode ser mais familiar do que o nosso vizinho que mora na porta ao lado da nossa, é porque qualquer coisa mudou na nossa vida corrente.” (1999, p23).

O impacto do avanço tecnológico permitiu ligar o mundo em rede “It harnessed a third generation of technological change to fashion global production networks” (Robertson R. , 2009, p. 73).

Vários são os fatores que influenciam a globalização, podemos verificar que ela se afirmou ao longo dos séculos bastante fragmentada. Nunca surgiu de uma única vez, nunca foi uniforme, apresentando-se em vários ângulos, adaptando-se ao longo dos tempos, forjando caminhos, outra vezes retrocedendo para melhor compreender o que se passa à sua volta e por vezes criando defesas para não se tornar um híbrido não identificado. Como temos referido várias vezes nesta investigação, existem as sociedades heterogéneas que se adaptam e aceitam a mudança imposta e de outro lado as homogéneas que aceitam a mudança, mas não a põem em prática ou não tem estrutura para a implementar, pois “ não existe jamais uma globalização totalizante, capaz de todos os espaços com a mesma intensidade” (Pacheco & Pereira, 2006, p. 19).

António Mendonça subdivide esta última fase em 3 partes distintas “Globalização Bipolar, liberal e uniforme”. No seu ponto de vista existiram dois momentos cruciais nesta fase por um lado o *Plano Marshall* teve um impacto objetivo na construção e desenvolvimento económico global, lançando novamente para a esfera mundial o fenómeno da globalização. E por outro lado uma nova e importante inovação foi implementada no sistema mundial a “internacionalização e transnacionalização” da ordem económica, social e cultural mas tendo uma vertente consciente da necessidade de planear a nível nacional e regional em simultâneo.

A chamada fase liberal teve como cerne as sucessivas crises económicas, que se refletiram em todas as áreas do social e cultural, viriam a colocar a economia nacional de cada nação num estado débil. Mas, noutro ponto de vista, estes alarmes levaram a sociedade política a repensar as estratégias internacionais e reestruturar as mesmas. Nesse sentido são tomadas medidas, como a “expansão e liberalização dos movimentos internacionais de capitais, do comércio internacional e da transnacionalização das empresas”. Esta lufada de ar fresco no processo económico global viria a impulsionar o mercado mundial e definir novas regras. Não podemos deixar de mencionar que nesta fase, em 1978, é iniciado o sistema monetário único europeu e é reconhecido o ato único europeu em 1986, um acordo com parâmetros globalizadores.

Por último a fase uniforme, o mesmo autor alude que com a entrada dos chamados “Dragões” (Japão, Coreia do Sul, Taiwan, Hong Kong, Singapura e China) viria a revolucionar todo o sistema económico com uma concorrência comercial, de certa forma desleal, devido ao facto de estes países terem uma produção mais barata e difícil de competir.

A transnacionalização que marcou esta fase vem na sequência das outras duas fases anteriores, a consciência de que o ponto forte de um país é à abertura do mercado aos privados, o desenvolvimento da comunicação dos transportes, do comércio, de capitais e a transnacionalização das instituições/empresas. O livre comércio permite apostar em novas áreas, nomeadamente no turismo e na cultura, estas começam a ser vistas como elemento forte na área económica e social.

Após esta análise de factos apoiada em vários autores podemos retirar a seguinte conclusão: a globalização é um fenómeno instável, isto é de extremos, tanto é elementar no processo de desenvolvimento de um país como pode tornar-se uma barreira, a sua interpretação pode exercer forças de movimentos em vários sentidos, existindo diversas opções, quer venha de um lado quer de outro, ou até andar a rodar sobre ele próprio, protagonizando movimentos de avanço e de retrocesso. O próprio processo de globalização poderá atingir em certos pontos um nível de saturação e estagnar; da estagnação poderá sofrer uma reviravolta e desenvolver-se por outros caminhos ou simplesmente sofrer um retrocesso. Tudo se deve ao facto de a globalização não ser imune, pois fatores adjacentes atingem-na no seu processo evolutivo tanto positivamente como negativamente, permitindo a sua expansão ou extermínio. Vários fatores influenciam estas tendências como mudanças políticas, guerras, contexto histórico e geográfico e as necessidades sociais e culturais. Mas, um dos agentes mais importantes no processo da globalização é o efeito que ela tem em cada nação, nunca semelhante, existem diferenças na sua adaptação em cada nação, por vezes opostas. A própria identidade histórico-cultural de cada comunidade vai manipular os pilares base da globalização e estas reagirão consoante a mesma, pois “toda a humanidade está em relação imediata com a cultura” (Lourenço, 1989, p. 10) e a cultura é o indivíduo.

O processo de globalização não é um processo autónomo e autosuficiente para desenvolver-se por si só, necessita de múltiplos fatores, formando uma inevitável interligação e interdependência entre todos, e devido a esta complexa teia torna-se uma tarefa árdua definir globalização como um conceito sistemático e uniforme.

4.1.2 - As múltiplas definições de globalização e as suas ligações

Os diferentes conceitos de globalização englobam uma diversidade de conteúdos mas todos eles têm uma base comum, o desencadear de uma mudança ou fenómeno à escala mundial. A globalização pode ser vista através de vários ângulos dependendo da perspectiva de que se pretende analisar. O economista irá aplicá-la na área económica, o psicólogo analisá-la à luz do indivíduo, e por aí diante. Sendo a globalização um fenómeno multifacetado, qualquer estudo deveria, imperativamente, aplicar o conceito que mais se aproxima do seu objetivo, do seu tema, mas isso é uma tarefa difícil, pois como poderemos vislumbrar neste mesmo estudo, a ligação dos diversos conteúdos permitirá uma análise mais ampla, perceptível e eficaz do problema. Os vários conceitos têm uma ligação implícita de aspetos indissociáveis que concebem o contexto da sociedade, a realidade do mundo.

Malinowski (1926) descreve estes mesmos argumentos nas seguintes citações:

“A realidade não é um esquema lógico coerente, mas antes uma mistura em ebulição de princípios em conflito”. E reforça mais adiante “ O verdadeiro problema não é estudar como a vida humana se submete às regras; ela não se submete, o verdadeiro problema é estudar como as regras se tornam adaptadas à vida” (2003 [1926], pp. 121,127)

Nas várias noções encontra-se alguma homogeneidade, um pilar base por assim dizer, em vários autores é mencionado que a globalização é um fenómeno que apresenta muitas facetas: histórica, económica, social, cultural e

de troca. Relativamente ao fator histórico a opinião comum refere que este elemento é de extrema importância para uma análise contextual da evolução espaço-temporal do fenómeno. A história permite uma perspectiva do seu desenvolvimento relacionando-os com acontecimentos decorrentes da própria história, confrontando-a e abordando assim no tempo e espaço. Por outro lado, a história permite focalizar e objetivar algumas perspetivas de ordem económica, social e cultural, auxiliando e contextualizando o processo de globalização. Stearns num dos seus artigos aponta para a história como um pilar da compreensão do fenómeno da globalização, sem este elemento seria difícil conseguir ligar elementos entre si e entende-los como uma sequência de vários processos.¹⁴

A área da economia é fulcral para uma perceção integral/total da globalização. Em qualquer discurso cujo teor envolve a globalização, é inevitavelmente referido o fator económico, porque este influencia os agentes conexos ao sistema global. Mendonça é um defensor da relevância da economia no processo de globalização, sendo que a sua evolução é orientada principalmente pelo mercado e suas tendências.¹⁵

Viver, conviver, conhecer, interagir, aceitar é um quinteto secular, desde as origens do homem e representa o fator social. O homem é um ser social que coabita com outros seres vivos, formando assim um ecossistema. O indivíduo teve, tem e terá sempre que aprender a conviver, mantendo uma relação quer a nível local quer a nível global, existindo um constante confronto entre as várias vivências e as relações interpessoais. Giddens exemplifica o fator social

¹⁴ "For globalization in turn, the historical perspective offers opportunities for more precise measurements of change and complexity and for comparative treatment of diversities in response. The historical perspective also facilitates discussion of the human agency involved. Too many globalization models see the process as advancing inexorably, with opponents treated as faceless traditionalists crouched under their dusty olive trees. In fact, globalization combines impersonal factors, such as technologies and corporate structures, with very human policies and reactions. The idea of a previous round of globalization that failed calls attention to the need to discuss globalization as a construction, shaped or distorted by policies that can be declared better or worse depending on the values and knowledge involved. However humbly, explicit historical treatment can contribute to a better globalization process, and this is where the extension of teaching opportunities comes in." (2003, p18)

¹⁵ "O processo de globalização é uma resultante intrínseca e absolutamente definidora da evolução das economias que se libertaram da produção para o auto-consumo e se orientaram para a produção para o mercado. A partir do momento em que a troca passa a comandar as decisões de produção, inicia-se um processo objectivo de integração económica, de extensão espacial das economias e de geração e aprofundamento de interdependências, que se auto-alimenta, que tende a abarcar a totalidade dos espaços económicos conhecidos e que se molda e transforma a partir da interacção entre as dinâmicas globais que gera e as dinâmicas locais e particulares que permanecem". (Mendonça, 2007, p3)

no conceito de globalização como um componente de interligação funcional do sistema de globalização.¹⁶

A cultura tem ligações diretas com todos os outros elementos, a existência com o outro. Esta partilha de contactos gera sentimentos de aceitação ou rejeição, de igualdade e desigualdade, criando uma cultura homogénea ou heterogénea - "Aquilo, que habitualmente designamos por globalização são, de facto, conjuntos diferenciados de relações sociais, diferentes conjuntos de relações sociais dão origem a diferentes fenómenos de globalização." (Santos, 2002, p22). A coexistência de grupos diferentes cria conflitos, por vezes violentos, sobretudo quando falamos de crenças religiosas, "the central problem of today's global interactions is the tension between cultural homogenization and cultural heterogenization" (Arjun Appadurai, 1990, p 295). A cultura é um fenómeno em constante mutação e hibridação, estas mudanças poderão criar novas variantes de culturas, intensificar outras ou simplesmente absorver aquela que não tiver força para se impor. Na era da globalização estas consequências têm um efeito dominó, seguindo tudo por arrastamento e assim o que se passa num local poderá afetar o que se passa noutra extremo.¹⁷

A troca é a globalização, sem existir troca não haveria fundamento para a existência deste fenómeno, como é citado pelo *National Intelligence Council* (EUA, 2004) " Globalização designa a crescente inter conectividade refletida nos intensos fluxos de informação, tecnologia, capital, bens, serviços e pessoas através do mundo".

Um ponto importante para esta investigação sobre o conceito de globalização do ponto de vista económico torna-se vital porque a economia é a

¹⁶ "Na era moderna, o nível de distanciamento tempo-espaço é muito maior do que em qualquer período precedente, e as relações entre formas sociais e eventos locais e distantes se tornam correspondentemente 'alongadas'. A globalização se refere essencialmente a esse processo de alongamento, na medida em que as modalidades de conexão entre diferentes regiões ou contextos sociais se enredaram na superfície da Terra como um todo.

A globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa." (1991, p21)

¹⁷ "The process of globalization suggests simultaneously two images. The first image entails the extension outwards of a particular culture to its limit, the globe. Heterogeneous cultures become incorporated and integrated into a dominant culture which eventually covers the whole world. The second image points to the compression of cultures. Things formerly held apart are now brought into contact and juxtaposition. Cultures pile on top of each other in heaps without obvious organizing principles." (Featherstone, 1995, p6).

pedra basilar de qualquer sociedade. Quando falamos de turismo de educação e cultural o elemento económico é vital, é um sustentáculo da mobilidade. Desde que a *economia mundo* deixou de direccionar a produção para o autoconsumo mas sim para a produção em massa, surgiu a globalização da economia. O turismo também seguiu a mesma rota, pois segue uma produção pensada para o “mercado” de uma economia de experiência¹⁸.

4.1.3 – A contemporaneidade da globalização

A globalização contemporânea assenta sobretudo nas “tecnologias de informação e comunicação” que passa a ser uma moeda de troca para estar inserida no mundo e por outro lado reduz as distâncias e espaço/tempo.

“A globalização corresponde a um alongamento das relações entre o local/presente e o distante/ausente, por meio das redes, que estabelecem interações e conexões que perpassam o conjunto do planeta” (Albagli, 1999, p. 183)

A globalização interfere em diversos processos desde do pessoal ao coletivo, do económico ao social. Ao longo dos anos temos assistido a uma consciencialização do conceito globalização, sobretudo pelo facto de existir uma forte consciencialização de que não poderia ser um processo tão simples, que existem condicionantes e mais-valias que estavam a ser menosprezadas. Um dos fatores menos valorizados é a valência do social, mas no século XXI surge a necessidade de implementar um novo modelo social (Silva & El-Aouar, 2003). É preciso esquecer a visão de um mundo globalizado virado unicamente para o capitalismo e para os países dominantes, é necessário uma nova leitura. A abertura deste novo olhar, apesar da existência de diversas contingências, precisa de “uma economia social, de uma economia solidária, que corresponde a outros critérios necessários à vida em sociedade e não somente aos resultados económicos” (Rosalem & Santos, 2010, p. 189). No entanto apesar de existir esta consciência, o mundo permanecerá diferente porque a

¹⁸ PINE, J.; GILMORE, J. (1999). The experience economy. Harvard Business School Press, Boston

identidade de cada país tem fatores culturais, sociais, económicos e educativos que constroem a sua realidade e preserva a sua identidade.

“Neste sentido, mesmo que se fale em uma cultura global, a noção não aponta para uma homogeneidade ou uma cultura comum, mas para uma amplificação de pontos de vista, para o fortalecimento da noção de que estamos envolvidos diariamente numa série crescente de contactos culturais com outros, que ampliam o leque de definições conflitantes do mundo com as quais somos postos em contacto”. (Mancebo, 2002 , p. 293)

A globalização é difusora mas, em algumas circunstâncias não é unificadora porque o fenómeno da globalização encontra obstáculo.

“alterações na identidade das pessoas, apresentando os mais variados desdobramentos. Existem aquelas que aderem totalmente ao processo, engajando-se “de corpo e alma”. São os cidadãos globalizados de fato. Há uma corrente à parte, que está à margem do processo, ficando cada vez mais isolada e enfraquecida. São os excluídos da situação. Ocorrem também movimentos de negociação, híbridos, que absorvem determinadas influências e outras não.” (Cruz F. S., 2009)

Parecendo um contrassenso mas é um facto real é que este aumento de diferenciação, a marca que diferencia um local do outro é atualmente uma valência de extremo potencial para os países. Em alguns casos até acontece a reterritorialização de locais, locais esse que faziam parte de um território mas que foi, ao longo do tempo, sendo desterritorializado porque a economia deste lugar não trazia benefícios para o investimento.

Este longo caminho que o processo de globalização enfrentou teve particularidades que tornaram visíveis sinais de aproximação ou afastamento de pontos tangíveis e intangíveis do mundo. Atualmente verifica-se que a globalização aceita a diferença e em alguns caso a incentiva. Milton Santos

refere que a globalização atea as disparidades e desigualdades no espaço físico e social.

“Os conceitos de globalização e de localização expressam uma nova polarização e estratificação social em nível internacional, ricos globalizados e pobres localizados. Além disso, é necessário assinalar que a polarização entre riqueza e pobreza acaba bloqueando a demanda global, incidindo diretamente na capacidade de reprodução do sistema. A desigualdade social e a existência de enormes contingentes populacionais que estão à margem do processo de desenvolvimento multiplicam e aprofundam os conflitos sociais e a deterioração da qualidade de vida na maioria das regiões do planeta. Por conseguinte, o problema da exclusão social torna-se hoje uma questão fundamental, que requer muito mais soluções estruturais do que reformas paliativas” (2001, p. 183)

Por um lado o século XXI acarreta a polarização da cultura, da economia, dos grupos sociais, da política entre outros que será a base da nova dimensão do espaço. Mas por outro lado intensifica-se a procura do autêntico, do diferente e em último existe avanço e retrocessos no processo de globalização.

Finalizamos este ponto como uma noção sobre a importância da mobilidade académica na promoção de uma Europa igualitária.

“A mobilidade proporciona a crescente qualificação dos recursos humanos, a transferência de tecnologias e resultados de investigação científica, lançando assim as bases para um maior aproveitamento destas potencialidades dentro da Europa e proporcionando o desenvolvimento dos mais variados sectores: agricultura, indústria, comércio, etc.; social e culturalmente, a mobilidade proporciona, com

salvaguarda das especificidades nacionais, uma identificação do cidadão com uma unidade mais ampla, a Europa, primeiro passo para a concretização real do conceito de cidadania europeia; por fim, ao nível da Educação, a mobilidade confirma e otimiza a realidade do Mercado único” (Silva S. , 1996, p. 17)

4.2 - A mobilidade do século XXI

A mobilidade do século XXI tem uma relação estreita com o de movimento virtual, viajar através das redes, transformando o movimento em neutrinos, permitindo estar em qualquer lugar em nano segundos. Esta forma de mobilidade é apelida por vários autores como “Motility”. (Giddens A. , 1997); (Kaufman V. , 2002); (Kaufmann & Widmer, 2006); (Urry, 2007); (Canzler, Kaufmann, & Kesselring, 2008); (Grieco & Urry, 2011) que abala a estrutura tradicional de mobilidade.

“Motility” engloba todos os movimentos que não são diretamente ligados a opção de “não-ação”, isto é o indivíduo tem a opção de escolher como pretende realizar uma mobilidade no espaço social, cultural e geográfico, “a person may have a high degree of motility without actually moving “ (Grieco & Urry, 2011, p. 293)

A mobilidade moderna não é uma mobilidade isolada, tem fatores adjacentes ligados diretamente ou indiretamente, o ator tem opção de como aceder ao lugar, como evidenciado pela WZB Project Group on Mobility:

“The individual’s mobility is determined by the ability to move, which begins in the mind. It is there that the individual’s optional space of mobility forms. The optional space of mobility is a concept that incorporates the idea that boundaries are crossed. Territorial, temporal, and hierarchical boundaries become obsolete as optional spaces of mobility expand.” (Canzler, 2004, p. 1)

A mobilidade é muitas vezes controversa, isto é, por um lado esta permite “olhar para novos mundos”, mas poderá também fechar os olhos a outros mundos e até ao que se passa ao nosso redor? Sven Kesselring chama a atenção para o risco que a sociedade poderá vir a sofrer com esta invasão de formas de mobilidades, que absorvem outras formas que são potencialmente essenciais para manter a sociedade estável, fenómeno este que ele intitula de “the mobile risk society” (2008). Segundo o mesmo autor a mobilidade do século XXI não deve ser analisada à luz de uma noção básica e isolada, a mobilidade tem uma versatilidade de coisas, pessoas e bens, intelectuais e sociais interligadas que entre si possibilitam várias formas de mobilidades. A mobilidade moderna é multifuncional, multi-activa, oposta, abalável, translúcida e reflexível, isto porque a mobilidade pode ser realizada de várias formas, inclusivamente podemos estar a realizar várias mobilidades em simultâneo. Por exemplo, durante o *tempo gasto* numa viagem de comboio, podemos estar a mover-nos em paralelo noutra dimensão bastando para tal ter equipamento ligado a internet no PC, no Android, no iPhone, ou no tablet. Aqui temos mais uma vez a oportunidade de relacionar o turismo com a educação e cultura, e verificar que as três dimensões podem ter conexão e interligação, são três dinâmicas que podem coabitar em conformidade. Os cursos lecionados no sistema E-learning são um exemplo em como podemos estar fisicamente em Portugal e estar a frequentar um curso na China e a aprender sobre a sua cultura, por exemplo. Esta ideia da viagem virtual é um fator determinante na conceção do novo turismo, é um fenómeno contemporâneo que se relaciona diretamente com a vida social e cultural do individuo. O acesso de informação na internet permite visualizar atempadamente o sítio onde pretendemos ir realizar a mobilidade e a imagem que se visualize ser um fator de decisão.

4.2.1 - As várias mobilidades

Os tempos contemporâneos estão associados diretamente à mobilidade interna e externa, dentro e fora, nacional e internacional, física ou virtualmente, e talvez não estejamos muito longe de uma mobilidade sideral ou de

teletransporte. A mobilidade pode ser vista à luz de diversos movimentos desde reais a virtuais, físicos e imaginários. Sobre estes factos John Urry¹⁹ entende que existem cinco escalões das várias mobilidades: a viagem corporal em que existe um real movimento do sujeito; o movimento físico que se refere ao movimento em si como ato de motricidade; a viagem de imaginação, da mobilidade da mente de mover dentro do sujeito; a viagem virtual refere-se à mobilidade dentro de um sistema interativo e por último a viagem de comunicação a influência da mensagem no recetor.

A mobilidade é um fenómeno diversificado, alterável e instável, muitas vezes, condicionado à evolução tecnológica, às alterações climáticas e até à própria crise económica. A mobilidade sofre mudanças, mutações e alterações, que por si também irão influenciar e modificar o estatuto da vida diária do indivíduo ou do grupo.

Uma questão permanece quando investigamos o tema da mobilidade, ficando a seguinte incerteza, afinal a mobilidade pode acontecer quando estou parada, basta para isso estar conectada, aceder a um simples teclado e alguma fibra, ou bastará o meu cérebro viajar pelas ruas da imaginação, e estou em movimento. Esta nova maneira de movimento vem de facto transformar e transtornar o conceito básico de movimento, afinal para estar em mobilidade não preciso de mover-me, a nova era da mobilidade será ela uma mobilidade estática? Agora basta fazer *zapping* e *clicks* e estamos noutra espaço, noutra dimensão, o ciberespaço é uma realidade? O meu corpo físico mantém-se fixo num espaço enquanto a mente viaja, mas será isso uma verdadeira mobilidade? Será que este género de mobilidade dará a mesma satisfação que a verdadeira mobilidade no seu senso comum? Sabemos que atualmente acontece, existirem indivíduos que conhecem melhor um local, onde nunca estiveram fisicamente, do que os próprios habitantes da região, isto porque na era do hipermodernismo o próprio movimento, a deslocação, o sair de um local para o outro, o mexer os pés, já não é importante para o cidadão do século XXI (Lives & Urry, 2010) ele consegue viajar e conhecer os locais como se tivesse lá estado fisicamente, recorrer à deslocação mental e imaginária. Até pode recorrer a compra de recordações do local via web. Este

¹⁹ Seminário "Does Mobility have a Future" na Universidade de Lancaster (2010, p5)

gênero de modalidade é apelida de *nómade digital*, uma drástica oposição ao conceito do verdadeiro nómada, em constante movimento físico e real. Mas então se agora o ato de mover pode ser visto como um ato de imobilidade, o que é afinal um lugar real? Existe uma hibridação e interação entre o lugar/mobilidade física e o lugar/mobilidade virtual, o que coloca e gera uma confusão sobre a fronteira entre o real e o virtual e questiona o “estatuto de lugar” em questão? Todo este enredo irá colocar grandes mudanças sociais e culturais em todo o mundo (Makimoto & Manners, 1997). Estes novos contextos de mobilidade irão de alguma maneira influenciar a própria arquitetura das cidades, isto porque as estruturas também têm que estar preparadas para as exigências destas novas formas. Novos modelos de infraestruturas, novos meios tecnológicos e novos *designs* precisarão ser adaptados a nova realidade, sobre isto David Celento menciona:

“In light of current technological considerations, the cost and popularity of urban dwelling, pre-dicted environmental changes, and occupa-tional fluidity, fixed dwellings may at some point in the not very distant future become less desirable than options that more easily enable mobility and technological integration.” (2007, p. 378)

Outro tipo de mobilidade é aquele em que os lugares podem mover-se e simultaneamente permanecer no mesmo local. Isto é um pouco confuso, pois o nosso senso comum remete-nos sempre para o movimento no seu termo lato quando falamos de mobilidade. Isto acontece quando uma ideologia, um acontecimento ou até um bem afeta a estrutura global, mesmo mantendo-se a sua raiz/produção/origem imóvel no local. O que viaja é a ideia, o conceito ou o bem físico influenciando toda uma rede global, isto porque “a cultura-mundo é a cultura da compressão do tempo e da diminuição do espaço” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 23) . Por um lado, temos a imagem visual que pode deslocar o local para o imaginário, transformando o imaginário em real, tornando-o numa experiência do autêntico, influenciando a realidade social, tornando-se *um rosto social colectivo*, transpondo a tradição da velha imaginação para campos nunca antes imaginados e por vezes perigosos. Appadurai demarca esta ideia:

“The imagination has broken out of the special expressive space of art, myth, and ritual and has now become a part of the quotidian mental work of ordinary people in many societies. It has entered the logic of ordinary life from which it had largely been successfully sequestered....ordinary people have begun to deploy their imaginations in the practice of their everyday lives”. (1996, p. 5)

E alerta para:

“The modern world as growing into an iron cage and predicts that imagination will be stunted by forces of commoditization, industrial capitalism, and generalized regimentation and secularization of the world.” (1996, p. 6)

Por outro lado, o local pode transpor-se para o global, isto é, um determinado fenómeno existe e permanece fixo e localizado, mas devido à sua procura e difusão, ele ultrapassa as barreiras locais e extravasa para o global, denominado “localismo globalizado”. Como é referido por Boaventura Santos quando cita o seguinte exemplo “os camponeses da Bolívia, do Perú e da Colômbia, cultivam coca, contribuem decisivamente para uma cultura mundial de droga, mas eles próprios permanecem “localizados” nas suas aldeias e montanhas como desde sempre estiveram” (2004)

John Urry defende que existe uma diferença entre o “ser móvel” e “mobilidade”, explicitando-a do seguinte modo:

“First, there is the use of mobile to mean something that moves or is capable of movement; second there is the sense of mobile as a mob, a rabber or an unrully crowd; third there is the sense of mobility deployed in mainstream sociology/social science; fourth there is mobility in the longer term sense of migration or other kinds of semi-permanent geographical movement.” (2007, p. 8)).

Neste mesmo eixo, a mobilidade é ponderada segundo a opinião de Liliana Cunha e Marianne Lacomblez como:

“A compreensão das dinâmicas de mobilidade não pode, por conseguinte, ser desenraizada da própria evolução da sociedade e da discussão sobre o desenvolvimento gerado por efeito da deslocação das pessoas” (2008, p. 57).

Todos estes movimentos têm uma interligação objetiva e subjetiva com a vivência e mudança social da sociedade global e o próprio termo mobilidade assume várias *nuanças* consoante a perceção de cada movimento, cada objeto e cada ação.

No contexto desta tese pretendemos ter uma visão sobre as várias formas de mobilidade utilizadas no contexto de realização de um programa Erasmus. Refletir sobre a abordagem e seleção efetuada pelos proponentes à mobilidade estudantil é imprescindível para entender as novas correntes e tendências na arte de viajar.

No século XXI a mobilidade é um termo estudado em vários sentidos, pois tudo se torna móvel, as pessoas, os bens, a cultura, os equipamentos, as ideias e sobretudo a informação, tudo está em “constante movimento”. A informação passa a estado de *démodé* não em segundos mas em nano segundos, o que hoje é verdade amanhã passa a mentira.

A forma de mobilidade apresenta-se de variadíssimas maneiras, podendo até existir o fenómeno de mobilidade estática, isto é, uma pessoa pode estar sentada na sua confortável poltrona, mas como está a fazer *zapping* num PC ligado à internet, ele está em movimentação, como é referido por John Urry “second there is the sense of mobile as a mob”. Um novo elemento fruto do século XXI brota e ganha um lugar cativo no fator de decisão/ motivo, a *cibermobilidade* (Franco, 2006) . Na era da cibernética, uma grande parte ou diríamos a maioria das pessoas que realizarão uma mobilidade física, serão antes de mais cibernautas.

Um elemento chave no futuro para a tomada de decisão de viajar é a informação encontrada nos meios de comunicação web. A decisão poderá estar dependente da informação que o sujeito irá encontrar nos vários *sítes* sobre o assunto, podendo ser o fator X ou Y que ditará a tomada de decisão. No nosso estudo iremos dar um especial olhar para esta vertente, visto ela ser um conceito do século XXI.

A mobilidade por um lado é benéfica porque permite uma vantagem competitiva, aquisição de novos conhecimentos e fortalece novas aptidões linguísticas e interculturais, mas como em tudo existe sempre um lado mais nocivo. A mobilidade tem uma vertente negativa, que por vezes se mantém oculta pois não serve os benefícios da sociedade política e económica mundial. Falamos da mobilidade virtual, com o avançar das tecnologias, a mobilidade tradicional altera-se, atualmente não é considerado unicamente mobilidade a deslocação física do individuo mas também a mobilidade de pensamento e ideias, que por um lado podem contribuir para uma melhor integração das nações mas por outro lado permite o risco de uma mobilidade não controlada, a circulação de ideais radicais e fundamentalistas que podem colocar em questão a segurança do individuo. Este fenómeno é intitulado de cibermobilidade ou mobilidade virtual, um veículo de informação instantâneo (Franco, 2005). Esta nova modalidade de informação permite manter o em contacto simultâneo com acontecimentos a decorrer na hora em qualquer parte do mundo, reduzindo por vezes o mundo a um ecrã.

Podemos, aqui, interrogar se o mundo atual está a transformar a sociedade, numa sociedade “inclusiva”? Miguel Humanes alerta precisamente para o oposto, referindo que o mundo está a tornar-se, sim, numa sociedade de exclusão, porque nem todos tem acesso a este meio de informação- “quando se fala de sociedade em rede, existe um conceito que lhe é inerente, o «digital divide» ou a exclusão digital. A revolução das TIC exclui todos os que não saibam trabalhar com estas, criando várias dificuldades.” (Humanes, 2011, p. 11). A discrepância que assistimos entre os países evoluídos e do terceiro mundo relativamente a diversos assuntos também se colocam quando falamos numa sociedade mundial de informação.

As sequelas da mobilidade do século XX e XXI deixam marcas profundas, difícil de contornar mas tangíveis de vir a tornar-se num facto do nosso dia-a-dia. O paradigma desta modalidade de informação está na consciência dos limites, a liberdade inclusiva e exclusiva, compreender que existem duas dimensões na mobilidade e que as duas fazem parte de um todo e que os limites estão patentes no seu balanço equilibrado. Este mesmo argumento é referenciado por John Urry “Order and chaos are often in a kind, of balance where the components are neither fully locked into place but yet do not dissolve into anarchy. They are ‘on the edge of chaos’.” (2005, p 8).

A pertinência de falarmos da cibermobildiade no contexto dos programas académicos além fronteiras, objeto desta tese, deve-se à importância dada a este assunto no plano do Programa Aprendizagem ao Longo da Vida – Prioridades Estratégicas 2012. Um dos eixos apresentado como uma prioridade é o apoio aos “ projectos que apoiam a mobilidade virtual integrada numa estratégia global para a integração eficaz das TIC nas instituições de ensino superior participantes” (2011, p. 23). A Comissão das Comunidades Europeias tem consciência que é primordial avançar com o desenvolvimento desta ferramenta, que poderá eliminar alguns obstáculos e proliferar a mobilidade académica.

4.2.2 - A mobilidade, uma indispensabilidade.

A mobilidade é um termo imprescindível quando se pretende abordar o turismo e a globalização da educação.

Brito Cruz, Diretor científico da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), defende que a “Mobilidade académica não é uma opção, é uma necessidade” (Cruz, 2008). Noutra perspectiva a Comissão das Comunidades Europeias considera que:

“A mobilidade transnacional para aquisição de novas competências é uma das formas mais importantes de os indivíduos, em especial os jovens, poderem reforçar a sua

futura empregabilidade e o seu desenvolvimento pessoal”
(2009, p. 2).

No século XXI tudo se torna móvel, as pessoas, os bens, a cultura, os equipamentos, as ideias e sobretudo a informação, tudo está em “constante movimento”. A forma de mobilidade apresenta-se de variadíssimas maneiras e com uma rapidez e fluidez quase instantâneas.

Todos estes movimentos têm uma interligação objetiva e subjetiva com a vivência e mudança social da sociedade global “Mobilidades são, assim, de forma significativa ontológicas e epistemológicas”. O indivíduo, como agente de mobilidade, leva consigo marcas da sua identidade, do seu património cultural:

“When bodies move they carry with them markers of gender, race, class, ethnicity, and nationality. When people move (whether as migrants, workers, or tourist) they also carry with them physical baggage, imaginative maps, and cultural schemas.” (Sheller & Urry, 2004, p. 24).

O lado positivo da globalização é invocado muitas vezes como algo que permitiu ou permitirá colocar as nações mais próximas umas das outras, todas a um mesmo nível, em que ambas podem ter acesso igualitário a estruturas sociais, económicas, culturais, tecnológicas e políticas. Não passará isto de uma utopia, o que nos faz pensar novamente o que foi abordado anteriormente em que referimos que o mundo tende a parecer uma sociedade inclusiva mas que afinal a globalização, se contradiz e acentua sim, um patamar de uma sociedade de exclusão.

Malonovic no seu livro “The Haves and the Have-Nots: A Brief and Idiosyncratic History of Global” (2011) refere várias circunstâncias existentes que impossibilitam a igualdade enquanto não houver consciência que existem diferenças. O autor menciona diversos factos, mas iremos referir só alguns que achamos pertinentes para o estudo em questão. Comparar dois países, é uma tarefa quase impossível porque nenhum país é igual ao outro, para uma comparação temos que ter bases idênticas ou semelhantes e o que acontece é uma conveniência em querer equiparar nações entre si que nada têm de

comum. São muitas vezes confrontados indicadores entre países com o número total de população diferentes, com tamanhos distintos, com localizações mais periféricas e outras semiperiféricas que não reflete a verdadeira realidade. O mesmo autor alerta que devemos ter em consideração outros tipos de indicadores, os nacionais, porque dentro do próprio país existem diferenças entre regiões, passamos a citar dois exemplos referidos no livro:

1º Entre países:

“The Soviet Union consisted of fifteen republics. At the time of the breakup, in 1991, the gap, measured by GDP per capita, between the richest republic (Russia) and the poorest (Tajikistan) was about 1 to 6” (, p88)

2º Dentro do país

“In Italy, where regional inequalities are notoriously great, the gap between the richest region (Valle D’Aosta in the north, on the border with Switzerland) and the poorest (Calabria, in southeast) is 3 to 1” (, p88)

Esta abordagem leva-nos a refletir sobre como devemos olhar o mundo. Existe a percepção que o mundo está interligado, que existe uma interação entre todos, que todos lutam pelo mesmo, mas o que se denota é que cada nação não analisa o todo da razão de outro país não conseguir estar ao seu nível, prevalecendo unicamente a crítica e não a objetividade de saber o centro do problema. E aqui reside o elo de ligação ao tema, todo este enredo também se coloca no turismo de educação e cultural. O indivíduo é um ser único, originário de um certo país, de uma determinada região, de um determinado grupo e diferente de outro indivíduo de outro canto da Europa, o que determina por vezes a conceção ideológica do indivíduo, que o diferencia do outro, o que pode atrair um sujeito pode no outro criar repulsão.

4.3 - O papel da globalização no processo da mobilidade educacional, um benefício?

A globalização é um catalisador e um fator influente em todos os níveis. O processo de globalização influencia tudo e todos, é um sistema invisível mas que desempenha um papel de repercussão natural no espaço-tempo, espaço-indivíduo e no tempo-indivíduo, como afirma Schrottner: “Current globalization process can be characterized by sets of tensions: the global and the local, the universal and the individual, the traditional and the modern, and the spiritual and the rational” (2010, p. 50).

O cidadão do século XXI precisa de estar em permanente alerta às alterações dos padrões que se arquitetam, surgindo simultaneamente nas variadíssimas extremidades do mundo, impondo uma nova representação. O efeito de um intercâmbio entre os vários locais nacionais e internacionais permite, por vezes, um desenvolvimento equilateral, levando a um “fenómeno irreversível” e conseqüentemente “todo o planeta será ocupado por uma única sociedade e por uma única cultura” (Waters, 1999, p. 2). A barreira fictícia das fronteiras, o não ser nómada e manter-se no seu mundo sedentário, poderá criar uma barreira para um futuro aberto e transfronteiriço, mas será isso uma desvantagem?

“Perception distances are important because they have implications for how we view and communicate with each other” e num mundo de permanente competição internacional é imprescindível “taking time to learn somethings about the culture of a country before doing business there shows respects and usually is deeply appreciate and rewarding for the company” (Burns, Myers, & Kakabadse, 1995). Essa mesma componente pode ser adquirida numa experiência de turismo de educação, “a wide variety of benefits which supposedly cannot be obtained in the classroom of their local schools and universities” (Wood, 1996) permitindo uma aprendizagem global. Para se tornar

num cidadão vindouro, a chave reside em “ingredients is to provide internacional biliteracy student teaching experiences if we want to be culturally and globally in meeting the challenges of this new century” (Quezada & Alfaro, 2007) .

Por outro lado existe, devido a esta cultura de unísono, semelhança e banalidade, uma procura do único e a crescente necessidade de autenticidade por parte do indivíduo (MacCannell, 1973) e da procura do eu. Barreto (2007) reforça, argumentando:

”La búsqueda de elementos característicos y diferenciales de cada cultura aparece así como una necesidad de mercado, y la cultura “auténtica” pasa a ser la matéria-prima para la creación de un producto turístico comercializable y competitivo a nivel internacional. El legado cultural, transformado en producto de consumo, mercadería (o commodity) pierde su significado; no es importante porque muestre las raíces de una nación, sino porque trae divisas como atractivo turístico” (p. 100).

Nesta conjuntura poder-se-ia encontrar uma origem da mobilidade de captação de novos turistas que procuram um lado educativo, a marca que distinguirá um destino do outro, um magnetismo que servirá de pedra angular para a decisão. O sociólogo britânico Urry mencionou, no entanto, que, a humanidade está a sentir uma necessidade de encontrar a sua identificação, procurando na saudade os motivos *jadis* no passado, a autenticidade dos nossos antepassados, “lugares para jogar”. O turismo de educação e cultural poderão preencher esta lacuna.

4.4 - A Articulação entre globalização e turismo

Dissociar turismo de globalização é uma tarefa difícil, digamos impossível, pois um é consequência do outro e o outro é seu resultado e vice-

versa. John Urry menciona que o global faz parte de um todo e que esse todo manipula o todo, tal como um grémio composto por diferentes assembleias e coletividades, onde cada uma desempenha o seu papel mas que convergem e atuam em vários níveis “e cada um constitui o ambiente para o outro”. Wearing, Stevenson and Young ligam essa inter-função ao turismo, isto porque ele também é um agente de ligação entre os vários elementos que compõem o sistema.

“Comes to be viewed as a process of expanded social interaction whereby self-identity can be enlarged through the intersection of differing places, peoples, cultures and societies” (2010, p. 12).

Ao longo da história da humanidade, a globalização e o turismo caminharam interligados. Dois especialistas justificam esta mesma afirmação, por um lado Arjun Appadurai refere que a globalização “is itself a deeply historical uneven” (1996, p17) e por outro Margarida Barreto acrescenta “El turismo es un fenómeno que crece y se expande de forma bastante incontrolable e imprevisible a través del tiempo y del espacio” (2007, p 11)

O termo globalização, de origem anglo-saxónica, surgiu há pouco mais de 150 anos, mais precisamente em 1892, no periódico “Harper’s Magazine”. A sua definição começa a fazer parte do campo léxico do dicionário Webster, uma referência importante da língua inglesa e no mundo, em 1961.

A palavra “touriste” torna-se um vocábulo comum após a edição da obra de Stendhal (pseudónimo do escritor francês Marie-Henri Beyle) “Mémoires d’un Touriste” escrito em 1837, passando a citar “ je crois que la France ne fournit guère à l’admiration du touriste que des milliers d’églises gothiques et quelques beaux reste d’architecture romaine dans de midi “ (1854, p. 77) .

A combinação destes dois elementos irá criar uma *hibridização da cultura* (Teixeira, Michelin, & Dall'Agnol, 2008) , porque é inevitável existir partilha, conexões e influências nestes dois processos, levando por vezes à criação de novas identidades.

4.4.1 - O espaço comum da globalização e do turismo

Antes de se formar qualquer tipo de conceito de turismo e globalização, surge a necessidade de deslocação, a falta de bens essenciais vitais para a “satisfação de necessidades básicas” (Pearce P. L., 1982); (Chon K.-S. , 1989).

Os proémios das movimentações e das deslocações abriram caminho para o processo de interligação entre lugares, conhecimentos e bens. Facto aludido por António Campillo, “El Hombre es un caminante y el conocimiento un camino” (2010, p. 34) . A curiosidade, a troca, a vontade de conhecer o desconhecido são o berço dos conceitos de turismo e da globalização.

Von Schullard, em 1910, um dos primeiros teóricos do turismo considerava que o turismo é uma “ soma de operações” ou leia-se:

“Turismo é soma de operações, especialmente de natureza económica, directamente relacionadas com a entrada, permanência e movimento de estrangeiros dentro e fora de um determinado país, cidade ou região” (in Ignarra, 2003, p 12) [sic].

A globalização é entendida pelo National Intelligence Council em 2004 como uma “crescente interconectividade”: “Globalização designa a crescente interconectividade reflectida nos intensos fluxos de informação, tecnologia, capital, bens, serviços e pessoas através do mundo”.

Ambos os conceitos se referem ao movimento que permite uma troca, tendo em conta uma base económica, sendo este um fator constante e ubíquo em cada conceito. O prisma de António Mendonça acerca da globalização vai ao encontro ao dito anteriormente, pois é “absolutamente definidora da evolução das economias que se libertaram da produção para o auto-consumo e se orientaram para a produção para o mercado” (2005, p3) e a OMT reforça o papel do turismo como um fenómeno económico e social enunciando o seguinte:

“Au fil des décennies, le tourisme a connu un essor continu et s’est diversifié de plus en plus, au point de devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide

du monde. Le tourisme moderne est étroitement lié au développement et il englobe un nombre grandissant de nouvelles destinations. Cette dynamique en fait un moteur essentiel du progrès socioéconomique.” (2011) .

O turismo é um segmento da economia em rápido crescimento e em constante mutação, não podendo ser analisado isoladamente. A sua multiplicidade de áreas e a flexibilidade interdisciplinar permite a integração no mundo *competitivo, lucrativo e sustentável*. O turismo de educação é um exemplo que se adapta perfeitamente a essa concepção.

Desagregar o conceito de turismo e globalização não permitiria um conhecimento suficientemente dinâmico para compreender a relevância destes dois temas para a investigação sobre turismo de educação e cultural.

Alguns investigadores da área como Barreto, 1995; Horner & Swarbrooke, 2002; Vieira J. M., 2007; Sarmiento, 2009 expõem um pensamento uniforme sobre a importância do turismo na economia global. Os autores defendem que o turismo no mundo contemporâneo deveria ser inserido nas ciências económicas, pelos diversos factos que o relacionam com crescimento económico local, regional e nacional e por ser um elemento forte na contribuição do aumento do PIB (Produto Interno Bruto) e os programas de mobilidade podem ter um papel contributivo. O turismo envolve na sua ação diversos pontos estratégicos da economia nacional e mundial, isto deve-se ao facto do turismo ser um elemento empreendedor, tendo uma dimensão “pluridimensional” e “interdisciplinar”.

5 - As influências na decisão

5.1 - Os motivos e impulsos, uma estratégia de base para o turismo.

Os motivos são um ponto pertinente para a análise da perspectiva do novo turismo. A decisão de mobilidade não se deve a um único fator, mas sim a uma combinação e conexão de diversos fatores, como referem Louise Ackers e Bryony Gill:

“Mobility is rarely, if ever, the result of a single “decision” but rather an ongoing reflexive and adaptive negotiation responding to a wide range of shifting stimuli over time and place”. (2008, p. 231)

Os motivos podem ter influências de diversas ordens, desde necessidades primárias ou secundárias até necessidades fundamentais para o indivíduo, podem ser motivos sociais ou individuais; racionais ou emocionais, fatores internos ou externos. Estas necessidades são analisadas tendo como pano de fundo a origem da pessoa, a sua cultura e a sua história. O homem estrutura-se sobre um conjunto de pressupostos sociais, económicos e culturais que irão reproduzir efeitos na sua formação básica e contínua. As influências podem ser de várias ordens, desde religiosas, históricas, políticas, sociais, geográficas, entre outras. Mas além de ser um ser único ele também é um ser que vive dentro de uma sociedade com regras e normas específicas, sobre as quais gere a sua vida. Nas sociedades institucionalizadas o que para uns é uma opção aceitável para outros pode ser obsoleta ou até repulsivo. Para reforçar o exposto iremos citar um parágrafo do livro de Anthony Giddens, onde ele espelha o que anteriormente foi dito:

«O conceito de cultura, tal como o de sociedade, é uma das noções mais amplamente usadas em Sociologia. A cultura consiste nos valores de um dado grupo de pessoas, nas normas que seguem e nos bens materiais que criam. Os valores são ideias abstractas, enquanto as normas são

princípios definidos ou regras que se espera que o povo cumpra. As normas representam o «permitido» e o «interdito» da vida social. A cultura refere-se aos modos de vida dos membros de uma sociedade, ou de grupos dessa sociedade. Inclui a forma como se vestem, os costumes de casamento e de vida familiar, as formas de trabalho, as cerimónias religiosas e as ocupações dos tempos livres. Abrange também os bens que criam e que se tornam portadores de sentido para eles – arcos e flechas, arados, fábricas e máquinas, computadores, livros, habitações.

As variações culturais entre seres humanos estão ligadas a diferentes tipos de sociedade [...].» (2008, pp. 46-47) [sic].

Para uma melhor abordagem ao assunto iremos utilizar conceitos originadores de motivação. Os fatores *push* and *pull* são agentes de decisão ligados diretamente ao contexto social do indivíduo, mais à frente falaremos dos fatores individuais.

Nos fatores *push* a incidência recai em quatro indicadores que consideramos relevantes: novidade; socialização; prestígios/*status* e valor educacional ou enriquecimento intelectual. Estes são os que mais diretamente têm a ver com o nosso objeto de estudo, permitindo uma perspectiva de quais os elementos chaves exteriores na construção da decisão.

Os fatores *pull* direcionam-se para: oportunidades sociais e atrações; amenidades naturais e culturais e amenidades físicas e atividades de recreio.

A lista dos indicadores apontados pelos vários autores é mais ampla. Iremos, no entanto, utilizar outros além dos mencionados acima mas dando mais preponderância aos enunciados, sendo que estes são os mais direcionados ao tema da investigação. O facto de não mencionar todos não retira a importância de cada um deles, isto porque todos eles são importantes na construção do perfil do sujeito, mesmo tendo um papel secundário. A sua

pertinência deve-se a ligação que eles constroem, com os motivos externos do indivíduo na realização de um programa além fronteira.

As suas seis categorias permitirão ter uma amplitude mais vasta sobre o que o jovem procura no país de acolhimento, quais as vertentes mais importantes e quais têm um papel secundário.

Uma opinião mais simplista é defendida por Mill e Wall (1992) , que referem que a motivação surge quando o sujeito deseja satisfazer uma necessidade sendo a viagem reconhecida “como uma necessidade”. Este argumento é válido e consistente, desde a génese da vida em que a viagem é um elemento chave para complementar uma necessidade. Ao analisar mais minuciosamente todas as categorias mencionadas anteriormente, verificamos que elas são uma listagem de necessidades que respondem aos apelos das instituições sociais com a finalidade de satisfazer necessidades sociais básicas”. (Fichter, 1973) que regem a sociedade mas com uma importância extrema para a realização pessoal do indivíduo.

Noutra perspectiva Swarbrooke e Horner destacam os fatores de decisão e motivação distinguindo-os em vários elementos que ocorrem no processo de escolha, classificando-os em fatores internos e externos:

“Fatores internos destacam-se as motivações pessoais, a personalidade, a disponibilidade financeira, a saúde, os compromissos familiares, os compromissos profissionais, as experiências passadas, os hobbies e interesses, o conhecimento de possíveis feriados, o estilo de vida e as atitudes, opiniões e perceções.

Fatores externos evidenciam-se pela disponibilidade de produtos adequados, o conselho do agente de viagens, as informações obtidas sobre destinações, organizações de turismo e meios de transporte para realizar a viagem, recomendação boca-a-boca de amigos e da família, problemas de saúde, promoções especiais e ofertas de

organizações de turismo e clima da região de destino.”
(2002, p. 113)

Todos estes elementos estão caracterizados com mais rigor e permitem ter uma visão mais minuciosa e detalhada sobre várias variáveis que influenciam a decisão de escolha do local a visitar.

Os mesmos autores classificam os motivos dos turistas em diferentes categorias: físicas; emocionais; pessoais; desenvolvimento pessoal; *status* e culturais.

É uma tarefa quase impossível dissociar algumas categorias das outras, porque existe sim, um nivelamento e uma estratificação para as diferentes categorias que as unem de certa maneira. A complexidade da formação do individuo não permite definir parâmetros lineares, o que é válido para um pode não ser valorizado com a mesma intensidade por outro. O mesmo se aplica na motivação, as variáveis de cada individuo irão influenciar a apreciação final. Aprofundar esta temática auxiliará a compreender as tendências do consumidor de programas de mobilidade académica.

5.1.2 - A ótica dos fatores

No seguimento do dito anteriormente para melhor entender o consumidor deste género de atividade, passamos a citar alguns autores que investigaram os motivos que em muito contribuíram para segmentar as causas/motivos individuais, melhorando a compreensão dos elementos motivadores. Dentro da segmentação dos motivos individuais ainda existem outros fatores influentes, os motivos podem variar entre grupos, poderemos encontrar pontos distintos ou idênticos, essas mesmas disparidades podem ser encontradas tanto a nível local, regional, nacional e global.

Passamos a elencar alguns autores que investigam outros fatores, “originadores de motivações”, que os subdividem e denominam do seguinte modo:

- Traço de personalidade (Plog, 1987)
- Satisfação de necessidades básicas (Pearce P. , 1982)
(Chon K. , 1989)
- Gratificação intrínseca (Iso-Ahola, 1982) (Mannel & Iso-Ahola, 1987)
- Homeostasia, desequilíbrio e novidade (Crompton & McKay, 1977) (Crompton, 1979) (Lee & Crompton, 1992)

Noutra perspetiva temos os autores Dann (1977) (1981) e Crompton (1979) que defendem, numa ótica sociológica, que os modelos de fatores *push* – *pull* é que definem a decisão. Estes dois pontos pretendem dividir os motivos de modo a possibilitar um melhor sentido sobre qual a razão objetiva da decisão de viajar. De um lado temos o fator *push* (o que leva o turista a decidir viajar) influenciando com o seu lado intrínseco e contexto social (OMT 2003) e por outro lado temos o fator *pull* (força exterior), que são características que levam o individuo a se sentir atraído por um sentimento extrínseco (OMT 2003).

O fator *push* é elencado com sete itens (Crompton e MacKay 1977) referidos por Cunha (2005) :

- Novidade: desejo de procurar ou descobrir experiências novas e diferentes através das viagens recreativas;
- Socialização: o desejo de interagir com um grupo e os seus membros;
- Prestígios/*status*: o desejo de alcançar uma elevada reputação aos olhos das outras pessoas;
- Repouso e relaxamento: desejo de se refrescar mental e psicologicamente e de se subtrair à pressão do dia-a-dia;
- Valor educacional ou enriquecimento intelectual: desejo de obter conhecimento e de expandir os horizontes intelectuais;
- Reforço do parentesco e procura de relações familiares mais intensas;

- Regressão: desejo de reencontrar um comportamento reminescente da juventude ou infância, e de se subtrair aos constrangimentos sociais.

Os fatores *pull*, segundo Fakeye e Crompton (in Cunha 2005), estão divididos em seis categorias:

- Oportunidades sociais e atrações;
- Amenidades naturais e culturais;
- Acomodação e transporte;
- Infra-estruturas, alimentação e povo amigável;
- Amenidades físicas e atividades de recreio;
- Bares e entretenimento noturno.

Existem divergências entre investigadores quanto à verdadeira razão da decisão, se ela é determinada por um fator ou por outro, mas não será a decisão uma combinação de todos? A decisão do indivíduo é afetada por vários elementos psíquicos e físicos que contextualizam o indivíduo como elemento de uma sociedade. Toda esta envolvência demarcará o processo de resposta/decisão. Identificar e separar os vários fatores influentes, será apenas um meio de auxílio para compreender o todo, porque o que se verifica, na realidade é a existência de um nivelamento e estratificação para os diferentes motivos. Outra abordagem importante na área dos motivos foi estudada por Abraham Maslow, a sua mais conhecida referência é a pirâmide das necessidades. No esquema proposto pelo autor, Maslow divide as necessidades do indivíduo em 5 escalões: fisiológicas, segurança, sociais, estima e auto-realização. Para Maslow existe uma hierarquia e uma auto-dependência entre as necessidades, em que para atingir as necessidades mais importante tem que primeiro satisfazer as necessidades primárias (fisiológicas). Este pensamento não é consensual entre muitos autores, Manfred Max-Neef remete-nos para aquilo que temos vindo a expor, que os motivos não se isolam mas sim interagem e tem uma escala de importância e critérios diferentes de indivíduo para indivíduo, de cultura para cultura, não existindo uma ordem estipulada para acontecerem- "Human needs must be understood as a system:

that is, all human needs are interrelated and interactive.” (Max-Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 1991, p. 17). Max-Neef distingue as necessidades/motivações em dois patamares - existencial e axiológica, o que permite:

“This allows us to demonstrate the interaction of, on the one hand, the needs of Being, Having, Doing and Interacting; and, on the other hand, the needs of Subsistence, Protection, Affection, Understanding, Participation, Idleness, Creation, Identity and Freedom.”²⁰

É necessário definir e compreender quais os elementos que podem influenciar os motivos predominantes na decisão da realização de um programa de mobilidade e identificá-los como agente de decisão, sejam eles de ordem individual ou grupal. A construção do “eu” envolve um conjunto de características isoladas mas que coabitam em simultâneo com o *singular plural*. Colocar “a comparação das práticas de um mesmo indivíduo (e não globalmente de um grupo de indivíduos) em esferas de actividades diferentes, universos sociais diferentes, tipos de interacção diferentes” (Lahire, 2005, p. 27) e relacioná-los com uma atividade comum e com “os patrimónios individuais de disposição” permite assim identificar as características dos praticantes de programas de mobilidade “ERASMUS” em particular e em grupo porque “a apreensão do singular passa necessariamente por uma compreensão do geral “ (Lahire 2005, p.33).

5.2 - Análise de conceitos sobre a motivação

Existem vários pontos de vista que discutem a motivação e a analisam de diversos ângulos, circunstâncias e contextos. Mas dentro deste complexo de teorias, existe um ponto em comum: a motivação é um processo que busca a concretização de um objetivo e cada sujeito organiza-se de forma a lidar com os fatores internos e externos que o permitirão atingir a meta.

“A motivação tem sido entendida ora como um fator psicológico, ou conjunto de fatores, ora como um processo.

²⁰ Idem, Ibidem, p17

Existe um consenso generalizado entre os autores quanto à dinâmica desses fatores psicológicos ou do processo, em qualquer atividade humana. Eles levam a uma escolha, instigam, fazem iniciar um comportamento direcionado a um objetivo...” (Bzuneck, 2004, p. 9) [sic].

Neste ponto iremos apresentar alguns conceitos que do nosso ponto de vista são importantes contributos para ajudar a compreender e caracterizar os motivos dos alunos que realizam um programa de mobilidade, alinhando assim o perfil deste sujeito.

Teoria da hierarquia de necessidades de Abraham Maslow

Este conceito identifica cinco níveis de necessidades, apresentados de forma hierárquica. Para Maslow as necessidades básicas antecedem outras necessidades hierarquicamente mais importantes. Por exemplo as necessidades fisiológicas têm que ser satisfeitas antes das necessidades sociais. “A medida que cada uma dessas necessidades vão sendo atendidas, a próxima torna-se dominante”. (Robbins, 2002, p. 152). Por esses motivos foi associado ao seu conceito uma analogia às pirâmides do Egito, porque para se chegar ao topo teremos que passar pelos vários degraus.

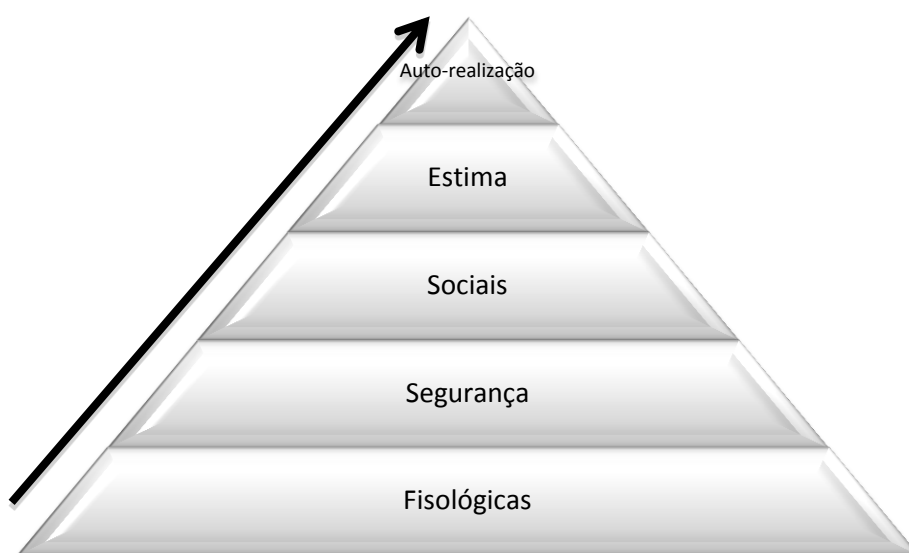


Figura 4 - Hierarquia das necessidades de Maslow

Tal como no exposto anteriormente a realização de uma mobilidade académica é sobretudo uma necessidade de autorrealização mas para chegar a essa necessidade o estudante terá que primeiramente satisfazer outras necessidades. Na primeira necessidade o aluno tem que preparar a sua estadia a nível de dormida e recursos para a alimentação. Depois tem que pensar se estará seguro no local que vai passar os próximos seis meses, quais as condições que vai encontrar ou pelo menos minimizar os danos. As necessidades sociais são um elemento muito importante para este jovem se sentir integrado no novo meio em que irá viver, fornecendo-lhe também alguma segurança. A estima é o patamar da estabilidade porque sentindo-se bem ele terá subseqüentemente respeito por ele próprio. Por último a autorrealização o topo da pirâmide, a satisfação plena, o jovem após passar pelo período de adaptação no país de acolhimento vai sentir que ultrapassou barreiras que ele próprio não estava à espera de conseguir, o “alcance do próprio potencial”.

A teoria dos dois fatores

Frederick Herzberg, psicólogo de profissão, relativiza a motivação em higiene-motivação, que se resume a satisfação (ligação com o que o sujeito faz) ou insatisfação do individuo (ligação com fatores externos ao sujeito). Aqui também encontramos pontos importantes com os motivos dos jovens em mobilidade. O jovem antes de partir irá criar uma ligação com o país de acolhimento, porque criou e idealizou na sua mente uma imagem e sentindo-se satisfeito com o processo, avança. A sua insatisfação será com o sistema ou porque a instituição não tratou devidamente da sua colocação ou porque quando chegou ao local deparou-se com fatores e condições externos que o colocaram em situações indesejadas.

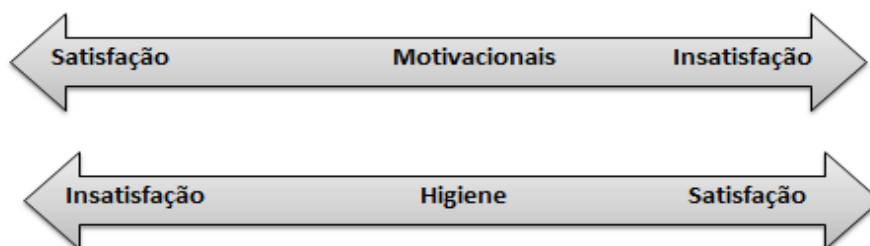


Figura 5 - Teoria de dois fatores

A teoria de ERG

Clayton Alderfer, realizou um estudo sobre motivação com base na pirâmide das necessidades de Maslow, simplificando-a. Ele considera que existem três grupos de necessidades: existência (primeiros dois níveis de Maslow), relacionamento (terceiro e quarto níveis de Maslow) e de crescimento (quinto nível de Maslow). Para o investigador estas necessidades também têm uma hierarquia mas acrescenta que o sujeito pode ser motivado em vários níveis ao mesmo tempo. Esta teoria é importante porque como já afirmamos cada indivíduo é um indivíduo e o que pode ser importante para um pode não ser para outro e aqui está bem patente que de facto podem ser precisas várias necessidades em simultâneo para alcançar outro nível. Esta teoria permitiu uma abertura às diferenças sociais e culturais. Neste estudo temos todos estes elementos porque investigamos estudantes oriundos de vários países.



Figura 6 - Teoria de ERG

A teoria das necessidades de MacClelland

Num estudo que MacClelland realizou, o investigador identificou três necessidades em comum na sua amostra: realização, poder e associação. Para Maclelland a necessidade de realização traduz a luta por objetivos concretos que possibilitam atingir um modelo de sucesso. A necessidade de poder advém do controlo sobre os outros que o rodeiam. A necessidade de associação é a emergente vontade de se relacionar com os outros. Aqui

encontramos duas necessidades que de algum modo são importantes para o jovem estudante: a realização e a associação. Por um lado o estudante Erasmus é um jovem que procura na mobilidade atingir objetivos que o levam a um futuro mais promissor. Por outro lado ele deseja relacionar-se com os outros que irá encontrar no país de acolhimento, criando um círculo de conforto com quem possa desenvolver uma ligação interpessoal. MacClelland defende que as necessidades já se encontram intrinsecamente presentes no indivíduo, o que os diferencia são as necessidades que cada um dos sujeitos faz de cada uma. Um indivíduo poderá valorizar mais uma que outra consoante a necessidade de cada um.

Para este estudo consideramos outra teoria importante porque reflete uma das características que o aluno Erasmus vive intensamente – a expectativa.

A teoria de Vroom

Esta teoria defende que o indivíduo agirá consoante a expectativa que ele tem do resultado, existindo um nível de atração pelo resultado. Esta teoria foca-se no pensamento cognitivo, em que a escolha é opção ciente do sujeito, ao contrário das outras teorias. Para Vroom existem 3 relações possíveis nas necessidades e motivações: relação esforço-desempenho, relação desempenho-recompensa e relação recompensa-metas pessoais. Este é o percurso que um jovem estudante que vai realizar uma mobilidade académica enfrenta. As questões que prevalecem deste jovem são: será que vale o esforço? Será que vou conseguir ultrapassar todas as etapas? Será que terei vantagens no final?

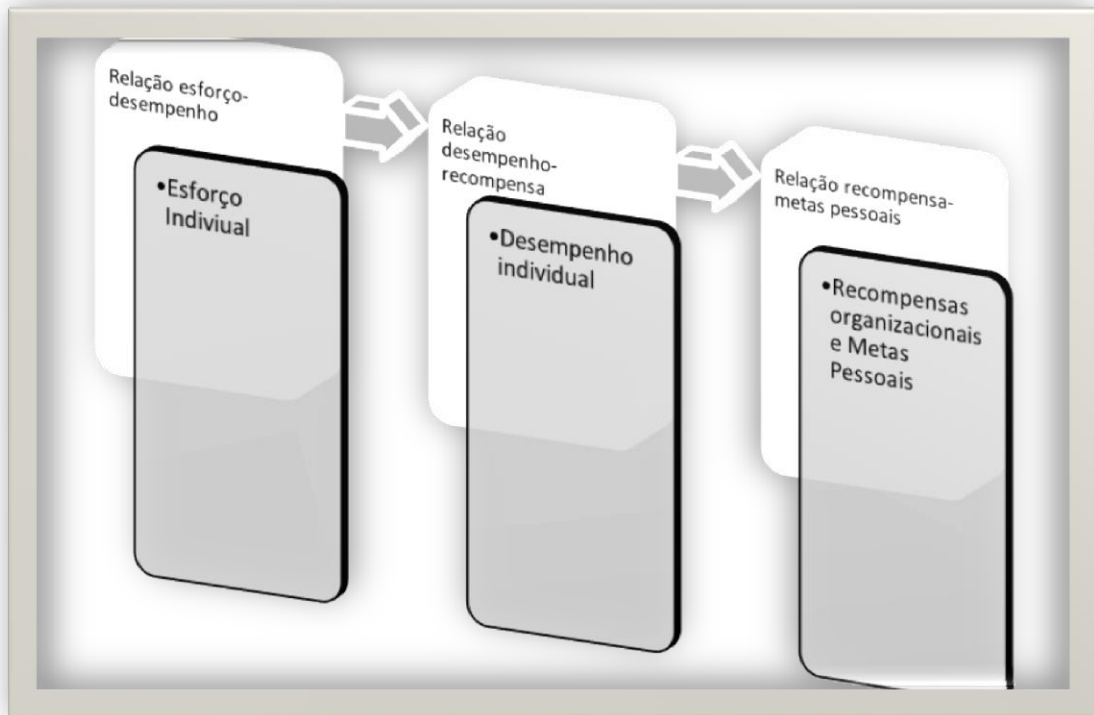


Figura 7 - Teoria da expectativa- adaptado de Robbins

A conclusão da investigação relativamente aos motivos lançará para o debate um desafio ao mundo do turismo, o de reanalisar e reestruturar em função da dicotomia da procura individual e de grupos homogêneos porque:

“L’innovation et la diversification sont des outils qui permettent de modifier le jeu de la concurrence. On a besoin de la première pour capter l’attention des visiteurs, et de la seconde pour répondre à une demande géographiquement et culturellement dispersée” (OMT2010, p8).

Por um lado é necessário analisar o ser humano como um indivíduo único, passível de vontades próprias, ensejos e por outro devemos inseri-lo dentro de um grupo, de uma sociedade que interagem entre si, que tem objetivos comuns mas em que cada elemento é um ser singular. O mercado de turismo persiste em oferecer programas compostos por um conjunto de práticas idênticas para um grupo de pessoas, que supostamente procuram os mesmos fins, preservando vivo o ultrapassado *Package Tour* de Thomas Cook.

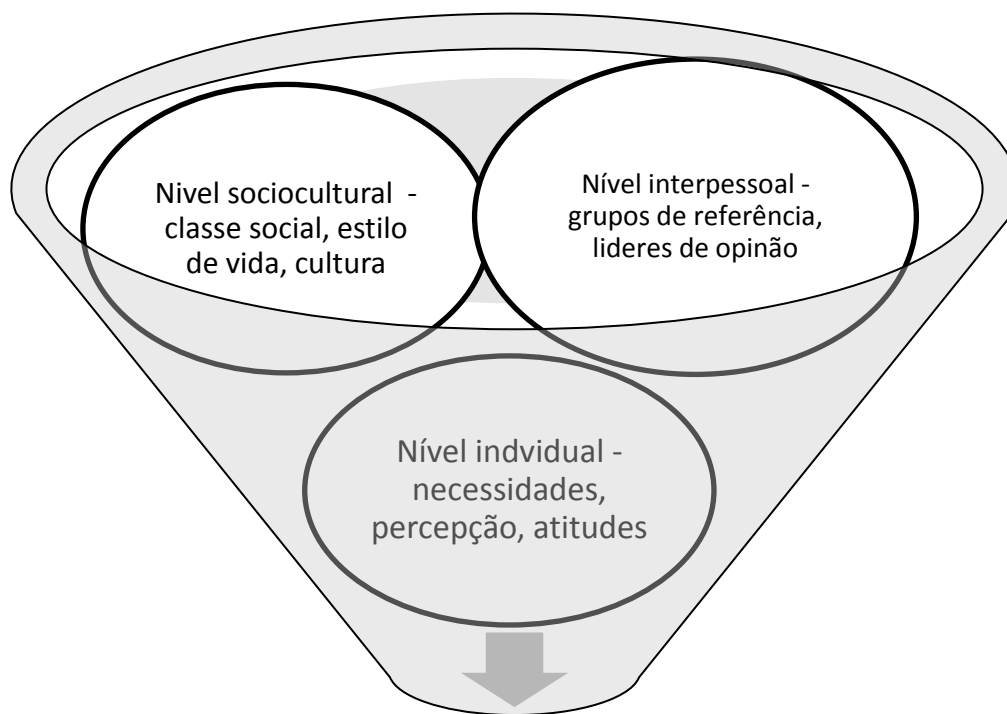
O turismo moderno não é um turismo de “produção em massa”, o turismo pós-moderno é a antítese do turismo moderno. A lógica de segmentação do mercado turístico contemporâneo aponta para a necessidade de se realizar a identificação prévia dos grupos e assim direcionar a oferta. Reconhecendo que os grupos são compostos por um agrupado de vários indivíduos mas em que cada um é distinto do outro.

“a produção do individuo moral e ideológico como ser isolado, coerente, autónomo, singular, fundamentalmente fechado sobre si mesmo antes de qualquer contacto com outrem, dispondo de uma interioridade e de um eu autêntico” (Lahire, 2005, p 30)

5.3 - O aluno Erasmus como consumidor

O consumidor de turismo é um consumidor difícil de classificar e segmentar porque ele é influenciado por vários fatores internos e externos. Quantificar o peso que os fatores têm na decisão é por vezes uma tarefa árdua, porque falamos de influências instáveis, que mexem com o foro emocional. O turismo, por outro lado, é uma atividade que envolve diversos serviços e bens, que também influenciam a decisão e por outro lado esses mesmos são instáveis porque como refere Swarbrooke e Horner “ The tourism market is very diverse and incorporates a range of market segments which each have their own demand characteristics” (2007, p. 5) É importante demarcar sim as linhas que estão na base da decisão, isto engloba os fatores motivadores e determinantes, internos ou externos (Swarbrooke e Horner, 2007) e noutra vertente temos as necessidades primárias “inatas fisiológicas (como por exemplo, alimento, ar, abrigo, sexo) ” e secundárias “necessidades adquiridas (necessidade de auto-estima, prestígio, afeto, poder) ” (Costa, Peres-Jr., Prado, & Silva, 2010) , porque estes determinarão a decisão. Estes fatores e necessidades não podem ser analisados em separado, elas fazem parte do sujeito, as respostas às suas necessidades e motivações irão refletir-se no seu comportamento. Nesta investigação pretendemos analisar essa vertente

porque ele permitirá analisar o seu comportamento e conseqüentemente teremos o seu perfil.



A escolha do consumidor

Figura 8 - Os três níveis de explicação do comportamento do consumidor (Quadro adaptado Bernard Dubois 1993)

Este esquema relativo aos três níveis de explicação do comportamento de compra, com base na interpretação do investigador Bernard Dubois, permite contextualizar a razão da nossa aproximação ao tema de consumidor. De facto o aluno ERASMUS é consumidor, porque ao realizar a mobilidade ele consome bens de variadíssima ordem, bens essenciais para a sua sobrevivência e bens secundários que lhe confere uma satisfação interna e externa. Henriques exemplifica isso mesmo quando se refere ao consumidor de turismo

“As sociedades actuais expressam, a vários níveis, um padrão em que cada vez mais objectos e símbolos têm sido entendidos como mercadorias – a esfera do lazer, as crianças, a saúde e a doença, entre outros”. (2009, p. 70)

O aluno vai definir a sua compra/decisão de realização de fazer um programa de mobilidade em três níveis: interpessoal, sociocultural e individual.

De acordo com Giddens o individuo vai olhar a oferta num todo mas também em particular (*self*), por um lado existe o eu e por outro existe a sociedade, o conjunto desses duas variáveis vai permitir a tomada de decisão. O indivíduo é influenciado por diversos fatores intrínsecos e extrínsecos, os quais são submetidos a vários patamares, a uma estratificação de importância, em que a sua decisão será submetida a um conjunto de variáveis.

“As estruturas sociais são anteriores, exteriores, autónomas e exercem influência causal sobre os indivíduos. Mas, para que essa influência seja exercida, é necessário que os poderes causais das estruturas sejam activados pelos agentes.” (Caetano, 2011, p. 158)

Consoante o seu ambiente, a sua classe social e cultura, o sujeito irá analisar se é aceitável (para os outros e para o próprio) realizar um programa de mobilidade e o que consta ao seu redor sobre este assunto “como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo adota, não só porque essas práticas satisfazem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade.” (Giddens A. , 1997, p. 75)

Se a decisão incidir num acontecimento social e este for um tema habitual e aceite, a reflexão sobre a decisão terá então o seu início porque “o processo de construção da identidade inscrito nos mecanismos, processos e agentes de socialização implica a definição de um fluxo bidirecional” (Henriques, 2009, p70).

Após esta primeira abordagem, o consumidor irá averiguar qual a análise feita sobre este assunto nos líderes de opinião e, sobretudo nos seus grupos de referência. O aluno irá verificar se é aceitável e se lhe proporciona um *status*, por fim irá corroborar se realizar este tipo de programa lhe vai proporcionar as necessidades e requisitos que pretende atingir.

5.3.1 - A importância da mensagem e da imagem enviada para o consumidor

Um ponto importante no turismo é a informação que circula nos meios de divulgação e outros, como por exemplo a opinião de terceiros. O modo como é apresentado o programa vai converter a mensagem em fatores motivadores e determinantes, a sua interpretação é o ponto-chave da decisão. A importância da informação no consumidor é uma forma de “decision-making process” (Swarbrooke e Horner, 2007, p 40)

Outro fator importante é qual a representação que o indivíduo faz quando recebe a informação sobre o programa, a semiótica da mensagem, o que levará o indivíduo a selecionar aquela atividade e não outra ou eliminar o que para ele é excedente ou inútil. Qualquer imagem, símbolo, texto acarreta consigo um conjunto de signos que levará o recetor a “elaborar um código de referência” e assimilá-los consoante certas “convenções culturais” (Francastel, 1983) (Vulli, 2003).

A informação está subjugada ao significado, como analisado por Jean Marie Floch, chegando a esta conclusão após a análise de várias mensagens publicitárias. Segundo o autor a mensagem que o consumidor retém é gerida por “valores de base” e “valores de uso”, estes podendo modificar consoante a estrutura funcional do indivíduo. Floch refere-se a este contexto de envolvimento de diversos fatores como a existência

“...de dois planos que toda a linguagem possui: o plano da expressão e o plano do conteúdo. O plano da expressão é o plano onde as qualidades sensíveis que possui uma

linguagem para se manifestar são seleccionadas e articuladas entre elas por variações diferenciais. O plano do conteúdo é o plano onde a significação nasce das variações diferenciais graças às quais cada cultura, para pensar o mundo, ordena e encadeia ideias e discurso.” (1985, p. 9) [sic]

No “Quadrado de Floch” podemos verificar uma lógica da interpretação da mensagem do recetor.

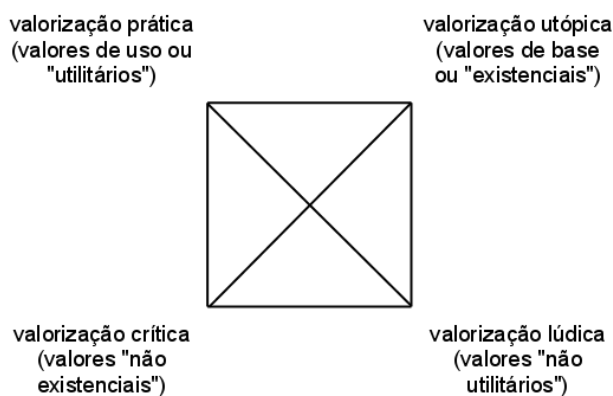


Figura 9 - A interpretação da mensagem (Floch)

- Na valorização prática encontram-se valores utilitários ou de uso (conforto; fiabilidade; maneabilidade; segurança; etc..
- Na valorização utópica encontram-se valores existenciais ou de base que definem o indivíduo a sua identidade e cultura.

- Na valorização crítica são avaliados aspetos da compra sobretudo na análise do custo/benefício e vantagens. Este item é um valor não existencial.
- A valorização lúdica é a rejeição dos valores utilitários, aproveitando o tempo livre para atividades de excelência (divertimento; gratuidade; requinte; jogo; etc.)

A imagem é uma arma poderosa, vivemos numa sociedade da imagem em que ela assume um papel principal na mensagem que se pretende extrapolar. A imagem irá realçar vários sentimentos, reais ou imaginários, do indivíduo e esse é o poder da imagem, dando a indicação de aceitação ou negação “ the choice of tourism products usually has considerable emotional significance for the individual (Swarbrooke e Horner, 2007, p 73). A imagem leva-nos à pluralidade da comunicação, estabelecendo em nós um código de contacto. Esse mesmo código revelará estímulos, as várias combinações das perceções que a imagem transmite, irá automaticamente buscar ao nosso íntimo possíveis relações, integrá-la no subconsciente e procurar ligações.

A imagem refletida irá enfeitiçar a imaginação com possíveis processos reais. Como refere Francastel “ qualquer imagem é, de certo modo, criadora da realidade” (Francastel, 1998, p. 64)

A imagem tem um poder de “representação cultural” e de “uma cultura visual” que alcança territórios entre o espaço e o tempo. Existe uma interação com ambos mas devido à nova conceção da era da tecnologia, emerge uma nova visão do espaço-tempo. Nesta era em que o espaço e o tempo se tornaram processos “invisíveis”, é imperativo saber comunicar através da imagem. A imagem é uma condutora objetiva, instantânea e passível de readaptações rápidas, isto porque vivemos num mundo com uma perspectiva visual, uma “civilização do cliché” (Deleuze, 1990)

A imagem é ubíqua em todos os meios de comunicação verbal ou escrito, permite uma panóplia de possibilidades de significados, de perceção, interpretação e descodificação.

Uma das consequências atuais do poder da imagem é que esta serve para uma comunicação em massa, não existe uma seleção de quem pretende motivar. Sendo que a interpretação pode ser feita de variadas maneiras e colocar a sua iconicidade num patamar muito alto ou muito baixo, dependendo mais uma vez do “habitus” do recetor e assim não atingir o objetivo do emissor.

5.3.2 - A descoberta da semiótica do imaginário ou do real

“O olhar imaginário faz do real algo imaginário, ao mesmo tempo em que, por sua vez, se torna real e torna a nos dar realidade.” (Deleuze, 1990, p18)

Todo o produto representa um símbolo, este que independentemente da pessoa irá representar para ele um significado (Deladalle, 1979). Como referido anteriormente o “comprador Erasmus” analisa o seu objeto num plano total, procurando o que este significa para ele e que o aproxima dele ou o afasta. Qualquer símbolo, nome ou objeto tem que fazer o “clique” no subconsciente do individuo para existir uma conexão.

A “geração Erasmus” tem ao seu dispor variadíssimas formas de informação, uma pluralidade de canais (Vulli 2003) que lhe permite ter acesso a uma vasta rede de meios de divulgação e informação. Esta compilação de informação traz ao individuo a árdua tarefa de tomar uma decisão concreta sobre a realização de um programa, qual escolher?

Quando o individuo procura informação sobre as várias propostas existentes nas várias instituições de ensino superior, o que denominamos de forças interiores e exteriores (*pull and push*) estão demarcadas pela publicidade/informação que irá encontrar nos vários meios de comunicação. No século XXI um dos locais mais privilegiados para a difusão de programa é a internet.

A internet é um meio de divulgação para as massas, onde se pode encontrar de tudo, de todas as formas. Aqui queremos alertar que apesar de ser

um meio de recursos intermináveis, é necessário ter em atenção o que realmente se pretende comunicar, qual a mensagem que queremos que chegue ao recetor. Tal como no processo de globalização existem vários segmentos que criam uma receção diferente devido às assimetrias culturais, políticas e sociais do recetor. Do mesmo modo se processa com o sujeito em causa, a mensagem patente no discurso gráfico e multimédia das instituições poderá atrair ou repelir. “Duas pessoas nunca veem a mesma coisa ao lerem o mesmo texto...” (Francastel, 1983).

5.3.3 - A ação do feedback na decisão

A influência externa tem um grande impacto nas decisões relativamente à área do turismo (Swarbrooke e Horner, 2007), sendo que amigos e parentes são os mais procurados e verifica-se que atualmente existe uma tendência crescente em procurar testemunhos de experiência em locais da web, nomeadamente das redes sociais. Os mesmos autores referem que a influência das outras pessoas pode até mudar a visão que o indivíduo tinha até à data de determinado local, para o negativo ou positivo. O feedback é como estar a viver o momento, a ação, visualizar um filme só em versão natural e real o que lhe dá alguma credibilidade perante o recetor. Como refletido por Jozef Majak no testemunho sobre a sua experiência Erasmus “When my friend returned from his Erasmus year and told me about it, I knew that’s what I wanted to do” (PROALV, 2010, p. 57)

Noutra perspectiva o feedback também é um excelente indicador de avaliação, dando um contributo importante sobre os fluxos dos alunos Erasmus: “99% Dos estudantes portugueses recomendariam a um amigo, colega ou familiar a realização de um período de mobilidade Erasmus.”²¹

Entenda-se por comunicação a seguinte definição do investigador Robert M. Krauss “All communication systems, regardless of how simple or complicated

²¹ Origem da mobilidade: relatórios finais dos estudantes Erasmus 2009/2010

they may be, operate on the same principle: Signals transmit messages from a source to a destination.” (Krauss, 2002, p. 2) .

O homem está em constante comunicação, seja com intenção ou sem intenção; diretamente ou indiretamente, qualquer atitude ou comportamento leva a comunicação verbal, escrita ou não verbal. Um gesto, um olhar, o vestuário pode sugerir a transmissão de uma mensagem, sem que o indivíduo se identifique como emissor. O recetor irá decifrá-la fazendo uma análise em sintonia com o conjunto de valores e experiências vividas e adquiridas ao longo da construção da sua personalidade, o seu “código de referência”.

No ato de decisão para a realização de um programa de mobilidade, o proponente tem em alta consideração o feedback dos outros, da experiência vivenciada durante o período da mobilidade. Existe uma grande influência desta comunicação na tomada de decisão da realização de um programa de mobilidade.

A figura que segue do autor Dubois (1998) permite visualizar o caminho que a mensagem percorre

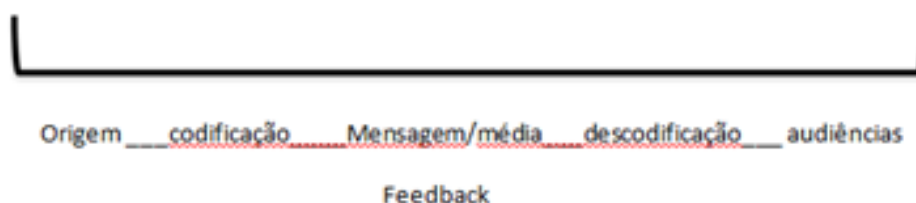


Figura 10 - O caminho do feedback

O feedback poderia ser uma ferramenta a utilizar como meio de avaliação do sucesso ou não de uma determinada experiência. O método de recolha

poderia ser através da aplicação de inquéritos aos participantes de programas de mobilidade académica e assim averiguar a relevância deste tipo de comunicação.

Dubois reforça essa mesma noção no seu livro “ Compreender o consumidor”, dizendo que “ a origem da mobilidade está muito atenta ao feedback que traduz a sua reação à mensagem”.

O feedback assume um papel primordial na publicidade e atração de futuros consumidores dos programas de mobilidade. O feedback é um elemento integrador da comunicação, isto porque:

“quanto maior o feedback mais eficaz será o processo comunicacional. O processo de feedback é, desta forma, essencial na comunicação bilateral ou interpessoal dependendo dele a continuidade ou não dessa mesma comunicação.” (Gonçalves M. L., 2012).

O feedback irá alimentar a imaginação, a perspectiva, uma antecipação de que poderá vir a acontecer e a “ a fantasia será mais ou menos ardente consoante o individuo tiver maiores ou menores possibilidades de estabelecer relações” (Munari, 1987, p. 31) .

O feedback poderá ter um papel motivador na procura de informação para a tomada de decisão. Como referido anteriormente relativamente a importância da internet, o feedback tem um papel de fio condutor, um amplificador de informação mais realista. Este facto é assinalado por Octávio Isla do seguinte modo “la generación Einstein se desenvolveu en nueva ecología cultural, en las comunicaciones digitales observan un rol protagónico en la formación de la percepción de la realidade²²” (2008)

²² Generación Einstein: termo introduzido pelos investigadores Jeoren Boscham e Inez Groen no seu livro “Generatie Einstein: slimmer, sneller en socialer: communiceren met jongeren van de 21ste Consiste na designação dos individuos nascido à partir de 1988, jovens que se relacionaram com as formas digitais espontaneamente, e que são hoje considerados a primeira geração de jovens digitais.

5.3.4 - A decisão através da fibra, um novo veículo

A fibra é um veículo de marketing, com poder de influência extraordinário, qualquer mensagem chega instantaneamente, sendo difundida em *bytes* e *terabytes* por todas as plataformas. Nesta era, quase todos os indivíduos informam-se primeiramente nas páginas da internet antes de usar qualquer outro meio tradicional de divulgação.

Recorrer a um computador, um *Iphone* ou um *Ipad*, para recolher informação, tornou-se nos dias de hoje num ato espontâneo e quase obrigatório. Em Portugal, os subscritores de serviço de internet atingem cerca de 2,25 milhões de utilizadores com acessos de banda larga fixa. Mais de 2,9 milhões de utilizadores de Internet em banda larga móvel, dos quais 1,1 milhões através de placas/*modem* (dados da ANACOM 06/06/12). A percentagem mais significativa de utilizadores do serviço da internet situa-se entre as idades de 16 e 24 anos, faixa etária que diz respeito ao jovem que pode integrar um programa de mobilidade, objeto de estudo desta investigação. Estamos na era da “Galáxia Internet” como Castells (2003) denominou a este mundo virtual, onde a comunicação é livre.

Nesta era da comunicação instantânea, não podemos deixar de falar de um novo tipo de consumidor que está diretamente ligado a este recente modelo de informação o “Prosumidor”²³. Ao navegar na internet, sabendo que tudo é monitorizado e controlado através de estatísticas de acesso à web, o cibernético, além de primeiramente ser um consumidor, também assume um papel de produtor ativo.

Mas afinal o que é um “prosumidor”? É um léxico que junta duas palavras, produtor e consumidor e que reflete a atitude do novo contexto da “convergência cultural” da era galáctica.

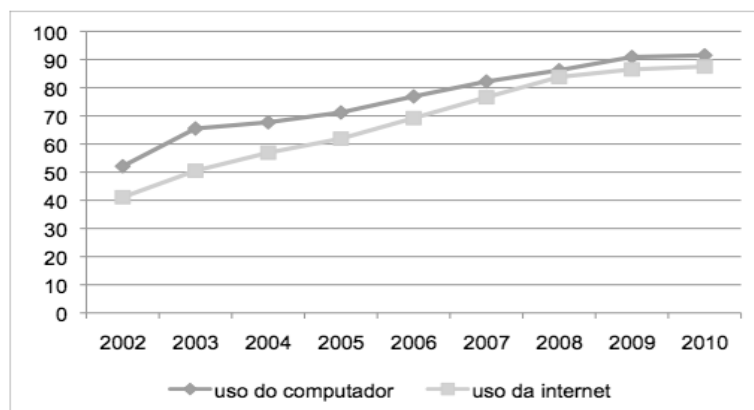
«Durante la primera ola, la mayoría de las personas consumían lo que ellas mismas producían. No eran ni productores ni consumidores en el sentido habitual. Eran, en

²³ "Os Prosumidores são pessoas que fazem e pensam hoje o que o grosso dos consumidores fará e pensarão amanhã" (Toffler, 1984)

su lugar, lo que podría de -nominarse ‘prosumidores’. Fue la revolución industriallo que, al introducir una cuña en la sociedad, separóestas dos funciones y dio nacimiento a lo que ahora llamamos productores y consumidores (...); si examinamos atentamente la cuestión, descubrimos los comienzos de un cambio fundamental en la relación mútua existente entre estos dos sectores o formas de producción. Vemos un progresivo difuminarse de la línea que separa al productor del consumidor. Vemos la creciente importancia del ‘prosumidor’. Y, más allá de eso, ve mos aproximarse un impresionante cambio que transformará incluso la función del mercado mismo en nuestras vidas y en el sistema mundial» (Toffler, 1981: 262-263) in Octavio Isla (2007).

Vejamos alguns dados de utilização deste serviço para validar a importância desta forma de informação:

Proporção de indivíduos com idade entre 16 e 29 anos que utilizaram computador e internet nos primeiros 3 meses do ano: 2002-2010

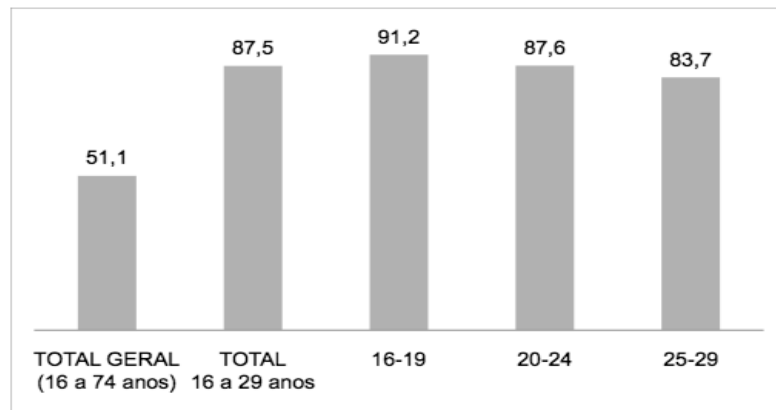


Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 (dados constantes na base de dados "Números sobre Juventude" do OPJ)

Gráfico 2 - Utilização da internet por indivíduos entre os 16 e 19 anos (2002-2010)²⁴

²⁴ Gráficos retirados do site do Observatório Permanente da Juventude

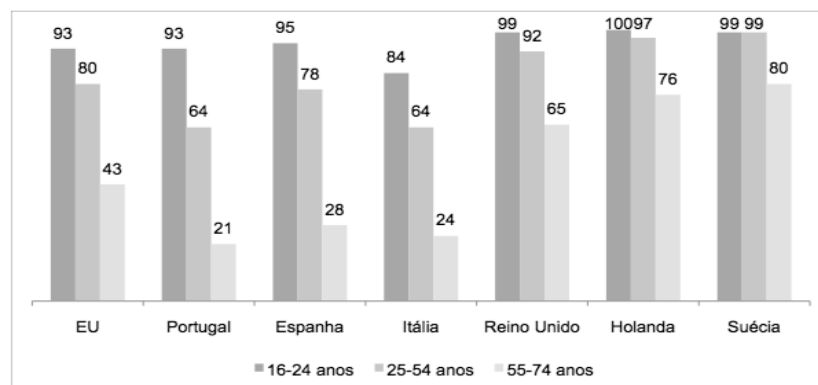
Proporção de indivíduos que utilizaram internet nos primeiros 3 meses do ano, por escalão etário, em 2010



Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2010 (dados constantes na base de dados "Números sobre Juventude" do OPJ)

Gráfico 3 - Utilização da internet por escalão etário (2010)

Proporção de indivíduos que utilizaram internet nos últimos 3 meses, por escalão etário, em 2011, em alguns países europeus



Fonte: Eurostat, 2012

Gráfico 4 - Utilização da internet por escalão etário em países da Europa (2011)

Estes gráficos demonstram claramente que existe uma tendência crescente na utilização da internet nas famílias mas são sobretudo os jovens entre 16 e 24 anos que mais navegam. Esta faixa etária também é válida quando se fala a nível Europeu, em que se destaca a Holanda com a taxa mais elevada de utilizadores mais jovens. No grupo dos 55-74 anos a Península Ibérica e a Itália têm a percentagem de utilizadores mais baixa da Europa, número que quadruplica quando olhamos para a percentagem da Suécia.

Marc Prensky (2001) denomina esta geração de “ Digital Natives”, esta designação deve-se ao mesmo esclarecer que esta geração é a primeira a nascer ligada a nova tecnologia.

Fazer *zapping* na internet para procurar esclarecimento sobre qualquer assunto é uma forma rápida de obter respostas. A informação encontrada sobre a pertinência de realizar um programa de mobilidade académica num determinado país ou instituição de ensino superior, seja em texto ou imagem, poderá ser um fator decisivo para determinar e validar a decisão de realizar um programa de mobilidade nesse local.

A representação feita da informação recolhida é um ponto-chave na comunicação mas nesta área existem inúmeros fatores que influenciarão a interpretação e receção da informação. A informação será absorvida por uns de uma maneira e por outros de outra. Não querendo dizer que o entendimento da informação não seja clara mas a interpretação do recetor é que pode ser diferente. Como referido anteriormente existem, sim, diferentes pontos de vista. A dimensão social, cultural e económica ajustará a receção ao individuo.

“A internet apresenta-se como uma espécie de simbiose entre os meios de difusão, one-to-many e one-way, e os meios ditos de interacção, one-to-one e two-way. Esta natureza simbiótica confere à Internet capacidades originais: ela permite, por um lado, que a mesma informação seja dirigida a uma audiência mais ou menos vasta e indiferenciada; e, por outro lado, que cada um dos membros dessa audiência interaja com a informação que lhe é enviada, com a origem da mobilidade dessa informação e com cada um dos outros destinatários da informação” (Serra, 2006 , p. 2) [sic].

A internet é um meio para atingir um fim, a sua pluralidade possibilita diversificar e intensificar a informação em continuidade. É preciso, sim, como refere Prensky estar atento, ser rápidos na atualização da informação e adaptar

a comunicação a esta nova geração, deixar os convencionalismos para trás e “learning news ways to do old stuff”.

Estes estudos reforçam a conclusão anteriormente apresentada em que se referia a influente tendência da variável cultural e da assimilação de diversos motivos serem fatores decisivos na hora da decisão de realizar um programa de mobilidade académica. Outra indicação desta pesquisa relevante é o indicador ligado à preparação de um futuro profissional, um fator que também se encontra nos estudos anteriormente apresentados.

6 - Contribuição de estudos empíricos

“The main reasons for students to go abroad are meeting people (96%), learning about a diferente culture (92, 4%) and developing as a person (92%)” (Fellinger, 2011).

A contribuição de estudos já realizados sobre as diferentes temáticas que envolvem esta tese permite por um lado averiguar o que se tem vindo a investigar e por outro lado auxiliar na formulação de uma base de conhecimento empírico já desenvolvido. Apresentaremos alguns estudos a nível nacional e internacional.

Num relatório publicado em 2003, respeitante a um estudo sobre a mobilidade académica (Richards & Wilson, 2003), os inquiridos foram questionados sobre os motivos que os levaram a decidir realizar um período de estudo fora do seu país de origem. O inquérito foi aplicado a 2 300 participantes de programas de mobilidade académica, durante o ano 2002, oriundos do Canadá, República Checa, Hong Kong, México, Eslovénia, África do Sul, Suécia e Reino Unido. Nas conclusões finais os autores averiguaram que 83% dos jovens inquiridos apontavam a aquisição de conhecimento de outras culturas como motivo principal na hora da decisão sobre a adesão ao programa. Em segundo lugar, surgia o motivo “emoção da experiência” com 74%, e em 3º lugar, o indicador “aumentar o conhecimento”. Este estudo revela que o principal

motivo, de acordo com o universo de análise, é o contacto com outro universo cultural e não um motivo diretamente ligado à área académica. Apontamos aqui um primeiro laço de associação entre o programa de Mobilidade académica, o turismo de educação e o turismo cultural que reflete a agregação dos vários motivos pessoais, sociais, culturais e educacionais indicadores influentes na decisão.

Num outro relatório publicado em 2005 (Maria João Carneiro, 2005, p. 152) no âmbito de uma investigação sobre o papel da Universidade de Aveiro na dinamização da mobilidade de estudante do programa Erasmus, os autores concluíram que a principal motivação para participar no programa Erasmus, segundo o país de destino é a “ experiência cultural”, seguido do motivo “carreira profissional” e depois em 3º lugar “mudança de ambientes”. O inquérito foi aplicado a 229 alunos portugueses da Universidade de Aveiro, que efetuaram uma mobilidade académica no estrangeiro, nos anos letivos 2001/2002 e 2002/2003.

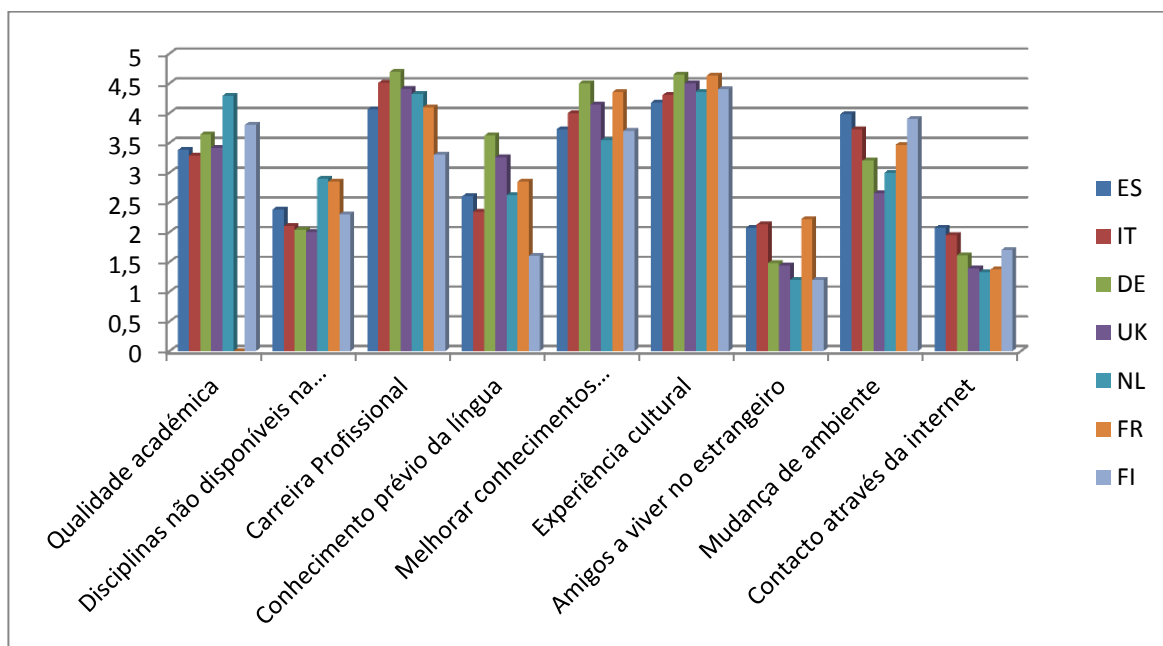


Gráfico 5 - Motivos para participar no programa Erasmus por país

Vejam os outros estudos realizados, em 2005²⁵ (Krzaklewska & Krupnik, 2006), a 7754 alunos de mobilidade sobre as motivações de estudar num país estrangeiro, os indicadores mais relevantes foram: estar em contacto com uma língua estrangeira (60%); ter novas experiências (53%); oportunidade de carreira (41%) e contacto com novas culturas (32%)

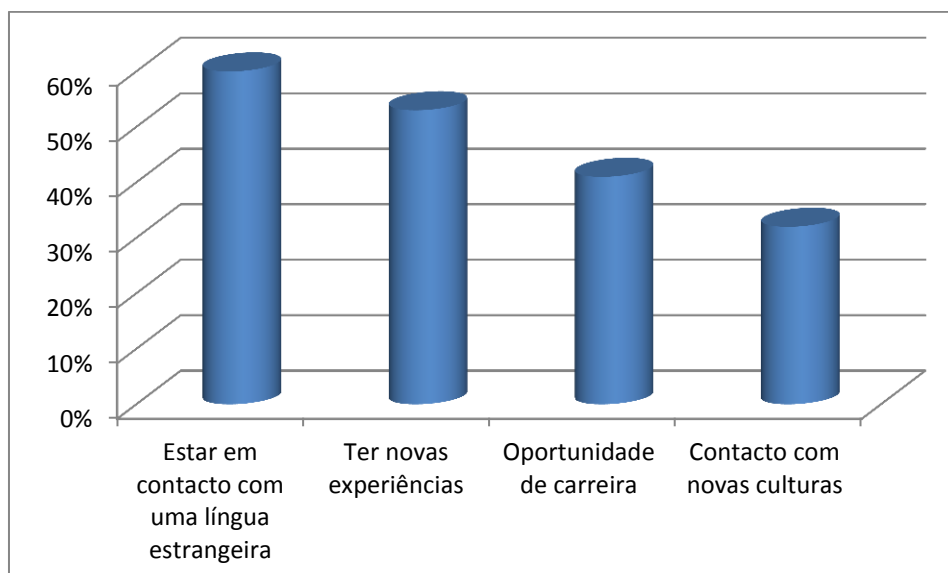


Gráfico 6 - Motivações para estudar num país estrangeiro

As autoras do estudo apuraram que no geral a dimensão cultural é muito importante para os alunos e é uma motivação para realizar um programa de estudo além fronteira ²⁶ (Krzaklewska & Krupnik, 2006, p. 41). Num outro estudo²⁷ (UTL, 2004) realizado aplicado no ano letivo 2001/2002 com alunos dos Programas Sócrates/Erasmus da Universidade Técnica de Lisboa, regista-se no gráfico nº 5 que o fator “Experiência cultural” tem a maior relevância.

²⁵ Research Report. The experience of studying abroad for exchange students in Europe.

(MarcadorPosição2)Ewa Krzaklewska, Seweryn Krupnik. 2006

²⁶ “the cultural dimension is a very important one for students and ...a motivation for going abroad and the main learning outcome” (Krzaklewska & Krupnik, 2006, p. 41)

²⁷ Avaliação da mobilidade de estudantes da UTL no âmbito do Programa Sócrates/Erasmus- Ano Letivo 2001/2002 - Reitoria da Universidade Técnica de Lisboa - Data- Janeiro de 2004 Edição: Gabinete de Relações Externas

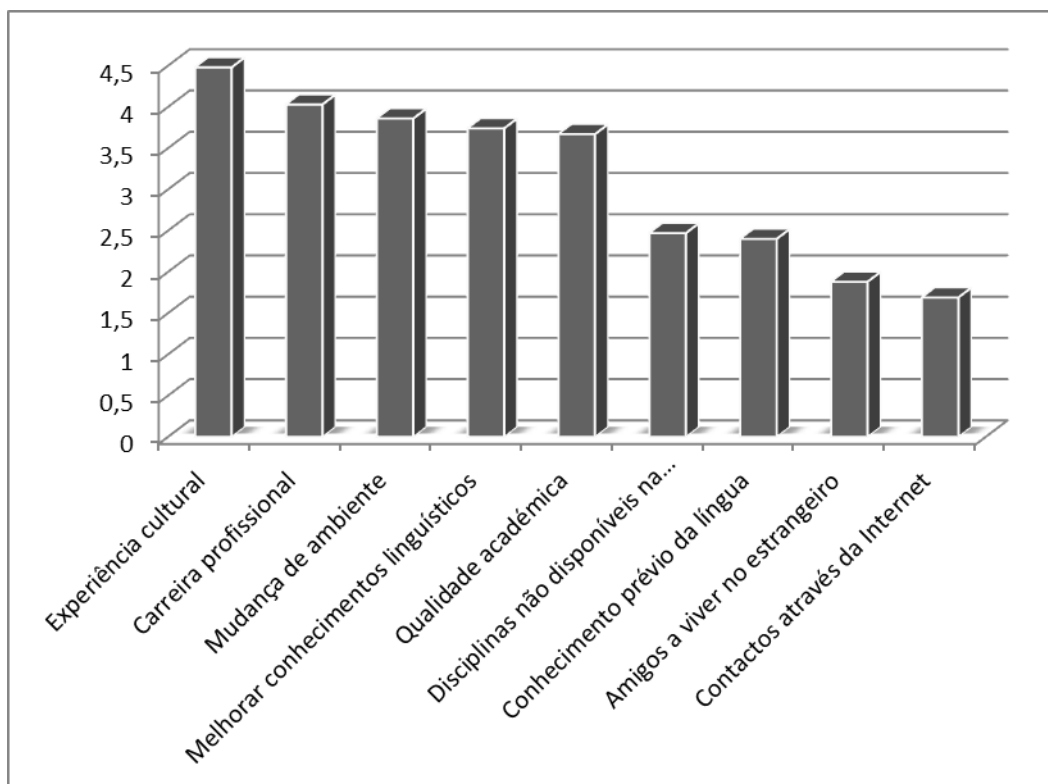


Gráfico 7 - Avaliação da mobilidade de estudantes da UTL no programa Socrates/Erasmus

Estes dois últimos estudos reforçam a conclusão anteriormente apresentada em que se referia a influente tendência da variável cultural e da assimilação de diversos motivos serem fatores decisivos na hora da decisão de realizar um programa de mobilidade académica. Outra indicação desta pesquisa relevante é o indicador ligado à preparação de um futuro profissional, um fator que também se encontra nos estudos anteriormente apresentados.

Mei Li e Mark Bray (2007) efetuaram uma pesquisa relativamente aos fluxos de estudantes chineses em Hong Kong e Macau. O objetivo foi aferir quais os fatores *pull* e *push* que motivavam os estudantes. O inquérito foi administrado a 385 estudantes no ano letivo 2002/03. Os dados mostram que os motivos dos alunos de Hong Kong e Macau são diferentes. Para os estudantes em Hong Kong o principal motivo é académico (69%) seguido de social e cultural (63,3%), e em terceiro económico (51,7%). Para os estudantes em Macau a principal razão é a economia (77,2%), depois a competitividade no mercado de emprego (65,8%) e em terceiro lugar motivos de ordem social e cultural (51%). O motivo académico aparece em quarto lugar com 41%. O facto

dos alunos em mobilidade em Macau apontarem o motivo económico como o principal deve-se ao facto dos mesmos não terem qualquer tipo de apoio financeiro para a sua estada, em contrapartida 85,9% dos alunos em Hong Kong tem uma bolsa de estudo. O governo chinês considera a mobilidade estudantil uma experiência necessária para os seus jovens cidadãos adquirirem conhecimentos sobre outras culturas e sociedades.

Apresentamos de seguida uma tabela com os três principais motivos de decisão na realização de uma mobilidade académica recolhidos em 18 investigações, do ano 2000 a 2013. Os resultados recolhidos de cada estudo permitem ter uma visão ampla e construtora sobre a temática. Por um lado vai possibilitar perceber quais os motivos principais que levam à decisão de realizar uma mobilidade académica e como estes são direccionados para um determinado objetivo. Por outro vai indicar-nos um caminho sobre o tipo de experiência que este estudante procura durante a mobilidade, auxiliando na formulação do problema.

	Designação do Estudo	Ano	1º Motivo	2º Motivo	3º Motivo
1	Today's Youth Travellers (Richards, G., & Wilson, J.)	2000	Conhecimento de outras culturas	Emoção da experiência	Aumentar conhecimento
2	Mobilité internationale et adaptation interculturelle – Les étudiants voyageur européens (Murphy-Lejeune)	2000	Desenvolvimento linguístico e cognitivo	Aquisição de competências sociais	Aprendizagem intercultural
3	The International Student Travel Market: Travel style, Motivations and Activities (Richards & Wilson)	2004	Explorar outras culturas	Realizar uma viagem por entusiasmo	Aumentar o meu conhecimento
4	Universidade de Aveiro - Que papel na dinamização da mobilidade de estudantes no âmbito do Erasmus? (Carneiro, M., Guerra, R., & Malta, P.)	2005	Experiência Cultural	Carreira profissional	Mudança de ambientes

5	Research Report - The experience of studying abroad for exchange students in Europe (Krzaklewska, E., & Krupnik, S.)	2006	Contacto com outra língua	Ter novas experiências	Oportunidade de carreira
6	The Language Environments of Exchange Students at Scandinavian Universities (Caudery, Petersen, & Shaw)	2007	Melhorar a língua Inglesa	A experiência, viagens, diversão	Encontrar uma nova cultura
7	Estudantes chineses em Hong Kong (Li, M., & Bray, M.)	2007	Académico	Social e cultural	Económico
8	Estudantes chineses em Macau (Li, M., & Bray, M.)	2007	Económico	Competitividade no mercado de emprego	Social e cultural
9	Análise das motivações, condições de frequência e expectativas dos estudantes - alunos <i>outgoing</i> (Mendes, Pedradas, & Pereira)	2008	Experiência cultural	Carreira profissional	Mudança de ambientes
10	Análise das motivações, condições de frequência e expectativas dos estudantes – alunos <i>incoming</i> (Mendes, Pedradas, & Pereira)	2008	Mudança de ambiente	Desenvolvimento das competências linguísticas	Atração do país
11	Factors influencing the decision to study abroad for students of color: Moving beyond the barriers (Kasravi)	2009	Crescimento pessoal	Experiência Cultural	Aquisição de conhecimentos
12	Erasmus mobility: students motivations and satisfaction (Jašková & Heczková)	2010	Conhecimento de outras línguas	Experiência de vida	Perspectiva de um futuro melhor
13	Etudiants et alumni Erasmus Mundus: quelle experience du séjour em France? (Perret, Vacher, & Volz)	2010	Melhores oportunidades de carreira e emprego	Qualidade do curso	Aspetos interculturais do programa
14	Research Report of the ESNsurvey (Fellinger, J.)	2011	Conhecer pessoas	Conhecimento de outra cultura	Desenvolvimento pessoal
15	Mobilidade académica <i>Made in South</i> : Refletindo sobre as	2011	Ter uma vivência intercultural	Aperfeiçoar o meu conhecimento de	Determinação de desenvolver

	motivações de estudantes brasileiros e colombianos (Lima, Riegel, & Carrillo)			língua	competências relacionadas à profissão
16	The motivation to study abroad – What motivates students to apply for Erasmus Grant? (Mészáros, István, & Győr)	2011	Melhorar as competências linguísticas	Experiência de vida	Opções de carreira profissional
17	O conhecimento e interesse dos estudantes de educação física em intercâmbio acadêmico (Araújo)	2012	Formação académica	Contacto e aperfeiçoamento de línguas	Turismo
18	The Motivational Factor of Erasmus Students at the University (Fombona, Rodríguez, & Sevillano)	2013	Conhecimento de outras línguas	Experiência europeia	Benefícios académicos

Tabela 1 - Sínteses de estudos anteriormente realizados dentro da temática da tese

Para uma interpretação mais ampla dos dados recolhidos dos estudos apresentados, agrupamos os motivos em 6 grandes áreas:

- Cultura (cor verde)
- Novas experiências (cor vermelha)
- Académica (cor azul)
- Profissional (cor laranja)
- Social/Pessoal (cor castanha)
- Conhecimento de outras línguas (cor amarela)

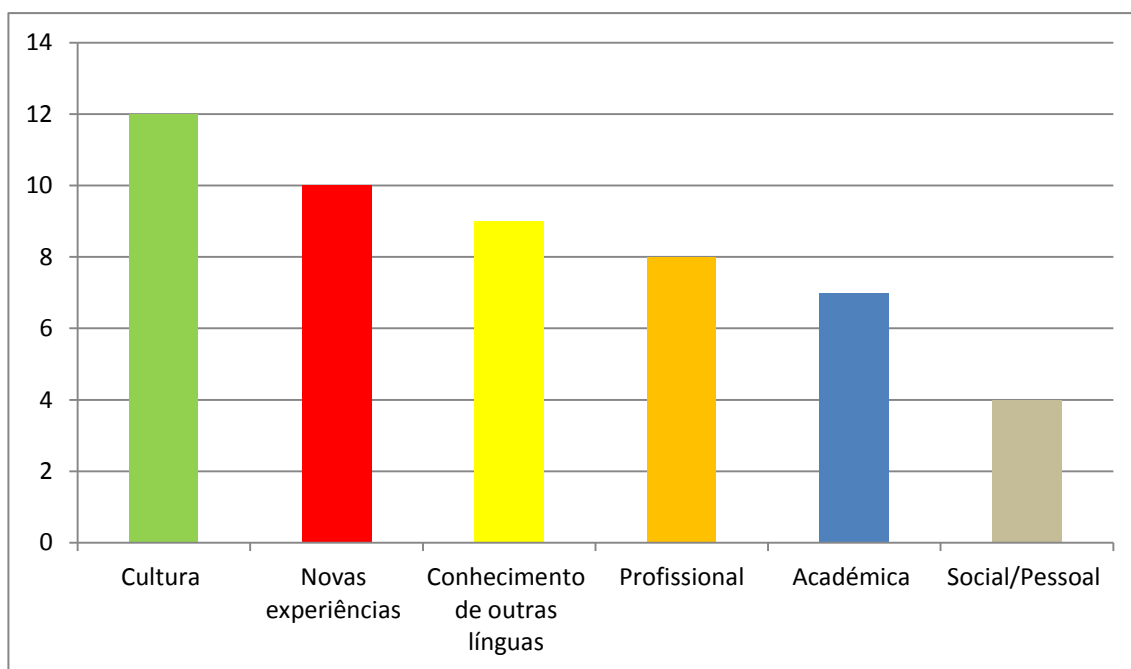


Gráfico 8 - Grau de importância dos diversos motivos dos estudos apresentados.

A partir destes dados observamos que estes jovens têm, maioritariamente, como principal motivo o contacto com aspetos ligados à cultura. No conjunto dos motivos é refletido, de algum modo, as diretrizes do relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI, organizada por Jacques Delors (1996). No documento final apresentado está presente a questão de como a educação deveria ser moldada no século XXI. A base do modelo de educação proposto pelo relatório tem como conceção os seguintes quatros pilares - ***aprender a aprender, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser***. Os quatro pilares pretendem alertar para a necessidade da educação moderna não se cingir à sala de aula, mas sim esta ultrapassar as barreiras tradicionais do ensino e preparar os jovens para as contingências do mundo moderno. Resumidamente é preciso saber aprender sabendo viver, adaptando-se a qualquer circunstância e o programa Erasmus é a imagem refletida dessa pedagogia.

“ À medida que respondemos à pergunta antropológica básica – Como viver?-, nós, humanos, aprendemos a viver. Isto é, aprendemos a considerar e agir diante das questões essenciais que o percurso vital nos apresenta. Queremos

aprender a viver de maneira integral, sem nos limitar a nenhuma das dimensões particulares do viver. Aprender a viver exige uma educação completa, uma educação que inclua todas as facetas humanas. Uma educação que inclua os principais âmbitos da experiência humana e a aprendizagem ética que cada um deles pressupõe: aprender a ser, aprender a conviver, aprender a participar e aprender a habitar o mundo.” (Puig, 2007, p. 68)

6.1 - Outros estudos de relevo

A Comissão europeia requereu em 2011 uma pesquisa que intitulou: Flash Eurobarometer 319b – Youth on the move (The Callup Organization, 2011).

“Foram inquiridos por telefone 57 000 jovens europeus entre 26 de Janeiro e 4 de Fevereiro de 2011. A secção sobre ensino, formação, mobilidade e emprego abrangeu o grupo etário dos 15-35 anos e incluiu os 27 Estados-Membros da UE, a Croácia, a Islândia, a Noruega e a Turquia”.

O propósito deste estudo visou identificar como estes jovens veem a atratividade de outros contextos educativos fora do seu país de origem. Esta perspectiva tem relevo para este estudo porque permite refletir sobre a componente mencionada várias vezes nos estudos sobre os motivos dos jovens irem estudar fora, o indicador ligado a preparação do futuro profissional, um motivo com peso na hora da decisão. Os resultados dos inquéritos demonstram que mais de metade destes jovens (53%) está disposto a deslocar-se para ir trabalhar dentro da Europa. O género masculino (56%) demonstra mais entusiasmo para arranjar trabalho fora do seu país contra os 46% do feminino. A nível nacional 57% dos jovens portugueses está disposto a ir trabalhar para o estrangeiro. Quando questionados sobre o financiamento para o período de

mobilidade, 65% dos jovens recorreram a fundos privados ou poupanças. Quanto a outros motivos, verificamos que a presença novamente do fator cultural (40%):

“Os jovens consideram que o principal benefício das estadias no estrangeiro para estudos ou formação é a aquisição de competências de âmbito alargado, como a capacidade de falar uma língua estrangeira, a consciencialização cultural, as faculdades de adaptação e comunicação com os outros, competências estas muito apreciadas pelos empregadores.” (The Callup Organization, 2011, p. 4)

Um dos motivos apontados por alguns jovens que não fizeram nenhum tipo de mobilidade foi o fator económico e outro respondeu que a situação familiar não o permitia. O fator económico é um peso essencial na decisão.

Numa outra dimensão, um estudo²⁸ (Sectur, 2006) no segmento do turismo cultural realizado no México, em 2006, revelava que existem dois tipos de turistas culturais. Por um lado existe o turista cultural que tem um interesse direcionado unicamente para prática de atividades estritamente ligadas à cultura, que o autor denomina de “ Os turistas com interesse especial pela cultura”²⁹. Por outro lado temos o turista cultural, apelidados no estudo por “ Os turistas com interesse ocasional na cultura”³⁰ (Sectur, 2006, p. 4), em que a cultura é um complemento à motivação de viajar. Apontam-se, aqui, dois tipos de comportamento distintos, mas com características semelhantes. A relação entre estas duas práticas é a cultura, seja ela considerada a razão exclusiva ou um elemento adicional da realização de uma viagem. Os motivos da decisão de realizar uma atividade cultural poderá não depender unicamente do fator cultural mas pode, sim, ser uma agregação de vários fatores, o que não inviabiliza por si só a utilização da terminologia de turismo cultural.

²⁸ El Turismo Cultural en México Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, 2006, Centro de Estudios Superiores en Turismo

²⁹ “Los turistas con interés especial en la cultura”

³⁰ “ Los turistas con interés ocasional en la cultura”

Os vários estudos apresentados apontam para a existência de uma “agregação” de variáveis que influenciam a tomada de decisão de realizar uma mobilidade académica ou de uma viagem com fins culturais e não dependem unicamente de um motivo. O facto de a atividade ter uma determinada terminologia não a caracteriza por si só, resultando antes de uma simbiose de elementos que compõe a atividade, não podendo estas serem dissociadas. Tal como uma molécula é composta por vários átomos, sejam iguais ou diferentes, eles compõem a partícula, o conjunto forma o elemento.

Num estudo realizado em 2007 sobre as opções de decisão de realizar uma viagem de turismo, os investigadores - (Fuller, Wilde, Hanlan, Mason, & Armstrong, 2007) – referem uma lista de motivos, baseado em Kotler (1998) e que se identificam com o que pretendemos exemplificar. Para Kotler existem 5 patamares de decisão: a necessidade de reconhecimento, a pesquisa da informação, a análise de alternativas, a escolha do produto ou serviço e por fim a avaliação após a experiência ou consumo.

Num estudo de caso sobre a cidade de Madrid, os investigadores quiseram refletir sobre quais os motivos que levam os turistas a visitarem esta cidade. Foram entrevistados 2036 turistas mas só 1723 respostas foram validadas. É interessante observar que os turistas (43%) referiam que os seus motivos principais são a oferta formativa presente em Madrid e a possibilidade de conhecer coisas novas. Dos aspetos turísticos mais apontados, sobressai o facto de Madrid ser uma cidade acessível de qualquer parte do mundo, uma cidade central. Os autores concluíram que os turistas, do ponto de vista motivacional, consideram Madrid um destino cultural. Outro ponto importante que nos fornece este estudo é que os motivos influenciam a perceção da imagem que temos do destino.

Noutro panorama sobre motivos, falamos agora de um estudo elaborado sobre “ A gastronomia como motivo de viajar” (López-Guzmán & Cañizares, 2012). Consideramos este estudo uma mais-valia porque demonstra que apesar do motivo originador da mobilidade ser a gastronomia, o motivo mais apontado pelos turistas (69,35%) é a visita a monumentos e museus. O motivo gastronomia tem a percentagem de 24,4%. É refletido neste estudo que não é

um único motivo que origina a decisão mas sim a possibilidade de associar vários.

Por exemplo um individuo pode aderir a um programa direcionado para o turismo gastronómico, em que o seu principal motivo seria um contacto único com a gastronomia do local. Mas tal como observamos nos estudos apresentados, o sujeito adere a um segmento de turismo gastronómico mas analisa todo o contexto envolvente, tirando benefícios de um conjunto de atributos esta pratica lhe poderá fornecer. O motivo não unicamente a gastronomia mas sim toda a associação de fatores circundantes a pratica. Desta análise emerge informação relevante para a investigação, em síntese verificamos que apesar do segmento ou terminologia utilizada, é fundamental reter que o sujeito irá analisar o conjunto de indicadores na hora da decisão. E estes irão ser os produtos diferenciadores de outros, o sujeito do século XXI procura um turismo sinérgico. Este estudante de mobilidade académica aproximando-se da definição de Brent Ritchie (2003) sobre os atuais turistas, são viajantes que procuram novas e distintas experiências.

Capítulo II - Contexto social e institucional

1- O programa Erasmus e o turismo de educação e cultural

O programa de mobilidade ERASMUS não é considerado uma forma de turismo de educação ou cultural, mas na sua conceção geral encontram-se traços, pontos e ligações que interligam a educação, a cultura e o turismo, criando em alguns pontos uma simbiose, sendo ambos promotores de mobilidade. Como referem Aguiar e Morelli (2006):

“ As actividades que envolvem o turismo podem estar muito próximas desse modo de pensar considerando o processo educacional. A troca de experiências entre o morador local e o visitante pode evidenciar uma relação de ensino aprendizagem, tais contactos devem ainda pontuar limites e mediações possíveis no campo da educação e do turismo conforme abordagens dentro da temática.”
(2006)[sic]

Investigar o programa ERASMUS como caso de estudo justifica-se por um lado devido ao número de participantes que envolve, mais de 2 milhões, por outro por esta temática ser um objeto de estudo em crescimento e por último por este ser um produto que se afirma em três áreas de relevante importância na sociedade de consumo – a educação, a cultura e o turismo.

“O velocíssimo acréscimo de possibilidades que se abrem em matéria de práticas turísticas associadas a motivos educacionais, tudo isto carrega consequências maiores para as agendas da investigação em turismo” (Malta & Carneiro, 2005, p. 126)

Uma das razões apontadas para a expansão do programa é de esta prática poder passar a ser um elemento essencial na estrutura curricular do ensino superior, “uma prática alternativa para a prática do ensino” (Bonfim, 2010, p. 126) e Cruz corroborado o mesmo referindo que este género de prática educativa não é uma opção mas sim “uma necessidade” (2008).

Uma das consequências de participar num programa de mobilidade é a aquisição de um espírito aberto a novas culturas, como lembrado por Wood, “cross-cultural experiences are important characteristics of international travel programs” (1996). As competências adquiridas neste género de experiência permitem ao sujeito ter um comportamento de autoformação, reforçando as suas competências sociais, pessoais e complementa a sua formação académica. Esta associação é uma complementaridade exigida pela necessidade de uma polivalência social, académica e cultural para o seu futuro profissional.

“Some individuals developed a conscious strategy focused on building up their human and social capital through mobility in order to increase their scientific productivity and long-term employability security” (Ackers and Gill 2008, p 231).

A ligação do programa Erasmus ao sector do turismo está sobretudo centrada na área extracurricular do programa e na experiência cultural que advém neste género de práticas de mobilidade. Verifica-se que nos materiais de promoção/divulgação que promovem a instituição existe sempre um conteúdo com informação académica, mas esta é complementada com informação diversa sobre o contexto social e cultural da cidade e do país de acolhimento. Um dos fatores apontados como motivo determinante para a decisão de realizar um programa Erasmus, nesta instituição ou noutra, é a informação adicional, os tais atributos referidos anteriormente.

“... o futuro do ensino superior europeu depende da sua habilidade para gerir eficazmente a sua valiosa diversidade. Devemos contemplar, em particular, o objectivo do aumento da competitividade internacional do sistema europeu de ensino superior. A vitalidade e a eficiência de qualquer civilização podem ser medidas pela atracção que a sua cultura exerce sobre outros países. Precisamos de assegurar que o sistema europeu de ensino superior adquira à escala mundial um grau de atracção igual às nossas

invulgares tradições culturais e científicas” (Dimensão Europeia do Ensino Superior – DGES- 2012). [sic]

Segundo Brandão e Aldrigue “As universidades deveriam levar mais esse conceito aos futuros turismólogos e criar essa visão de que o turismo pode ser trabalhado como educação”. (2005)

Estas relações que a educação, a cultura e o social mantêm, neste tipo de práticas de mobilidade, refletem que a envolvência de cada elemento é fundamental para o processo da construção do individuo tornando esta temática num desafio devido às suas diversas configurações.

“Constata-se, então, que educação e cultura não são sinônimos, mas, dois fenômenos com estreita interdependência, coexistindo e interagindo na sociedade, podendo-se, até, afirmar que guardam entre si uma relação de mútua responsabilidade”. (Maia, 2002, p. 51)

Noutra visão Aguiar e Morelli testemunham que a:

“A relação do turismo com a educação está muito além das semelhanças em seus significados. O ponto principal de aproximação é as relações sociais existentes nas duas actividades. Em ambas as experiências são muito significativas para os participantes, e podem conduzi-los a entendimentos diversos sobre as relações humanas e as formas de compreender e organizar o mundo.” (2006)[sic].

Num estudo realizado, em 2005, a alunos que realizaram um programa Erasmus, foi constatado que ambos os elementos – educacional e culturais estão interligados, e estando permanentemente a ser citados em simultâneo.

“As far as learning processes are concerned, students considered study abroad programmes an opportunity to acquire cultural skills and knowledge (92% of respondents believed they have learned more about the culture of the

host country) and to enrich one's academic life. It was a time for self-development, and becoming more independent. Students not only learned new skills but also developed social networks. Furthermore, it gave them an opportunity to explore new places and new possibilities and to decide about future career tracks." (Krzaklewska, Krupnik, p4).

Em 1995, Paula Abreu (1995) , num período em que os programas de mobilidades ainda não tinham a dimensão da atualidade, realizou uma pesquisa sobre o turismo internacional de jovens, programa esse com características semelhantes ao objeto de estudo. Nesse estudo uma das conclusões retiradas é que um dos motivos com mais expressão é a dimensão cultural.

Na sua pesquisa Teichler conclui que os programas de mobilidade são para os jovens uma ocasião de obter aptidões e saberes culturais: "perceived as offering the opportunity to widen the horizon through experiencing contrasting academic environments and to enhance one's intercultural understanding" (2007, p1)

Nos relatórios finais dos estudantes Erasmus 2009/2010 uma das dimensões que mais percentagem obteve foi o indicador pessoal e social com 96%, sendo 78% o valor atribuído à dimensão académica.

Apresentamos uma tabela que realça as características do programa Erasmus e do turismo de educação.

Programa de mobilidade estudantil ERASMUS	Turismo de Educação
<ul style="list-style-type: none"> • Individual • Plano de viagem individual • Componente curricular • Reconhecido a nível académico e institucional – aquisição de créditos • Aquisição de conhecimento • Explorar os resultados, os produtos e os processos inovadores. • Aumentar a participação na aprendizagem ao longo da vida • Reforçar a realização pessoal, a coesão social, a cidadania ativa e a cidadania europeia • Promover a aprendizagem e a diversidade linguística • Contribuir para o desenvolvimento de uma aprendizagem de qualidade ao longo da vida e das possibilidades por ela conferidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Coletivo • Plano de viagem organizado • Não tem componente curricular • Não a nível académico • Aquisição de conhecimento • Explorar a diversidade de aptidões, conhecimento e atitudes. • Tornar o cidadão mais ativo e consciente <ul style="list-style-type: none"> • Para treinar e desenvolver o conhecimento, a aptidão, a mente e o carácter • Desenvolver atividades que contribuam para a investigação, inovação e construção do saber • Experiência de aprendizagem diretamente relacionada com o local • Desenvolvimento de atividades na área da educação permitindo a sua sustentabilidade

Tabela 2 - Resumo das características semelhantes e diferenças entre programa de mobilidade estudantil Erasmus e o Turismo de Educação

1.1 - O programa Erasmus, um difusor de cultura

Os programas *Study Abroad* têm uma longa e bem-sucedida história, como é referido por Altbach: “The story of international student flows is one of significant expansion in worldwide numbers, increased competition among the major host countries” (2004, p. 11) .

Em 1919 foi criado *The Institute International of Education* (USA), que ergue os primeiros pilares dos programas educativos além-fronteiras do século XX.

Estando num período de guerra, estes programas de intercâmbio, tiveram um papel importante para uma melhor compreensão e aceitação da cultura do outro e conseqüentemente, uma contribuição para a implementação da paz (Neal 1989).

Ao longo dos 40 anos seguintes a evolução do programa, permitiu alargar o seu horizonte focando-o mais para a sua essência, não retirando o seu papel social e cultural mas reforçando a sua ligação direta ao currículo escolar (Abrams 1962). Passados 20 anos, em 1986, o *Open Doors do Fulbright International Education Exchange Program* (USA) definiria os propósitos do seguinte modo:

“The Fulbright Scholar program allows for both the educational exchange but also, in most cases, the opportunity to see much of the foreign country and meet the people and share common values while at the same time more fully understanding the social, economic, political uniqueness of nearly one hundred and forty countries where the program has been implemented” (Neal, 1989).

Verifica-se agora, duas décadas depois, que a importância dada à experiência da educação além-fronteiras encontra-se em níveis de interesse muito elevados mas também divergentes, por um lado o fator educação e por outro a experiência cultural. Num artigo sobre o tema em epígrafe, Stephen Litvin, apresenta a seguinte afirmação:

“It seems that the very act of going away can open eyes, make one ponder, and if not understand others, at least appreciate that differences exist...and the opportunity for the intercultural experiences it provides, can be an important component of this broadening educational scope” (2003).

A componente intercultural está fortemente conectada a este tipo de experiências. Este facto é verificado em estudos efetuados ao longo de várias décadas, cujo objeto de estudo foi a análise da mobilidade estudantil num âmbito escolar, procurando responder à pergunta: quais as circunstâncias que motivam a sua decisão? Uma das conclusões retirada indica que este género de programas tem uma forte componente cultural, a vertente de enriquecimento intercultural está omnipresente em quase todas as respostas (Abrams 1962, Marion 1974, Neal 1989, Wood 1996, Xiao 1999, Roberson 2002, Klooster et al. 2008). O que relembra, a ideia primária que tal prática tem um conjunto de atividades confinantes que não se cingem unicamente ao ramo de educação.

Nesta tese pretendemos verificar esse mesmo facto, ou seja será que este tipo de práticas pende primeiro para a vertente cultural e em segundo para a vertente académica ou o contrário? A aquisição de conhecimento cultural global poderá ter um papel fundamental para o futuro do jovem indivíduo, sendo esta prática apontada como uma demanda de excelência e uma experiência essencial para se tornar um “Global Citizen” (Toncar & Cudmore, 2000) .

“A mobilidade dos estudantes e do restante pessoal promove a capacidade para lidar com um novo ambiente cultural e de ensino e também a capacidade de compreender outras culturas. É um requisito à luz da globalização, mas promove também a coerência a nível europeu e enriquece a perspectiva científica”. (Konrad Osterwald 2001).

1.2 - Programa Erasmus

Os Programas Comunitários de ação Europeus na área da educação existem desde 1987. O programa em foco nesta tese denomina-se ERASMUS, nome alusivo ao humanista e teólogo de Roterdão que viveu entre 1465-1536. A associação do seu nome deveu-se a este ter sido um forte prenunciador da mobilidade. As suas várias viagens de trabalho e investigação conduziram-no aos maiores centros dessa época, tais como Paris, Lovaina e Cambridge.



Figura 11 - Logotipo do programa de mobilidade ERASMUS

A sigla do programa ERASMUS é denominada de “ European Region Action Scheme for the Mobility of University Students (Esquema de Ação da Comunidade Europeia para a Mobilidade dos Estudantes Universitários)

O estudo além fronteira é secular, mas ouve-se falar de educação internacional, pela primeira vez como assunto curricular, num discurso proferido por Charles Dickens em 1864, quando se refere a uma escola situada perto de Paris.

A experiência pedagógica além fronteira tem assumido um papel de relevo na sociedade através dos tempos, tendo sido o *Grand Tour* o seu impulsionador. Um grande passo neste sentido surge nos Estados Unidos da

América em 1910 com a formação do *Institute of International Education (IIE)*, com o objetivo de base “promote peace and understanding through cultural and educational exchanges”.

Em 1920 nasce do programa anterior o *Junior Year Abroads Programs* que inicia o seu projeto em França.

Em 1950 é a explosão, mais de 40 programas internacionais diferentes são alargados por toda a Europa com incidência em França e Itália. Como exemplo temos: *Citizen Ambassador Program; The Highschool Student Ambassador; The Sister City Program; The Agricultural Youth Exchange and National Student Chorale*.

Pacific Rim Studies in Leisure and Tourism Program da Universidade de Oregon (USA) foi a primeira instituição de ensino superior que especializou o seu plano curricular para estudantes de todo o mundo.

Lake Erie College em 1952, a primeira instituição a eleger o estudo além-fronteiras com parte curricular integrante em solo estrangeiro.

Em 1957-58 – *Goddard College* em Vermont cria o “Program in Comparative Cultures”, que consistia no estudante ficar durante dois meses em casa de famílias no Quebec. A estrutura era baseada em participar numa troca cultural na vivência do dia-a-dia ou podiam trabalhar ou “to consult with students on individual projects of exploring the Culture”.

Os programas de educação internacional não proporcionam unicamente programas de mobilidade. Os interessados em adquirir conhecimento têm ao seu dispor variadíssimas formas de educação além fronteira tais como: programas pesquisas e investigações, intercâmbios, viagens, ecológicos, culturais, aventura e lazer.

1.3 - Apresentação do programa Erasmus e suas subcategorias

O Programa ERASMUS inclui os seguintes tipos de ações descentralizadas,

- Mobilidade de Estudantes

Realização de um período de Estudos (SMS);

Realização de um período de Estágio Profissional (SMP);

- Mobilidade de Pessoal - Missões de Ensino (STA)

Pessoal Docente da Instituição de Ensino Superior (IES) Nacional - Lecionar numa IES estrangeira;

Pessoal de uma Empresa estrangeira, a convite da Instituição de Ensino Superior (IES) Nacional - Lecionar na IES Nacional;

- Mobilidade de Pessoal - Formação Profissional (STT)

Pessoal Docente e não-Docente da Instituição de Ensino Superior (IES) Nacional, para formação numa IES estrangeira;

Pessoal Docente e não-Docente da Instituição de Ensino Superior (IES) Nacional, para formação numa Empresa estrangeira;

- Cursos Intensivos de Línguas ERASMUS (EILC) - Frequência

Cursos especializados das línguas menos utilizadas e menos ensinadas na União Europeia, organizados nos países em que tais línguas são oficialmente faladas;

Os EILC dão aos estudantes ERASMUS que visitem esses países, para a realização de períodos de estudos ou de estágios, a oportunidade de estudar a língua em questão por períodos compreendidos entre duas e seis semanas, com o objetivo de se prepararem para o seu período de mobilidade ERASMUS;

- Cursos Intensivos de Línguas ERASMUS (EILC) - Organização

São elegíveis para se candidatarem à organização de EILC, todas as IES detentoras de uma Carta Universitária ERASMUS (EUC), bem como outras organizações especializadas no ensino das línguas;

- Programas Intensivos ERASMUS (IP) - Programa de estudos de curta duração, que juntam estudantes e pessoal de IES de diferentes países participantes, com os seguintes objetivos:

Encorajar o ensino eficiente e multinacional de tópicos especiais, que de outra forma não teriam a possibilidade de ser lecionados;

Permitir que estudantes e docentes trabalhem em grupos multinacionais e beneficiem assim de condições de aprendizagem e ensino especiais;

Permitir que os docentes troquem experiências no âmbito de conteúdos programáticos e novas abordagens curriculares, e testem métodos de ensino num ambiente internacional.

1.4 - Objetivos gerais do programa

O programa de mobilidade que estava em vigor durante o estudo era o ERASMUS MUNDUS, um subprograma do Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida, que teve início em 2009 e terminou no final do ano de 2013. Durante este período, o programa pretende:

- Contribuir para o desenvolvimento de uma aprendizagem de qualidade ao longo da vida e das possibilidades por ela conferidas;
- Reforçar a realização pessoal, a coesão social, a cidadania ativa e a cidadania europeia;
- Promover a criatividade, a competitividade e a empregabilidade;
- Aumentar a participação na aprendizagem ao longo da vida
- Promover a aprendizagem e a diversidade linguística;
- Explorar os resultados, os produtos e os processos inovadores.

1.5 - Objetivos operacionais do programa

- Atingir os três milhões de estudantes em mobilidade transnacional na UE, até 2012;
- Melhorar e aumentar as ações de cooperação multilateral;
- Reforçar o grau de transparência e compatibilidade entre as qualificações;
- Melhorar as ações de cooperação entre o ensino superior e as empresas;
- Desenvolver práticas inovadoras no ensino e na formação de nível superior;
- Apoiar o desenvolvimento de conteúdos, serviços, pedagogias e práticas inovadoras, baseados nas TIC, no domínio da aprendizagem ao longo da vida.

1.6 - A quem se dirige o programa

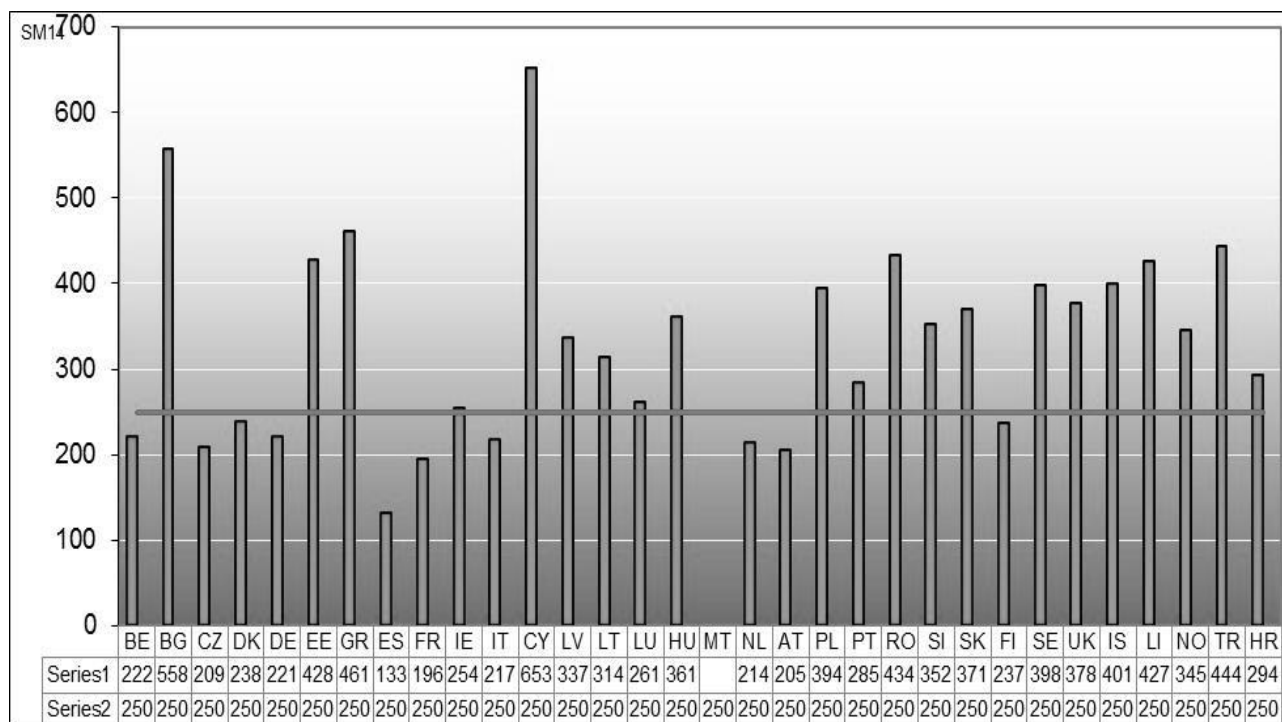
Podem participar no programa Erasmus todos os estudantes de qualquer instituição de ensino superior, titular da Carta Universitária Erasmus, que esteja situada num dos 33 países participantes (27 Estados-Membros da UE, Islândia, Liechtenstein, Noruega, Turquia, Croácia e Suíça).

O programa específico desta investigação – Mobilidade de Estudantes SMS – destina-se a estudantes do ensino superior (licenciatura, mestrado e doutoramento), inscritos, pelo menos, no segundo ano do ensino superior. A duração do programa pode variar entre 3 e 12 meses.

O estudante e a instituição deverão planificar o plano de estudo antes do início do programa. Este deverá ser aprovado e assinado pela instituição de origem, pela instituição de acolhimento no estrangeiro e pelo estudante, permitindo assim o reconhecimento académico.

Os alunos participantes podem concorrer a uma bolsa que os auxiliará durante a estadia, o montante da bolsa varia consoante cada agência e

instituto de ensino superior. Isto porque “A Comissão estabelece um limite máximo para a bolsa mensal atribuída pelos países, mas o montante exato em cada caso é fixado pelas agências nacionais e pelas instituições de ensino superior que gerem o programa”. No gráfico seguinte apresentamos os valores médios que são atribuídos nos vários países, no caso de Portugal a média é de 285 euros mensais.



↑ Portugal

Gráfico 9 - Valores médios mensais das bolsas a nível europeu (origem da mobilidade Comissão Europeia 2010/2011)

2 - ERASMUS a nível nacional

2.1- A balança nacional

Ao longo dos anos de 2000 a 2011, Portugal recebeu um total de 52135 alunos estrangeiros e enviou para fora 44875 alunos portugueses. Na balança nacional a tendência é receber mais que enviar.

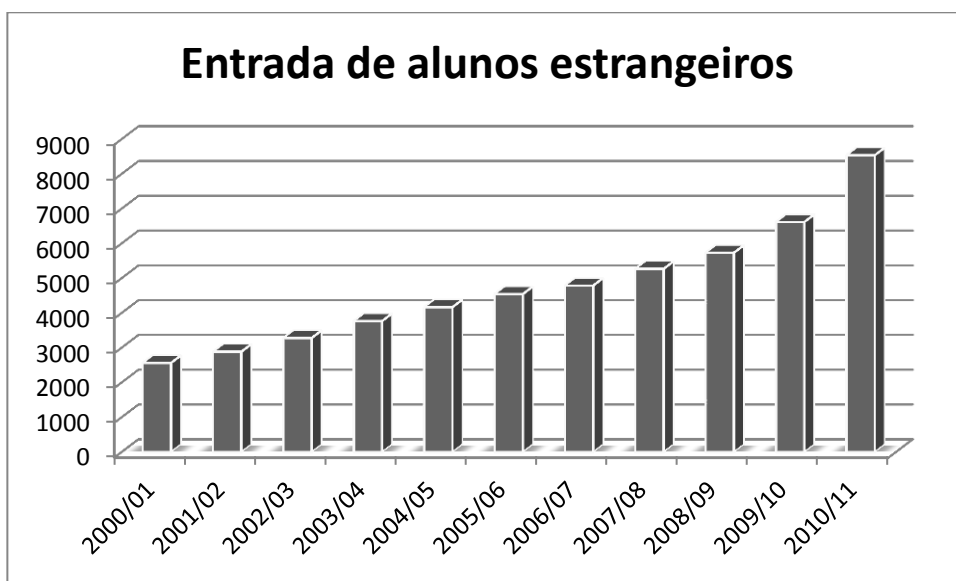


Gráfico 10 - Estudantes de Erasmus Entrada de estrangeiros dos países EUR31 (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc/stat/1011/annex2_en.pdf).

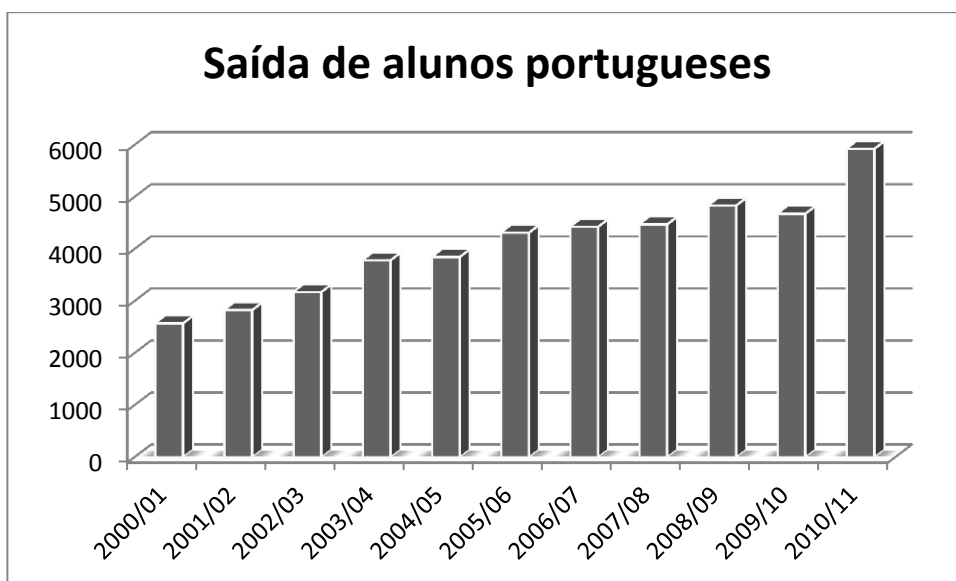


Gráfico 11 - Estudantes de Erasmus Saída de alunos portugueses para os países EUR31 (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc/stat/1011/annex2_en.pdf)

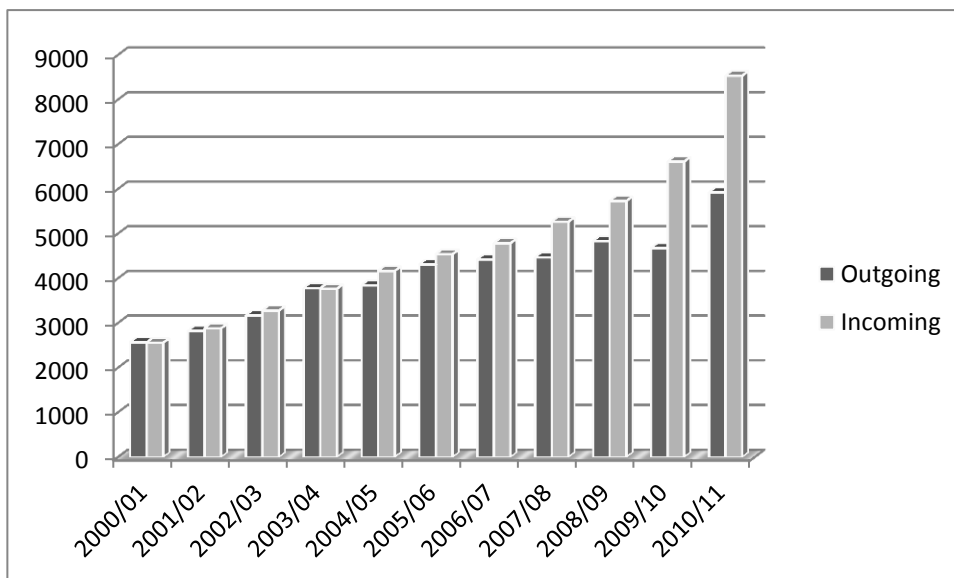


Gráfico 12 - Erasmus Portugal dos países EUR31: Entrada de estrangeiros (*Incoming*) – Saída de alunos portugueses (*Outgoing*) (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc920_en.htm)

Nos últimos 10 anos verificamos que a participação em ERASMUS quintuplicou, tanto para as entradas de estrangeiros como para a saída de alunos portugueses. De 2000 a 2007 a taxa de participação duplicou em ambas as vertentes. De 2008 a 2011, em 4 anos o número duplicou, podemos considerar um período de expansão de alunos ERASMUS a nível nacional.

Quanto às instituições verifica-se que ao longo de 6 anos a Universidade de Coimbra e do Porto lideram a escolha dos participantes.

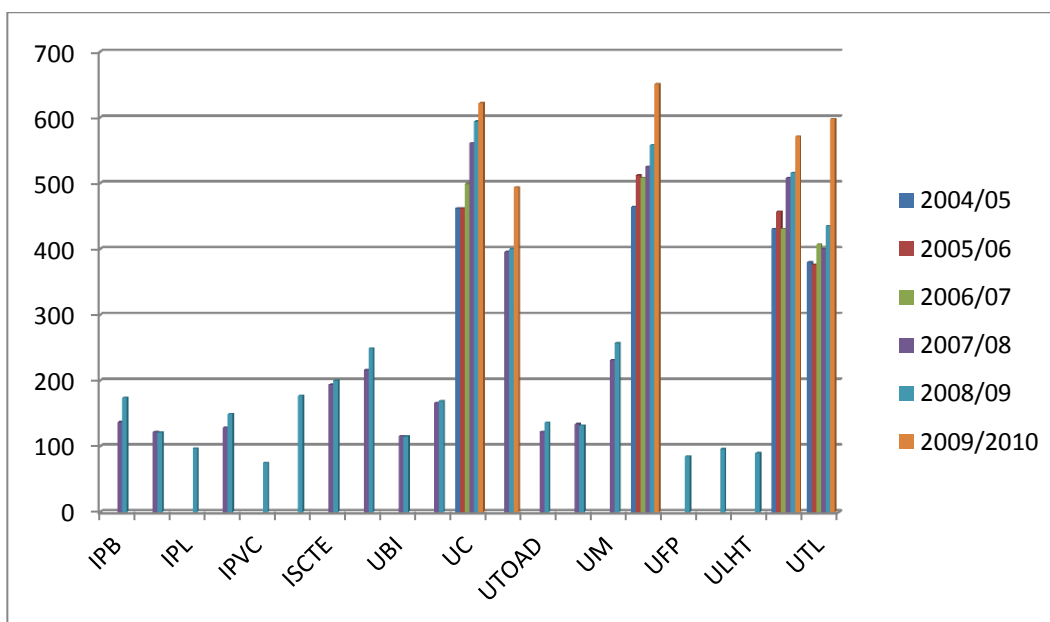


Gráfico 13 - Erasmus nas Instituições portuguesas provenientes dos países EUR31 (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc920_en.htm)

Ao analisar por regiões, constatamos que Lisboa demarca-se na escolha dos alunos estrangeiros, seguido pelo Porto e, em terceiro, Coimbra.

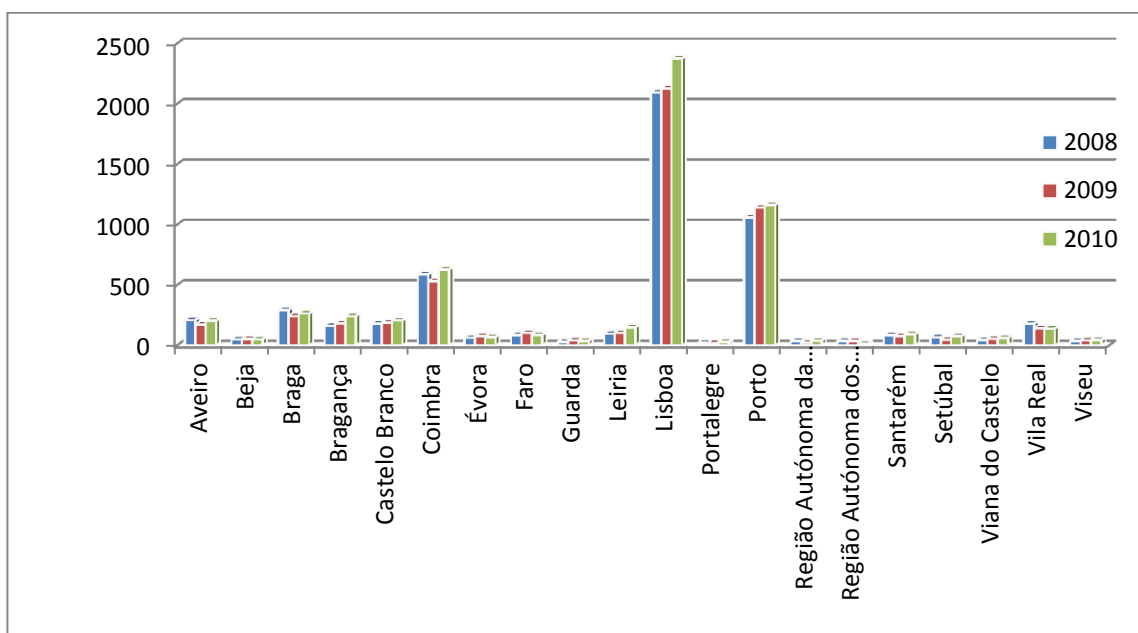


Gráfico 14 – Estudantes estrangeiros em mobilidade nas Instituições Portugal, dos países EUR31: (origem da mobilidade: http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc920_en.htm)

No que diz respeito ao nível de estudo existe uma predominância no ciclo de estudo de licenciatura - 1º Ciclo.

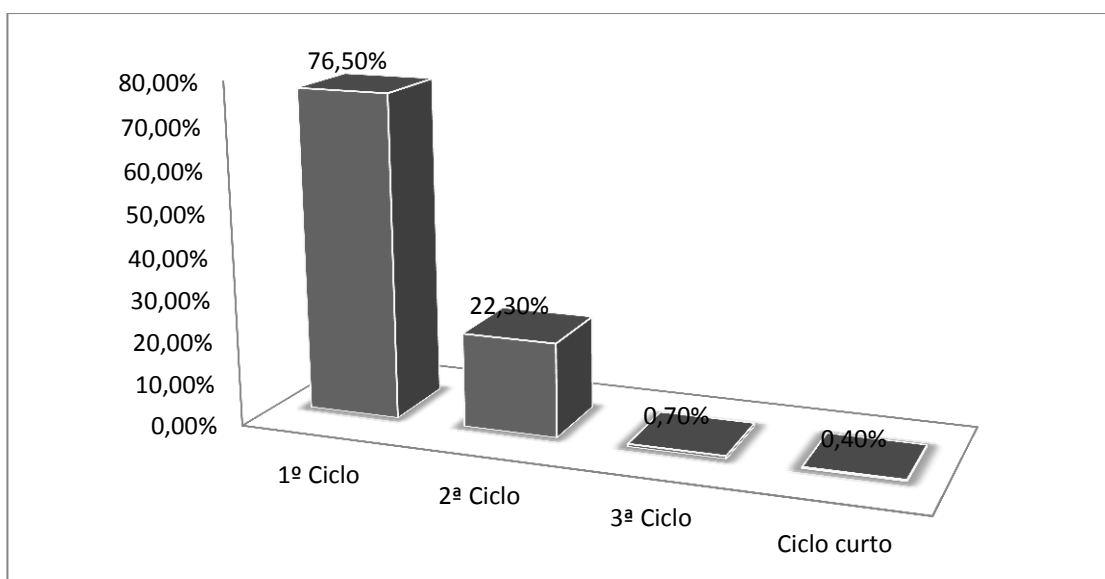


Gráfico 15 - Ciclo de estudos 2008/2010 - (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011)

Quanto ao género, o feminino é aquele que mais tem participado em programas de mobilidade. Uma tendência que se mantém no ano letivo 2010/2011.

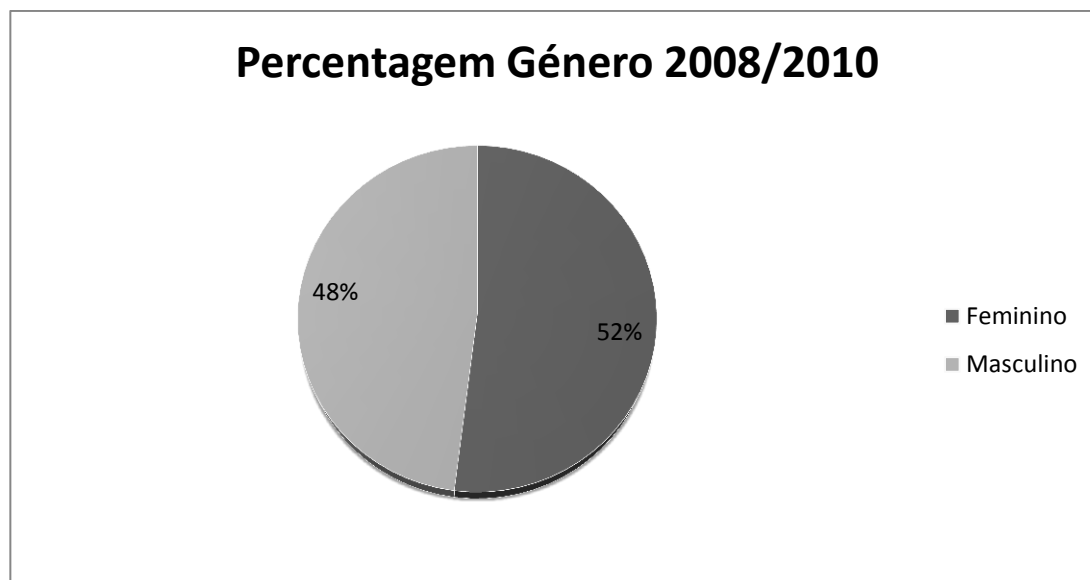


Gráfico 16 - Participação de alunos em mobilidade segundo o género 2008/2010 - (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011)

Portugal recebeu no ano letivo 2010/2011 em maior número alunos oriundos de Espanha – 2463, depois segue-se a Polónia com 1057 entradas de estrangeiros e em terceiro lugar a Itália com 1011 alunos. Na balança das partidas os alunos portugueses preferiram em primeiro lugar a Espanha com 1 425 saídas de alunos portugueses; em segundo a Itália com 904 alunos e em terceiro a Polónia com 665 participantes. É de destacar que em ambos os casos, entrada de estrangeiros e saída de alunos portugueses, os países são os mesmos, uma coincidência interessante. A partir do 4º lugar já se encontram diferenças notórias, por exemplo nas entradas de estrangeiros a Turquia encontra-se em 6º lugar mas na saída de alunos portugueses está na 18ª posição, um grande desfasamento. Sendo que Portugal recebeu 356 e enviou 62.

Portugal distingue-se na vertente de país que mais enviou alunos relativamente a percentagem do número total de estudantes. O país que mais entrada de estrangeiros tem é a Espanha com 36 183, o segundo lugar é da França seguida da Alemanha, Itália e Polónia. Esta informação permite verificar

que os países mencionados anteriormente não são os que mais procuram Portugal, com exceção de Espanha. Quanto aos países mais procurados pelos alunos estrangeiros encontramos a Espanha com 3743 alunos, depois segue-se a França, Alemanha, Reino Unido e Itália.

Quadro resumo - Erasmus – SMS- factos e números Gerais 2010/2011

Número de Estudantes Erasmus	190498
Valor mensal da bolsa da EU (em euros)	232
Duração média (em meses)	6,4
Países mais móveis (em números absolutos)	ES, FR, DE; IT; PL
Países mais móveis (em percentagem do número total de estudantes)	LU, LI, ES, IS; PT
Destinos mais populares	ES, FR, DE, UK, IT
Nível de estudos	1º Ciclo - 69,7%
	2º Ciclo - 28,8%
	3º Ciclo - 0,9%
	Ciclos de curta duração - 0,6%
Idade média dos estudantes (em anos)	22,4
Número de total de instituições de ensino superior que enviaram estudantes para o estrangeiro	2229
Equilíbrio entre género feminino e masculino (percentagem do género feminino)	60,9%

Quadro 1 - Erasmus – SMS- factos e números Gerais 2010/2011 (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011)

Para atingir o objetivo dos 3 milhões deverá existir um aumento de 3,89% nos dois próximos anos.

ERASMUS EM PORTUGAL 2010-2011			
ENTRADA DE ESTRANGEIROS		SAÍDA DE ALUNOS PORTUGUESES	
País de origem	Número	País de Acolhimento	Número
Chipre	1	Suíça	0
Islândia	2	Luxemburgo	2
Croácia	18	Chipre	4
Irlanda	19	Malta	4
Luxemburgo	21	Bulgária	19
Dinamarca	48	Estónia	31
Noruega	48	Letónia	32
Suécia	58	Islândia	37
Estónia	65	Noruega	47
Bulgária	74	Grécia	55
Letónia	82	Eslováquia	61
Eslováquia	99	Turquia	62
Reino Unido	116	Áustria	85
Finlândia	128	Lituânia	95
Hungria	134	Dinamarca	102
Áustria	138	Suécia	118
Grécia	142	Eslovénia	136
Eslovénia	172	Hungria	138
Países Baixos	189	Finlândia	140
Roménia	250	Roménia	152
Bélgica	274	Reino Unido	239
Lituânia	291	Países Baixos	244
República Checa	352	Bélgica	245
Turquia	356	Alemanha	256
França	383	França	323
Alemanha	545	República Checa	343
Itália	1011	Polónia	665
Polónia	1057	Itália	904
Espanha	2463	Espanha	1425
TOTAL	8536		5964

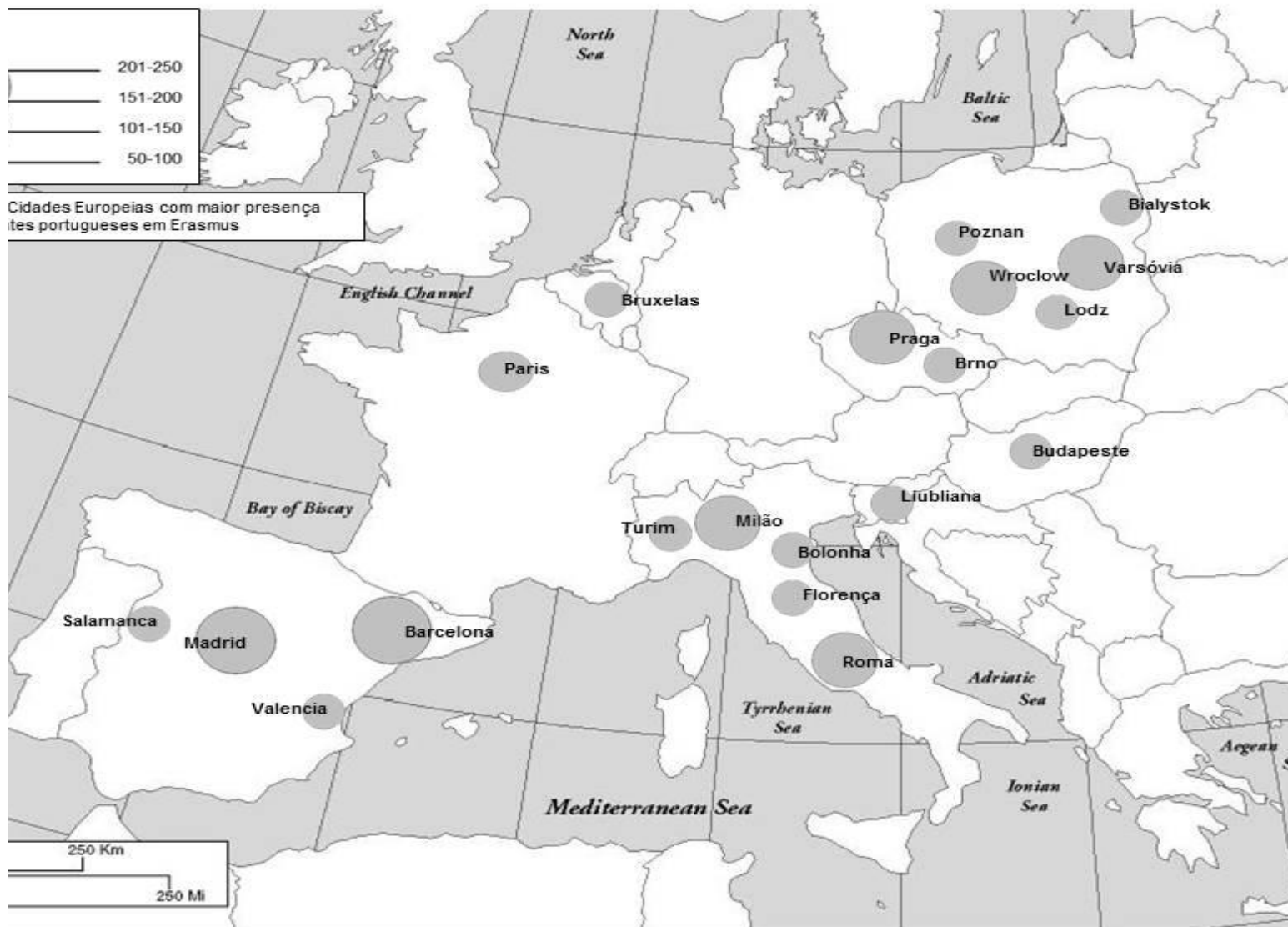
Quadro 2 - Informação sobre os números de estudantes Erasmus – entradas e saídas no ano letivo 2010/2011 Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv –2010/2011

2.2 – Quem é a Geração Erasmus Portuguesa 2010/2011

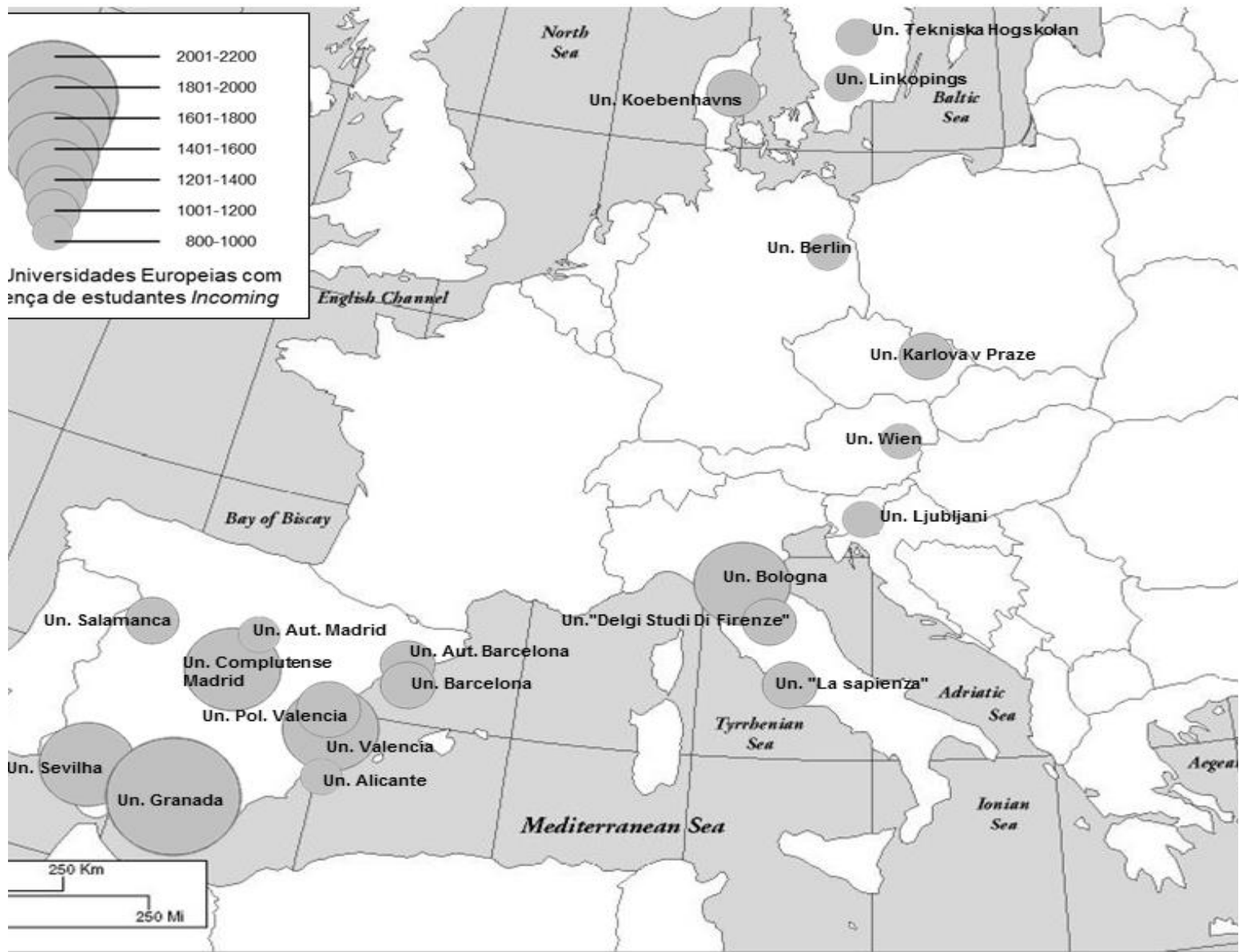
O programa Erasmus e outros do mesmo género influenciaram sobretudo a geração Y. Esta designação pertence ao grupo de jovens nascidos na década de 80 e “é uma geração que adora feedback, é multitarefa, sonha em conciliar lazer e trabalho e é muito ligada em tecnologia e novas mídias” (Kullock, 2010) . Existem outros autores que delimitam a data de surgimento desta geração nos anos 70 e o seu término no início do século XXI, não prevalece um conceito absoluto do tempo do seu surgimento, o que todos estão de acordo é que a geração Y foi manipulada pelo avanço das novas tecnologias.

“O conceito de Geração Y surgiu nos Estados Unidos da América para delimitar as novas características e hábitos dos jovens que nasceram no final da década de 1970 ou início dos anos de 1980 até ao ano 2000. As gerações anteriores, denominadas “baby boom” e “geração X”, são os pais (ou até mesmo avós) dos jovens da Geração Y. A Geração Y é também conhecida como Geração On-line, Geração Internet, Geração Net, Geração Conectada, Nativos Digitais, Millennials, dentre outros. Tapscott (1999) define a Geração Y como sendo a parcela de indivíduos que nasceu entre os anos de 1977 e 1997. Cerbasi e Barbosa (2009) os definem como os nascidos entre 1979 e 2000. Tulgan (2009) concorda quanto o ano 2000 para seu término, porém, atribui o início desta geração ao ano de 1978. Howe e Strauss (1991) estabelecem os anos de 1980 a 2001 para delimitar a Geração Y.” (Carvalho J. H., 2010, p. 10)

Depois de aflorar um pouco o que é geração Y, vamos apresentar dois mapas onde poderemos identificar as vinte cidades mais escolhidos pelos jovens portugueses para realizarem um programa Erasmus (SMS) e outro com as 20 universidades mais procuradas pelos alunos *outgoing*.



Das 20 cidades mais escolhidas pelos alunos portugueses em ERASMUS. Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011



- Mapa dos 20 países mais escolhidos pelos alunos em ERASMUS. Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011

Verificamos que o destino mais escolhido pelos alunos que saem de Portugal são Barcelona e Madrid em Espanha, depois Milão em Itália e em terceiro Paris em França. Relativamente aos *outgoing* em geral Espanha é o país com a maior taxa de procura, as universidades mais povoadas por alunos Erasmus são: Granada, Sevilha; Madrid e Valencia. Esta tendência por escolas situadas em Espanha reflete-se em ambos os grupos apresentados nos mapas.

A principal área de curso da geração Erasmus portuguesa (SMS) é em primeiro lugar Gestão e Administração, seguindo-se Ciências Sociais e em terceiro Saúde. Em último lugar a área de agricultura. Vejamos mais ao pormenor no esquema que se segue:

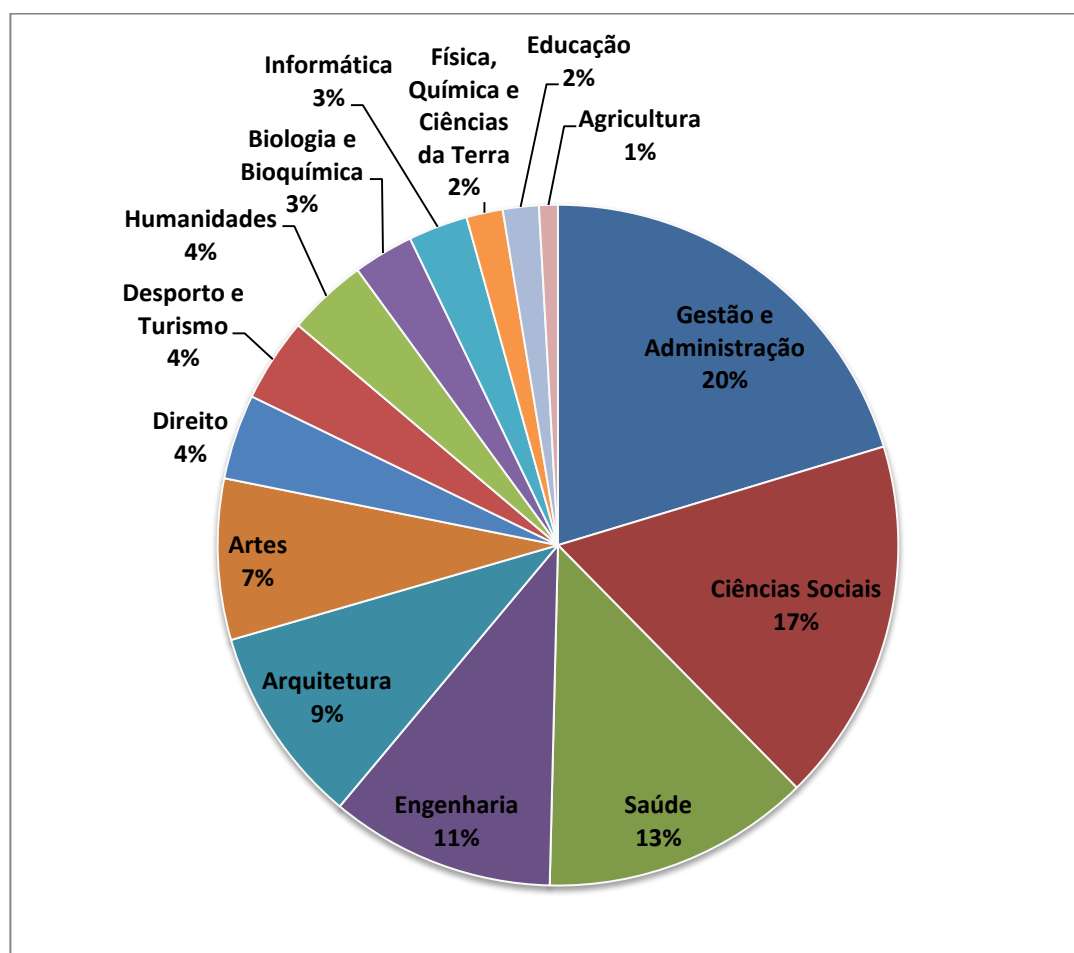


Gráfico 17 - Percentagem por áreas dos alunos portugueses participantes no programa Erasmus (Origem da mobilidade: Agência Nacional Proalv – Dados 2010/2011)

Com a apresentação deste dados, fornecidos pela Proalv, retiramos a seguinte conclusão sobre o perfil do aluno Erasmus português. É um jovem maioritariamente feminino, com uma idade média de 22 anos, a área académica é

sobretudo em Gestão e Administração, o país que preferem é a Espanha e o período de realização é de cerca de 6 meses. Os alunos são principalmente provenientes das seguintes instituições: Universidade do Porto (743); Universidade Técnica de Lisboa (487) e em terceiro a Universidade Nova de Lisboa (448).

Segue uma tabela com características pertinentes entre o aluno Erasmus nacional e o perfil dos alunos Erasmus a nível europeu.

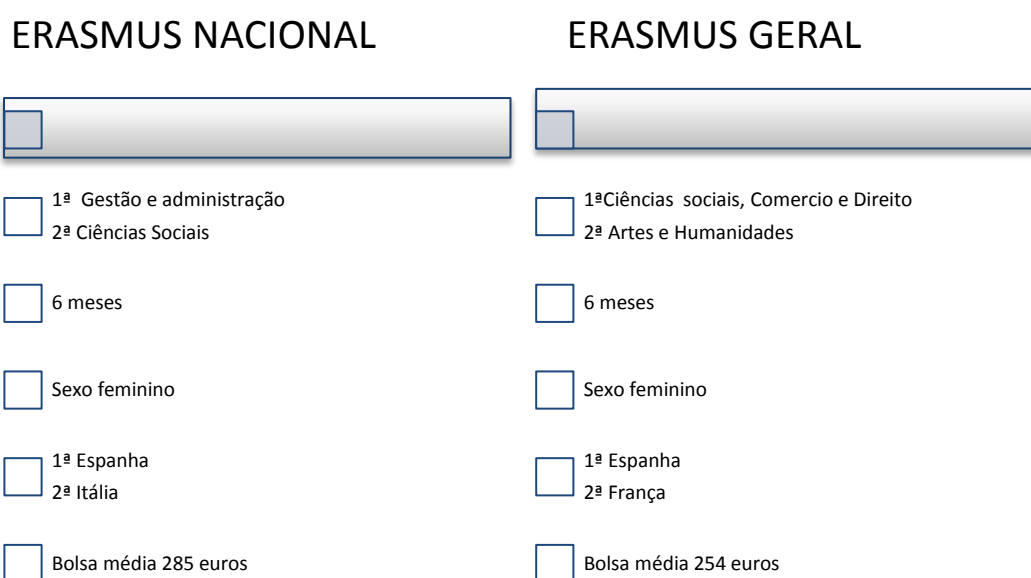


Tabela 3 - Tabela comparativa dos perfis de alunos em mobilidade (nacional/estrangeiros)

A tabela possibilita distinguir os elos de ligação e de separação entre ambos os perfis de estudantes em mobilidade. O estudante nacional distingue-se do estudante geral no que toca à área académica e a nível da segunda escolha de país de destino. Nas restantes características verificamos que são idênticas.

Capitulo III – Metodologia

1- Contexto e justificação do estudo

Os estudos ligados à área do turismo da educação são um forte instrumento do futuro na análise dos novos comportamentos do turista atual, isto porque a tendência do turismo contemporâneo está estritamente ligada à ramificação de múltiplas atividades em simultâneo.

O programa Erasmus é um fenómeno em franca expansão, todos os anos assistimos a um aumento de cerca de 8,5%, de participantes e com o anúncio da implementação do novo programa “Erasmus para todos” que terá início em 2014, tendo como um dos objetivos atingir 5 milhões de pessoas, este tema torna-se um segmento aliciante para a investigação.



Gráfico 18 - Diagnóstico da evolução de números de participantes no programa Erasmus (Origem da mobilidade comissão Europeia) e estimativa do progresso para alcançar a meta de três milhões.

Conhecer melhor o comportamento do participante deste género de programa permitirá identificar a existência de relação entre o programa de mobilidade Erasmus e o turismo de educação ou cultural.

É importante entender o fenômeno como uma prática educativa e cultural versus turística, no sentido de perceber melhor se existe um elo de ligação que o permite definir como uma forma de turismo de educação ou cultural. Separar a educação, a cultura e o turismo neste tipo de programa é quase como tentar separar a viagem da mobilidade, uma é consequência da outra, e aqui centra-se a hipótese de fundo da investigação - Identificar quais as características do programa de mobilidade ERASMUS que o permitem definir como uma forma de turismo de educação ou cultural e quais os motivos pertinentes na hora da decisão de realizar uma mobilidade académica.

O tema poderia ser analisado por três segmentos diferentes, por um lado na área da educação, por outro na área da cultura e por outro na área do turismo. E neste pressuposto subjaz a nossa questão de partida, se este género de programa se aproxima mais da área da educação, do turismo de educação ou da área da cultura. No entanto poderá vir a verificar-se que independentemente da área, todas elas poderão coabitar de uma forma mais visível ou menos visível, serem um aditivo de ambas. O importante será entender o que liga as áreas, ou não, e assim questionar para obter respostas objetivas, tornando assim este fenómeno mais claro e passível de uma melhor interpretação empírica.

Para as escolas europeias da carta Erasmus, o programa ERASMUS é primeiro uma experiência de ensino além fronteira, e o fator de experiência cultural é subsequente, não diretamente identificado com o programa. O que é de facto interessante é que nos diversos materiais de divulgação ou mesmo em documentos oficiais, o fator cultural e social é sempre mencionado.

“Studies show that a period spent abroad not only enriches a student’s life in the academic field but also facilitates the acquisition of intercultural skills, language and self-reliance. A cross-border mobility period is a key asset on every CV that enhances the employability and job prospects of graduates”
(EU, 2010, p. 7)

O fator social e cultural é apontado como uma experiência adicional, multidimensional e são um instrumento de complemento ao ensino. Boaventura

Santos em 1987 referia no seu livro “ Um discurso sobre a ciência” que todo o conhecimento científico deve ser variado e abranger polos temáticos que permitem avançar para uma realidade científica autêntica, a “observação dos factos” (2008, p. 27) no seu todo porque” o conhecimento científico ensina a viver e traduz-se num saber prático” (Idem, Ibidem, p87).

Dentro do circuito académico existe também outra perspectiva que contempla a importância deste tipo de programa, defendendo que este permite uma ligação mais estreita com o resto do mundo e que para além do estudo, a sua importância reside no elo entre o estudo e a experiência de viver noutra contexto social, porque “entre os países europeus a mobilidade académica é estimulada como forma de integração cultural, social, política e económica “ (Lima, 2009)

Noutra vertente o sector de turismo defende que desde que exista deslocação do local habitual de habitação e que permaneça mais de 24 horas fora, é considerado turismo (OMT) ou recuando mais uns anos o conceito de turismo é apontada por Hunziker e Krapf (1942) como “ uma deslocação e permanência pouco prolongada de indivíduos fora da respectiva área de residência habitual (...) não motivada por nenhuma actividade directamente lucrativa” (in Henriques, 2003, p21). Este conceito é a base do turismo mas se lhe associarmos a seguinte ideia proferida por Litvin (2003) “tourism, however, comes in many forms...” e a do conceito de turismo de educação de Bodger: “Program in which participants travel to a location as a group with the primary purpose of engaging in learning experience directly related to the location”, verificamos que todas elas fazem sentido, a diferença de perspectiva é o método que distinguirá a utilização de determinado conceito.

2 - As questões da investigação

As questões surgem pela necessidade de encontrar o que ninguém vê para além do óbvio, como exemplifica Lalonde quando opina sobre o que é a investigação científica:

“... é, para mim, comparável à «arte» e só se é mestre numa arte quando se consegue aproximar do «mistério» que envolve a matéria-prima em que se trabalha. O aprendiz começa sempre pelas práticas mais «simples» que são também as mais fundamentais: olhar o mundo, olhar muito e deixar-se cativar pela realidade que o rodeia; desenvolver a curiosidade; tornar-se insatisfeito com as primeiras respostas e explicações que os outros lhe dão para o que fazem e querer saber mais; tem de saber pôr perguntas e ficar com muitas dúvidas.

Depois, fica com vontade de saber mais, lê o que outros já descobriram, ouve o que outros já sabem; mas não fica totalmente satisfeito; necessita de olhar e de sentir de novo o mundo que o rodeia, à procura daquela realidade-mistério que o intriga.

Aí, quando regressa, traz consigo uma pergunta concreta; uma dúvida por esclarecer; há técnicas, instrumentos que podem ajudar-nos a penetrar mais fundo na realidade; a descobrir nela o seu lado escondido” (Lalanda, 1999) .

Quais os verdadeiros fatores de motivação/decisão que orientam a escolha do destino no programa de mobilidade? É uma das questões fundamentais que fomenta a base da investigação. Pretende-se compreender o universo das dimensões móveis que levam o indivíduo a tomar a iniciativa de realizar uma experiência deste género. Antes de nos debruçarmos sobre os fatores de motivação, é necessário refletir um pouco sobre as razões que estão na origem da mobilidade “As decisões são sempre cruciais em menor ou maior grau, pelas consequências organizacionais que delas possam resultar” (Carvalho 2009, p. 118). Sobre as razões de tomada de decisão incide uma dimensão social, experiencial, grupal, individual e conseqüentemente o aspeto racional, irracional e emocional que determinam a posição do indivíduo. A interação entre, o meio, os

valores, as convicções, o seu “habitus” terá uma influência significativa na decisão e na análise final sobre quais os custos e benefícios que esta decisão acarreta.

Decifrar o código adjacente às razões reais de decisão e motivações permitirá interpretar a *teoria no processo de pesquisa empírica* (Almeida & Pinto 1986) e transformar os conceitos em indicadores.

“a produção de conhecimentos especificados sobre a realidade social não pode dispensar, entretanto, a transformação dos conceitos e relações entre conceitos que se situam nos níveis de teoria com maior grau de generalidade e abstracção em elementos categorizadores e proposições capazes de, mais directamente do que os anteriores, dar conta dos processos sociais nas suas configurações particulares.”
(Almeida, 1986, p. 70)[sic]

Outra questão primordial era esclarecer se de alguma maneira o programa Erasmus se integra no conceito de turismo de educação ou cultural. O programa de mobilidade ERASMUS não é considerado uma forma de turismo de educação ou cultural, mas na sua conceção geral encontram-se traços, pontos e ligações que interligam os dois fenómenos, a educação, a cultura e ao turismo, e que em certos momentos criam um vínculo. Como expõem Aguiar e Morelli (2006)

“As actividades que envolvem o turismo podem estar muito próximas desse modo de pensar considerando o processo educacional. A troca de experiências entre o morador local e o visitante pode evidenciar uma relação de ensino aprendizagem, tais contactos devem ainda pontuar limites e mediações possíveis no campo da educação e do turismo conforme abordagens dentro da temática.” [sic]

Nestas definições subjazem as duas perguntas de partida da pesquisa:

- O programa de mobilidade ERASMUS é uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural?

- Os motivos são fios condutores que ligam o Turismo de Educação ou cultural ao programa Erasmus?

“A relação do turismo com a educação está muito além das semelhanças em seus significados. O ponto principal de aproximação é as relações sociais existentes nas duas actividades. Em ambas as experiências são muito significativas para os participantes, e podem conduzi-los a entendimentos diversos sobre as relações humanas e as formas de compreender e organizar o mundo.” (Aguiar e Morelli 2006) [sic].

Outras questões surgiram, após a revisão da literatura, suscitando a seguinte questão: se a decisão/escolha incide primeiro no turismo, numa experiência cultural ou no programa curricular proposto, ou vice-versa - “tourism first or education first” - (Ritchie, 2003). Numa fase exploratória, durante a leitura de uma brochura editada pela *Agência Nacional PROALV – ERASMUS 11 Estórias – 2010* – em que vários estudantes relatam a sua experiência/vivência inseridos nesse programa, destaca-se a importância dada ao intercâmbio cultural, a mudança, ao crescimento e à valorização pessoal.³¹

Uma das consequências da mobilidade é a aquisição de um espírito aberto a novas culturas. Atrevemo-nos a dizer que o programa curricular é quase visto como uma desculpa para sair do país, servindo-se do programa para a prática de turismo de experiência.

A importância desta investigação deve-se, primeiro como já referido anteriormente ser um fenómeno em expansão e com novas linhas (Erasmus para Todos 2014) orientadoras para abranger mais estudantes, cerca de 5 milhões. Só este número por si justificaria a pesquisa e porque o aluno ao deslocar-se para

³¹ Lotte Dieleman, Universidade de Amsterdão realizou mobilidade para a Universidade de Granada, Espanha.

«The months I spent in Granada were a truly liberating experience that really helped me reflect on myself and the things I wanted in life. Everything seemed more intense. Pain went deeper, but beauty seemed more beautiful as well». (2010, p. 45)

Željka Sokolić, Universidade de Ljubljana realizou mobilidade para a Universidade Miguel Hernandez de Elche, Espanha.

«My six-month Erasmus experience fulfilled me both as a person, and as a future anthropologist. It expanded my horizons and made me feel totally integrated in a new environment. I am grateful for having been given this opportunity. » (PROALV, 2010, p. 55)

outro país para realizar um período de estudo, contactará com outras culturas e terá de algum modo em certos contextos, diretamente ou indiretamente, um comportamento de turista.

3 – Objetivos gerais e específicos

“Qualquer investigação tem por ponto de partida uma situação considerada como problemática, isto é, que causa um mal-estar, uma irritação, uma inquietação, e que, por consequência, exigem uma explicação ou pelo menos uma melhor compreensão do fenómeno observado” (Fortin, 1999, p. 48)

O objetivo desta investigação é responder à seguinte questão:

- O programa de mobilidade ERASMUS tem características que o permitem definir como uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural?

A questão tem como conceitos de base os seguintes:

- Turismo: “The activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes”. (WTO 1993 and UNSTAT 1994)
- Turismo de educação: “Tourist activity undertaken by those who are undertaking an overnight vacation and those who are undertaking an excursion for whom education and learning is a primary or secondary part of their trip. This can include general education

tourism and adult study tours, international and domestic university and school students' travel, including language schools, school excursions and exchange programmes. Educational tourism can be independently or formally organized and can be undertaken in a variety of natural or human-made settings.” (Ritchie, 2003)

- Turismo cultural: “é um meio de proporcionar o encontro de culturas que lhe são preexistentes e de estabelecer relações com valores adquiridos. Nesse sentido, o turismo cultural promove e “vende” o acesso a uma cultura preexistente, transformada em produto, isto é, o turismo combina factores diversos para, diante um preço, permitir a uma pessoa disfrutar de uma manifestação ou expressão cultural. Estas viagens são motivadas pela herança histórica, artística, científica ou estilo de vida oferecida por uma comunidade. (Cunha L. , 1997, p. 170)[sic].

Os objetivos específicos pretendem ajudar na confirmação ou rejeição das hipóteses, para auxiliar nesta tarefa foram identificados quatro pontos orientadores:

- Descrever os fatores de motivação que orientam a escolha do destino no programa ERASMUS
- Descrever os fatores de decisão que originam a escolha
- Atribuir justificações para escolha do país de acolhimento.
- Sistematizar as atividades realizadas ao longo da estada

4 - Estratégia da investigação

O objetivo deste item é descrever a estratégia metodológica utilizada ao longo da pesquisa para equacionar as hipóteses.

“Os meios de trabalho transformam as matérias-primas em conhecimentos científicos através de um trabalho de ruptura/construção/verificação” (Silvestre e Moinhos 1992) e porque “Uma investigação empírica é uma investigação em que se fazem observações para compreender melhor o fenómeno a estudar” (Hill 2002) [sic].

A investigação pretendeu realizar um enquadramento científico, dando a conhecer o potencial cultural e social do turismo de educação/cultural relacionado com um programa de mobilidade do ensino superior – ERASMUS.

Para chegar aos pressupostos, apesar de apelarmos a outras técnicas e métodos, iremos, orientar a investigação por um lado com um estudo extensivo para determinar resultados quantitativos relativos a toda a população, utilizando como técnica o inquérito por questionário recorrendo a uma amostra por quotas.

O seguinte esquema representa a estratégia desta investigação, sistematizando e sintetizando a metodologia utilizada:

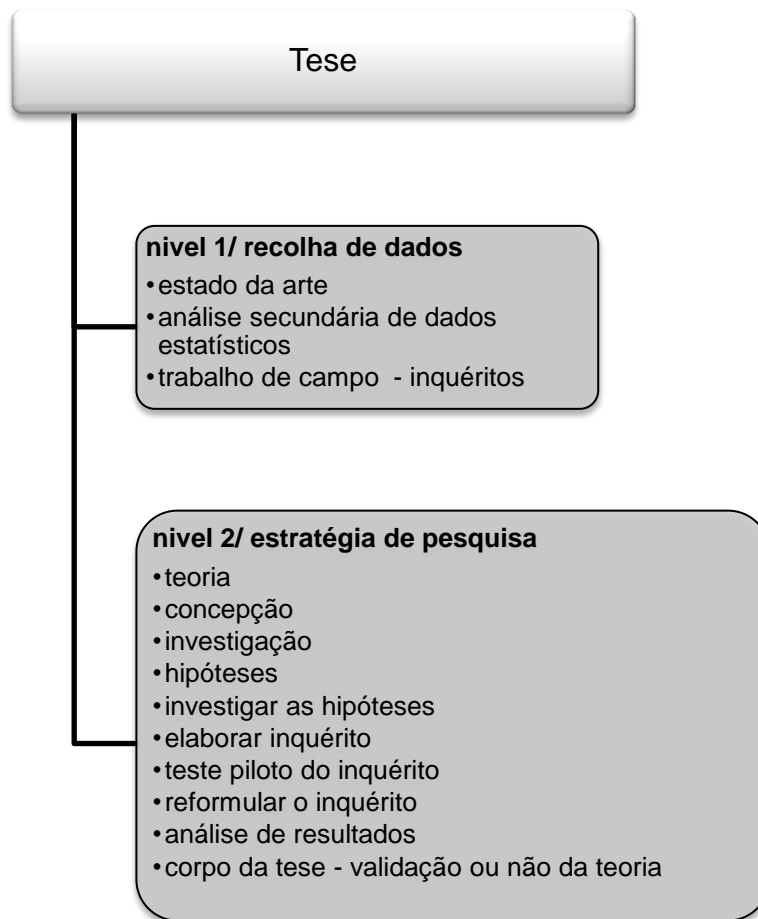


Figura 14 - Esquema da estratégia da investigação - Quadro adaptado de Rodrigues (2002)

6 - Fases exploratórias da investigação

A primeira fase centrou-se na análise ao estado da arte, levando-nos à descoberta de temas anteriormente investigados sobre o cerne desta tese, permitindo-nos apresentar uma nova perspectiva sobre o assunto com reflexão e crítica. O estado da arte é um elemento fundamental numa investigação porque fornece um suporte indispensável para uma ampla perspectiva do fenómeno contextualizando o tema e o objeto de estudo. A análise de informação define:

“operacionalmente os indicadores – indicador como um instrumento construído com o objectivo de revelar certos aspectos pertinentes de uma dada realidade, de outro modo

não perceptíveis, com o fito de a estudar, de a diagnosticar e ou de agir sobre ela” (Carmo & Ferreira, 2008) . Toda esta ação enquadra o fenómeno na problemática da investigação e elaborando um corpus com exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência” (Carmo e Ferreira, 1998).

A etapa seguinte ambicionou “completar e complementar a investigação” com a técnica de inquérito por questionário, permitindo a recolha de dados científicos relativamente à população do objeto de estudo. A observação dos resultados possibilitará identificar padrões e tendências dos indicadores das práticas de mobilidade pelos jovens estudantes.

“Compreender fenómenos como as atitudes, as opiniões, as preferências, etc. que só são acessíveis de uma forma prática pela linguagem, e que só raramente se exprime de forma espontânea” (Carmo e Ferreira 1998).

Através do olhar empírico, na análise dos dados, poderemos estruturar um esquema que possibilitará a recolha de dados diretos e indiretos quantificáveis e qualificáveis. O inquérito por questionário foi o instrumento utilizado porque inclui “um conjunto de perguntas com uma forma e segundo uma ordem previamente determinadas” (Moinhos e Silvestre, 1992). Para acautelar uma possível ambiguidade nas respostas e limitar o campo de análise das perguntas foi privilegiada a tipologia fechada. O inquérito administrado após a identificação e perceção das diferentes características. Os Inquéritos por questionário aos participantes Erasmus, aos alunos portugueses que saíram e os estrangeiros que entraram, revestem uma parte fundamental da investigação. A recolha dos dados terá uma profunda implicação na verificação das hipóteses.

7- Instrumentos e administração

7.1 - O inquérito por questionário

A escolha incidu na técnica de inquérito por questionário em virtude de muitos dos estudantes, importantes para a recolha de informação, se encontrarem na maioria em mobilidade académica e não existir a possibilidade de um contacto pessoal com todos os indivíduos. Nesse sentido foi realizada a técnica de administração direta. Devido a existirem diversos idiomas na amostra, porque falamos de inquiridos a nível internacional, foi realizada a tradução do inquérito em inglês. Os indicadores foram construídos após uma análise exaustiva do estado da arte. Os inquéritos foram enviados através dos gabinetes internacionais das instituições via Web.

Numa fase anterior foi realizado um pré-teste para análise de eventuais falhas na conceção geral do inquérito, verificando se as questões respondiam verdadeiramente às hipóteses do investigador.

Os dados recolhidos nos inquéritos fornecerão dados importantes para o objeto de estudo que posteriormente serão confrontados e analisados com a pesquisa bibliográfica anteriormente realizada (livros, artigos, todos documentos com base científica e credíveis nesta área) e entender os *outputs* e os *inputs*. Este método é denominado por Susana Rodrigues (2002) como:

“The phenomenological approach is concerned with the meaning that research subjects attach to social phenomena. Phenomenological research seeks to understand how and why the phenomenon is happening, and there he investigates the context in which the events are taking place”.

7.1.1 - Caracterização Geral do Questionário

1. Designação: Inquérito aos estudantes em mobilidade académica entre Portugal e a Europa através do programa Erasmus. Os inquéritos foram administrados aos participantes do programa Erasmus, estudantes em mobilidade académica (alunos portugueses que saíram e alunos estrangeiros que entraram) dos anos letivos 2010/2011 (2º semestre) e 2011/2012 (1º semestre).
2. Âmbito: Tese de Doutoramento tendo como tema de dissertação: A mobilidade académica Europeia e o turismo educativo e cultural: fatores de decisão e de motivação. O caso em estudo teve por base de investigação o programa Erasmus – Mobilidade de Estudantes para Estudos (SMS) a nível internacional
3. Objetivos: Identificar as características do programa de mobilidade Erasmus que o permitem definir como uma forma de turismo de educação ou cultural. Tendo como objetivos específicos: descrever os fatores de motivação que orientam a escolha do destino no programa Erasmus; descrever os fatores de decisão que originam a escolha; atribuir justificações para escolha do país de acolhimento, sistematizar as atividades realizadas ao longo da estadia; analisar a perspectiva anterior e posterior à realização do programa.
4. Descrição: O inquérito seguirá o esquema de amostra por quotas. As quotas foram definidas a partir de dois critérios
Origem e destino da mobilidade
Género
Outros critérios como o tipo de curso frequentado e universidade de origem foram considerados pertinentes. No entanto, a ausência de

bases de dados desagregadas em função destes critérios inviabilizaram a sua utilização para a constituição das quotas.

Os inquéritos foram divididos por dois períodos – 1º semestre e 2º semestre do Ciclo de estudo do Ensino Superior, dirigido aos estudantes portugueses em mobilidade na Europa e aos estudantes estrangeiros em mobilidade em Portugal, participantes do Programa Erasmus.

São excluídos outros participantes em mobilidade Erasmus, tais como Professores, formandos e outro pessoal do ensino superior.

5. Base da amostragem: Dados estatísticos, sobre os números de participantes por Instituição do programa Erasmus, fornecidos pela Agência Nacional _ PROAL e pela comissão Europeia.
6. Unidade de Observação: participantes do programa Erasmus, estudantes portugueses e estrangeiros do ano letivo 2010/2011 (2º semestre) e 2011/2012 (1º semestre) em mobilidade académica em Portugal e na Europa.
7. Desenho da Amostra: Inclusão de todas as instituições do ensino superior que mais representação tem na área. O que possibilita abranger distintos tipos de realidades.
8. Âmbito geográfico de aplicação: países de acolhimento (nacional e europeu)
9. Data de início/fim: Fevereiro/Julho (ano letivo 2010/2011 - 2º semestre) e Setembro/Janeiro (ano letivo 2011/2012 - 1º semestre)
10. Período de aplicação: 12 meses
11. Desenho do questionário: a construção do inquérito teve por base a vários conceitos de entre os quais se destaca:

- Ritchie, Brent, (2003), Managing Educational Tourism; OMT – Organização Mundial de Turismo (2003) Turismo Internacional – Uma perspectiva global.

- Foi analisado o correto acerto entre os objetivos da tese e o inquérito, e identificadas as questões para responder ao objetivo geral e aos específicos.

Grupo 1	Idade; género; residência; duração da mobilidade; ano académico; área de estudos; proveniência do rendimento; composição do agregado familiar; idade, grau escolar e profissão de mãe e pai; rendimento familiar	1 A 19	Descrição /caracterização do inquirido e da sua situação
Grupo 2	Motivos académicos; razões culturais; motivos ligados ao destino; motivos pessoais; fonte de informação; escolha da instituição; influência de fatores de decisão	20 A 25 e 29	Razões/importância de fatores para realização de programa
Grupo 3	Frequência de realização de visitas, práticas e consumo cultural no território nacional ou região de acolhimento	26 A 28 e 33	Atividades realizadas
Grupo 4	Transporte utilizado; tipo de alojamento; local e período de realização das aticidades	30, 31, 32 e 34	Mobilidade

Tabela 4 - Divisão das questões do inquérito em grupos

12. Recolha de dados

- Período de referência da amostra: ano letivo 2010/2011

- Período de recolha: ano letivo 2010/2011 (2º semestre) e 2011/2012 (1º semestre)

- Data de envio do inquérito: 1ª fase - Fevereiro 2011 e 2ª fase – Setembro 2011

- Contacto inicial: foram contactados os gabinetes de mobilidade de cada Instituição, aos quais foi solicitado autorização para a realização do inquérito aos participantes do programa ERASMUS, bem como a solicitação do envio do inquérito via Web.

- Método de recolha: inquéritos eletrónicos *via web*.

- Critério utilizado para fecho do inquérito: período de resposta coincidente com a taxa de resposta quando atinge um mínimo 729.

- Utilização de incentivos: pequeno texto de introdução especificando o objetivo do inquérito.

- Formação dos entrevistadores: não aplicável sendo que o investigador assegurou todo o processo.

- Recolha de dados: transmissão *on-line* através do Google Docs

- Codificação: automática

- Software utilizado: Excel e SPSS 19

13. Obtenção de resultados: a obtenção dos dados recolhidos foi agregada e sujeita a uma análise descritiva.

Para análise dos 880 inquéritos foram definidas as variáveis independentes: género, idade, área de estudo, habilitações da mãe, habilitações do pai, profissão do pai, profissão da mãe, rendimento familiar e origem da mobilidade (entrada de estrangeiros e saída de alunos portugueses). O inquérito é composto por 34 perguntas fechadas, com 160 indicadores de escala nominal, ordinal e de intervalos.

Na classificação das várias hipóteses de respostas (Classificação na recolha) foram utilizados conceitos para algumas perguntas onde era necessário justificar a escolha:

- ✓ País de residência habitual - "Alojamento que constitui a residência de pelo menos um agregado familiar durante a maior parte do ano, ou para onde um agregado tenha transferido a totalidade ou maior parte dos seus haveres." (INE, consultado em 13/12/10)

- ✓ Proveniência do rendimento - principal fonte onde o indivíduo retira os seus meios financeiros ou em género necessários à sua subsistência, durante o período de referência (Origem da mobilidade Censos 2011)
- ✓ Idade dos pais - Intervalo de tempo que decorre entre a data do nascimento (dia, mês e ano) e as 0 horas da data de referência. A idade é expressa em anos completos.
- ✓ Grau escolar dos pais – classificação de acordo com o sistema educativo português³²
- ✓ Profissão dos pais - De acordo com a classificação Nacional de Profissões - CNP - consultado em 05/12/10 – IEFP
- ✓ Elementos do agregado familiar - o grupo de indivíduos, vinculados por relações jurídicas familiares, que vivem em comunhão de mesa e habitação com o requerente e em economia familiar com o mesmo. (INE- 13/12/10)
- ✓ Rendimento familiar – Utilizada a escala dos inquéritos à Satisfação do Turista dos Açores - Observatório Regional do turismo (açores) - Anexo C
- ✓ Fatores de decisão gerais – académicos; culturais; recreativos; relacionados com o destino; pessoais; relacionados com a origem da mobilidade de informação; destino e outros motivos.

A escolha dos fatores foi baseada nos seguintes autores:

Delicado, Ana - Sociologia, problemas e práticas, nº 58, 2008, pp. 109-129 - Cientistas no estrangeiro - Fatores de mobilidade e relações de diáspora.

³² Fonte: <http://www.gepe.min-edu.pt/np4/9.html>- Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE) – 13/12/10

XII Colóquio Ibérico de Geografia, A mobilidade académica de estudantes e a inserção profissional: o caso dos licenciados em geografia e Planeamento, Outubro 2009

Boletim Especial - IESALC informa sobre Educación Superior - Novos dados do relatório Global de Ensino Superior mostram uma mutação da mobilidade, 2007

Inquérito aos Estudantes de mobilidade - Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação - Universidade do Porto.

"Inquérito aos Inquéritos à Satisfação do Turista dos Açores - Observatório Regional do turismo (açores) - Anexo C

Abreu, Paula - Turismo Internacional de jovens- Revista Critica de Ciências Sociais nº 43, Out 1995

Relatório final do estudante 2008/2009 - Agência Nacional PROALV- Direção Geral de educação e Cultura

- ✓ Variáveis – género, idade, área de estudo, habilitações da mãe, habilitações do pai, profissão do pai, profissão da mãe, rendimento familiar e origem da mobilidade (entrada de estrangeiros e saída de alunos portugueses).
- ✓ Práticas de atividades nos tempos livres -Tempo gasto pelos indivíduos na realização das suas atividades diárias e que se distribui por seis atividades básicas: o trabalho produtivo/estudos, o trabalho doméstico, as deslocações, as refeições e os cuidados pessoais, o tempo livre e o tempo dedicado a dormir. O tempo livre inclui todas as restantes atividades, ou seja, trabalho voluntário e reuniões, ajuda a outros agregados, atividades de socialização e entretenimento, desportos e atividades ao ar livre, passatempos e jogos, leitura, ver televisão, descanso ou ócio, bem como o tempo gasto em outras atividades não específicas. (Instituto Nacional de estatísticas)
- ✓ Fatores para a mobilidade – sociais, culturais, económicos, pessoais, familiares e académico. "A maneira pela qual um indivíduo se apropria

do que é possível no domínio da mobilidade e coloca esse potencial de uso para suas actividades" (Urry, 2008).

- ✓ Tipo de alojamento - Local distinto e independente que, pelo modo como foi construído, reconstruído, ampliado, transformado ou está a ser utilizado, se destina a habitação com a condição de não estar a ser utilizado totalmente para outros fins no momento de referência: por distinto entende-se que é cercado por paredes de tipo clássico ou de outro tipo, é coberto e permite que uma pessoa ou um grupo de pessoas possa dormir, preparar refeições ou abrigar-se das intempéries separado de outros membros da coletividade; por independente entende-se que os seus ocupantes não têm que atravessar outros alojamentos para entrar ou sair do alojamento onde se encontram a permanecer. (Censos 2011)

Foram consideradas para este estudo 7 categorias de variáveis relacionadas com os motivos e a importância dadas aos mesmos:

- Motivos académicos: qual a influência das razões relacionadas com as áreas educativas ou de formação curricular que levam os alunos a realizar um período de estudo além-fronteiras.
- Motivos culturais e recreativos: qual a influência das razões culturais e recreativas que levam os alunos de mobilidade a escolher determinado país para a sua estadia.
- Motivos relacionados com o destino: qual a influência dos indicadores que caracterizam o destino e que levam os alunos a escolher determinado país.
- Motivos pessoais: qual a influência das razões a nível interpessoal que motivam os alunos a realizar um período de mobilidade fora do seu país de origem.
- Fonte de informação: quais os meios de comunicação convencionais ou informais mais usados pelos alunos quando pretendem informação sobre o programa ERASMUS no contexto geral.
- Outros motivos: diversos indicadores (culturais, educacionais, mobilidade, etc.) não relacionados diretamente entre si mas que complementam e auxiliam na análise dos resultados.

Os 880 inquéritos correspondem ao número necessário para validar o estudo cientificamente, foram administrados de forma direta em formato *online*. O quadro seguinte caracteriza a amostra segundo a origem da mobilidade e o género dos sujeitos inquiridos.

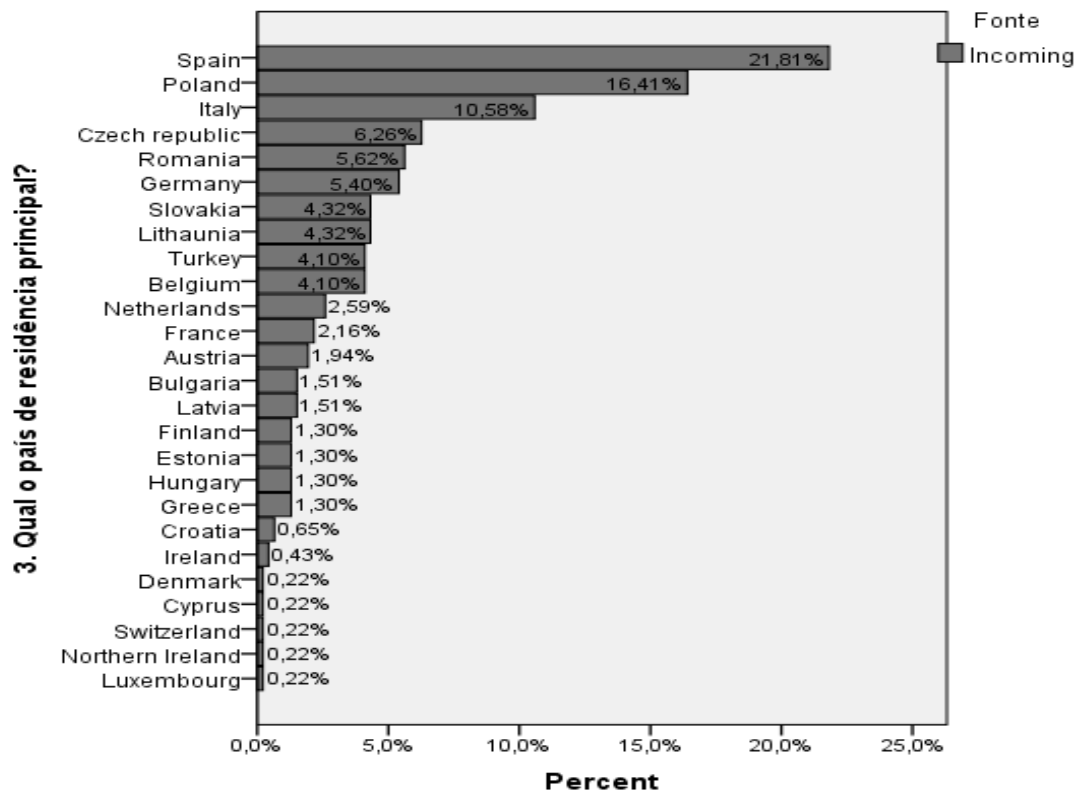
Origem da mobilidade			
Género	Entrada de alunos estrangeiros	Saída de alunos portugueses	Total
Feminino	305 (65,9%)	265 (63,5%)	570 (64,8%)
Masculino	158 (34,1%)	152 (36,5%)	310 (35,2%)
Total	463 (100%)	417 (100%)	880 (100%)

Quadro 3 - Respostas ao inquérito em números (origem da mobilidade SPSS19 – 2012)

O estudo foi realizado a nível nacional a alunos estrangeiros em mobilidade em Portugal e portugueses em mobilidade na Europa do programa Erasmus dos anos letivos 2009|2010 (2º semestre) e 2010|2011 (1º Semestre). Foram realizados um total de 880 inquéritos por questionário, sendo que 417 (265 femininos e 152 masculinos) a alunos portugueses em mobilidade na Europa e 463 estrangeiros em mobilidade em Portugal (305 femininos e 158 masculinos).

Para a administração dos inquéritos foram contactados os gabinetes internacionais de todas as universidades nacionais que fazem parte da carta ERASMUS. Os gabinetes comunicaram diretamente com os alunos de mobilidade enviando um email com a descrição do objetivo e respetivo link do questionário, deixando ao critério de cada um o seu preenchimento.

Dos inquéritos aplicados aos alunos estrangeiros em mobilidade académica em Portugal, foram identificados 25 nacionalidades diferentes:



Quadro 4 - - Lista de países dos alunos participantes no inquérito (Origem da mobilidade SPSS19 – 2012)

7.1.2 - Seleção e justificação de técnica de amostragem no inquérito

O inquérito seguiu o procedimento de formulação de perguntas coerentes, específicas, orientadas e importantes para dar respostas ao objetivo geral da investigação mantendo uma atitude empírica.

Sendo que a população em estudo era de elevado número, superior a 8 500 elementos, foi necessário efetuar uma amostra por quotas.

Fórmula de cálculo da dimensão da amostra:

Populações Finitas - OUTGOING	
Dimensão da população	5.964
Nível de confiança	95%
Erro amostral	5%
Valor de Z (calculado pelo Excel)	1,96
Dimensão da amostra	361

$$n = \frac{\hat{p}\hat{q}}{\frac{B^2}{z^2} + \frac{\hat{p}\hat{q}}{N}}$$

ERRO AMOSTRAL:
É a diferença entre a verdadeira proporção e a proporção estimada a partir da amostra.

NÍVEL DE CONFIANÇA:
É a confiança que se pretende atribuir à diferença anterior.

Quadro 5 - Dimensão da amostra de alunos portugueses em mobilidade na Europa (*Outgoing*)

Populações Finitas - Incoming	
Dimensão da população	8.536
Nível de confiança	95%
Erro amostral	5%
Valor de Z (calculado pelo Excel)	1,96
Dimensão da amostra	368

$$n = \frac{\hat{p}\hat{q}}{\frac{B^2}{z^2} + \frac{\hat{p}\hat{q}}{N}}$$

ERRO AMOSTRAL:
É a diferença entre a verdadeira proporção e a proporção estimada a partir da amostra.

NÍVEL DE CONFIANÇA:
É a confiança que se pretende atribuir à diferença anterior.

Quadro 6 - Dimensão da amostra de alunos estrangeiros em mobilidade em Portugal (*Incoming*)

7.3 - Descrição das fases de análise

7.3.1- Aplicação do Pré-teste

Antes da aplicação definitiva dos inquéritos foram administrados 80 questionários em forma de pré-teste para verificar por um lado se “todas as questões são compreendidas pelos inquiridos da mesma forma, e da forma prevista pelo investigador; “ (Ghiglione & Matalon, 1997); por outro lado se este permite responder a todas as questões levantadas pelo investigador e por fim se o inquérito é bem entendido por todos. Analisar todos os comentários e respostas dadas ao pré-teste ajudou na formulação do inquérito final.

O pré-teste decorreu no período de setembro a outubro de 2010 usando para o efeito uma amostra em várias Escolas de Ensino Superior nacionais. Na recolha dos dados verificou-se que existiam algumas perguntas que criavam algumas dúvidas ou não possibilitavam o conjunto de todas as possibilidades de respostas.

	Tipo de alteração
Na pergunta número 9 verificou-se que havia muitos tipos de dúvidas ou de problema que não sabiam ou não conseguiam integrar o seu curso nas áreas pré-definidas	Foram introduzidas duas novas alíneas: 9.1. Designação do curso (pergunta aberta) e 9.2. Área de estudos. Esta ambiguidade constituiria um problema no momento do tratamento dos dados
A pergunta 11 não contemplava todas as possíveis situações	Integrou-se as opções 'pai (e mãe) falecido' e 'não aplicável', de modo a contemplar as várias situações que podem ocorrer
As perguntas 20, 23 e 24 revelaram 'tendência central'	O ponto intermédio da escala - nem pouco, nem muito - foi anulado.
As perguntas 27 e 28 criavam alguma confusão devido à proximidade do objeto	As perguntas 27 e 28 foram integradas e passaram a ser apenas uma, fazendo referência à região e ao território nacional
A pergunta 32 não tinha uma redação clara	A sua redação passou a “Classifique a frequência e o território em que...).

Tabela 5 - Questões alteradas após pré-teste

7.3.2 – Tratamento estatístico de dados

O tratamento de dados permite a transformação de dados em “categorias com significado” (Martinez & Ferreira, 2008) permitindo uma ordenação estrutural da informação que possibilita a compreensão dos resultados. Numa primeira fase

realizamos a análise estatística descritiva de todos os dados empíricos utilizados no questionário, em função da escala utilizada. Seguidamente efetuamos uma análise estatística inferencial com o teste *T Student* (SPSS19) entre as variáveis independentes (1 até 9 e 11 até 19) e variáveis dependentes (10 e 20 até 34) procurando explicações para a amostra em geral. Este teste permite verificar se existem diferenças significativas entre as amostras, dando respostas às hipóteses colocadas.

Esta técnica permite a validação de hipóteses, entendemos nesta investigação ter uma hipótese nula quando existir uma igualdade na média e uma hipótese alternativa quando as médias da amostra forem diferentes. A hipótese alternativa verifica-se quando o valor da média for inferior a 0,05, média referenciada pelo “T-test for equality means”.

A estatística comparativa terá como base a análise entre as diferenças entre grupo (*Incoming/Outgoing*), de género e relação entre motivos académicos e motivos turísticos.

Com o objetivo de identificar padrões de comportamentos no nosso estudo, optamos por efetuar uma análise de *clusters*, que permitirá identificar grupos de indivíduos homogéneos (num determinado conjunto de variáveis) mas que ao mesmo tempo são dissemelhantes de outros.

Esta metodologia contém um vasto conjunto de algoritmos de agrupamento, mas dadas as características das variáveis que o nosso estudo comporta, optámos por utilizar o algoritmo *Two Step* porque é um algoritmo robusto à violação de pressupostos de normalidade de variáveis contínuas e também porque permite-nos trabalhar com variáveis contínuas e categóricas em simultâneo.

Programa utilizado para análise dos dados dos inquiridos:

SPSS19 - Statistical Package for the Social Sciences - pacote estatístico para as ciências sociais.

Para a análise comparativa, e de forma a dar resposta às hipóteses colocadas, foi aplicado a técnica a Manova (“Análise de variância multivariada”).

Explicação metodológica:

MANOVA

Uma das possíveis utilizações da *MANOVA* é verificar se diferentes categorias de uma variável independente originam diferenças significativas num conjunto de variáveis dependentes.

É possível também fazer comparações posteriores para perceber que categorias dessa variável independente contribuem mais para a existência de diferenças nas variáveis dependentes.

8 - Hipóteses de estudo.

Foram delineadas as seguintes hipóteses na investigação:

1. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto aos motivos académicos na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
2. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto aos motivos académicos na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente do género, da idade, grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais, do rendimento familiar.
3. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto às razões culturais na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
4. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto às razões culturais na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

5. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto aos motivos da sua decisão ligada ao destino independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
6. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto aos motivos da sua decisão ligada ao destino independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
7. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se na atribuição aos motivos da sua decisão a nível pessoal independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
8. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se na atribuição aos motivos da sua decisão a nível pessoal independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
9. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se na escolha da origem da informação sobre o programa de mobilidade independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
10. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se na escolha da origem da informação sobre o programa de mobilidade independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
11. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se nos motivos que estiveram na origem da sua decisão sobre a escolha de instituição independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.
12. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se nos motivos que estiveram na origem da sua decisão sobre a escolha da instituição independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

13. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto a frequência de práticas culturais, desportivas, sociabilidade e consumo independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

14. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto à frequência de práticas culturais, desportivas, sociabilidade e consumo independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

15. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto à frequência de consumo cultural independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

16. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto à frequência de consumo cultural independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

17. Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto à sua decisão de mobilidade independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar.

18. Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto à sua decisão de mobilidade independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento

Capitulo IV- APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

1 - Objetivos do tratamento de dados

O tratamento de dados tem como primeiro objetivo a caracterização do perfil da população (conjunto dos inquiridos) e amostra (*incoming/outgoing*). Como segundo objetivo a interpretação do conjunto dos dados obtidos, quantitativos e qualitativos, que fornecerão uma matriz e padrões de comportamentos. A sistematização, avaliação, explicação e transformação dos dados (Gomez, Flores, & Jimenez, 1996) em factos, facultando conhecimento sobre o caso de estudo da tese. A separação da população dos inquiridos permitirá encontrar semelhanças e dissemelhanças entre as amostras, validando assim as perguntas de partida e as hipóteses colocadas nesta tese:

- O programa de mobilidade Erasmus é uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural.
- Os motivos são fios condutores que ligam o Turismo de Educação ou cultural ao programa Erasmus.

Como referido no ponto da II da tese - Metodologia - o estudo foi realizado a nível nacional a alunos estrangeiros (entrada de estrangeiros/*Incoming*) e portugueses (saídas de portugueses/*Outgoing*) do programa ERASMUS dos anos letivos 2009|2010 (2º semestre) e 2010|2011 (1º Semestre).

Descrição da população:

	<i>Outgoing</i>	<i>Incoming</i>	Conjunto da amostra
Feminino	265	305	570
Masculino	152	158	310
Total	417	463	880

Tabela 6 – Descrição da amostra

1.1 - Características sociodemográficas da amostra dos alunos em mobilidade académica no ano letivo 2009/2010 (1º semestre) e 2010/2011 (2º semestre).³³

1.2 - As discrepâncias e convergências entre as amostras

Género e faixa etária: Os alunos da amostra em mobilidade académica inseridos no programa Erasmus são jovens maioritariamente entre os 22 e 24 anos do sexo feminino.

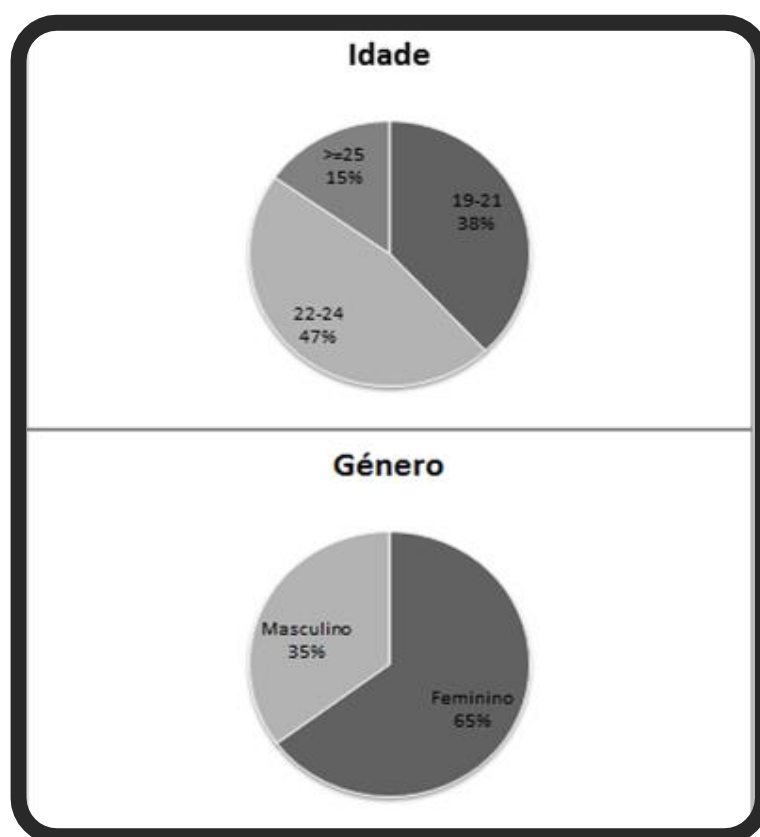


Gráfico 19 - Percentagens do grupo dos alunos em mobilidade (880) - Idade e Género

Relativamente ao género e idade, a distribuição da amostra de acordo com mobilidade, verificamos que a amostra de alunos portugueses que sai (*outgoing*) para realizar uma mobilidade académica situa-se predominantemente na faixa etária dos 19 e 21 anos (46,3%). Na amostra dos alunos estrangeiros (*incoming*)

³³ Em anexo poderá ser consultado o inquérito aplicado.

a faixa etária mais significativa situa-se entre os 22 e 24 anos (51,6%). Quanto ao género, o feminino é o grupo dominante, com mais participantes em ambos os casos (65,6% - estrangeiros que entram; 63,5% portuguesas que saem).

Duração da mobilidade, área de estudo e ano académico: A duração da mobilidade é em média de 6 meses (67,5%) (*Incoming* - 63,3% / *Outgoing* – 72,2%). Encontram-se na maioria dos casos no 3º ano do 1º ciclo do ensino superior (43,5%).

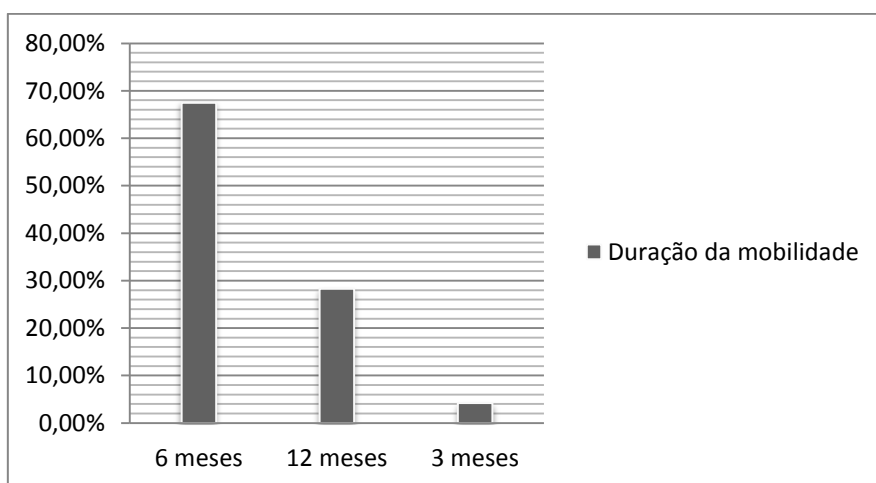


Gráfico 20 - Percentagens da amostra dos alunos em mobilidade – Duração da mobilidade

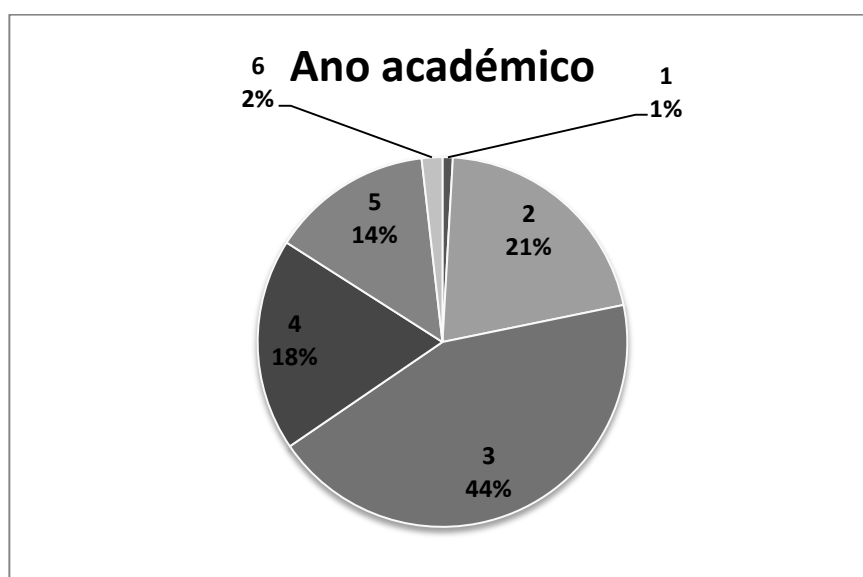


Gráfico 21 - Percentagens da amostra dos alunos em mobilidade – Ano académico.

O período de duração da mobilidade está muito relacionado com o fator económico. Para muitos o limite de permanência noutro país é de 6 meses, isto porque o valor da bolsa atribuída é muito baixo e os jovens têm que recorrer obrigatoriamente a um apoio económico secundário, seja familiar ou a um empréstimo bancário. Como referido anteriormente no capítulo II o valor médio da bolsa mensal atribuído é relativamente baixo³⁴. No caso de Portugal a média de referência é de 250€ mensais; se um jovem estudante português pretender realizar uma mobilidade na Suécia necessitaria de cerca de 680 € para sobreviver³⁵. Sendo a bolsa atribuída pelo programa de 250€, existe um défice de 430€, o que para muitas famílias portuguesas é insustentável. O PIB *per capita* em Portugal em 2011 era de 14.916,3 €³⁶, se dividirmos o valor por 14 meses de vencimento apuramos o montante de 1065.45€. Ao analisarmos uma família tradicional composta por 4 pessoas, sendo que só dois trabalham o valor bruto mensal é de 2130,9 €. Os estudos referem que as despesas de consumo final no total do rendimento disponível das famílias (total e por tipo de bens e serviços) são de 91%³⁷ do seu rendimento. Esta família teria como dinheiro líquido disponível para investir na mobilidade do seu educando cerca de 190€, o que não era suficiente para o estudante sobreviver com o mínimo de condições. No contexto atual e sendo que a Comunidade Europeia aponta para um aumento de 24,4% da população em risco de pobreza ou exclusão social³⁸ até ao ano 2020, realizar um programa de educação além fronteira poderá vir a ser um programa exclusivo de uma determinada classe social com rendimentos mais elevados.

O fator económico é um dos maiores entraves nos programas de educação internacionais. Num estudo realizado pela Comissão Europeia em 2011, a 57 000 jovens dos 27 Estados-Membros da UE, assim como a Noruega, a Islândia, a Croácia e a Turquia, uma das conclusões retirada do estudo, relativamente ao índice económico foi o seguinte:

“ O inquérito mostra que apenas um em cada sete (14%)
jovens europeus prosseguiu estudos ou actividades de

³⁴ Fonte Comissão Europeia 2010/2011

³⁵ Fonte: Information Planet - <http://www.estudarnaeuropa.pt/suecia/viver-na-suecia/custo-de-vida/>

³⁶ Fontes: INE-BP, PORDATA - (C) FFMS

³⁷ Fontes: INE-BP, PORDATA - (C) FFMS

³⁸ COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO EUROPA 2020, Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, Bruxelas, 3.3.2010, aprovada pelo Conselho Europeu em Junho de 2010.

formação no estrangeiro. A falta de recursos financeiros impede muitos deles de o fazer. Entre os que declararam ter querido ir para o estrangeiro, 33% afirmaram que não tinham meios para tal; perto de dois terços (63%) dos que o conseguiram tiveram de recorrer a um financiamento privado ou a poupanças. «Esta constatação põe em evidência a necessidade de reforçar os nossos programas de mobilidade, que proporcionam uma boa relação custo-eficácia», acrescentou a Comissária Vassiliou”. (European Commission, 2011).

As áreas de estudo mais relevantes da amostra são Saúde e bem-estar; Ciências, Comércio e Direito e Artes e Humanidades num total de 61,5%. Sendo que Ciências, Comércio e Direito tem a percentagem 24,4%, Artes e Humanidades de 18,8% e Saúde e bem-estar de 18,3%.

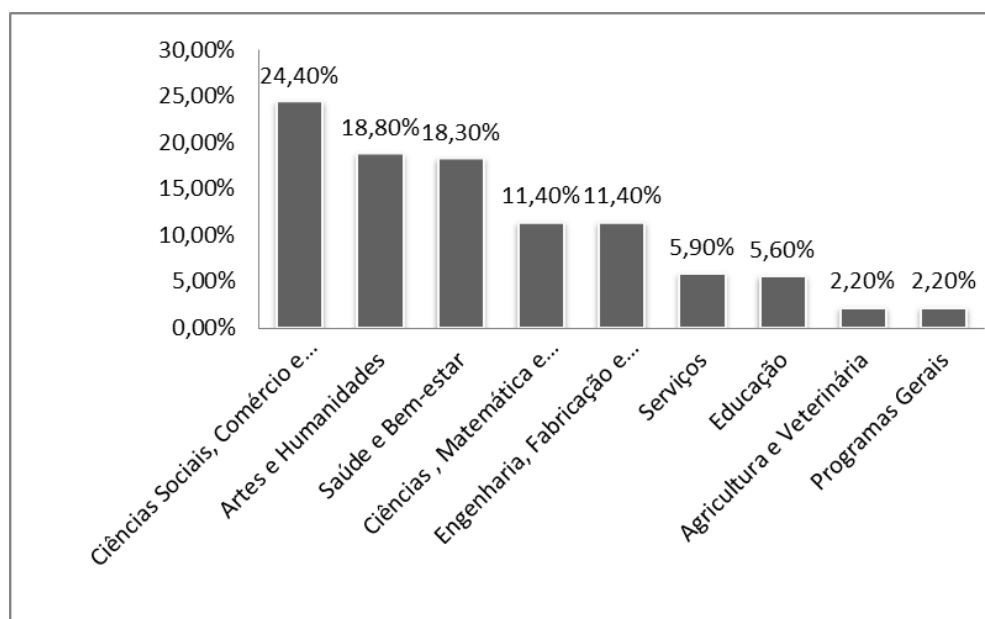


Gráfico 22 - Percentagens do grupo dos alunos em mobilidade – Área de estudo

No que se refere aos dados sobre a origem da mobilidade não existem diferenças entre o ano académico e duração da mobilidade, ambos tem uma incidência maioritária nos 6 meses e no 3º ano. A área de estudo mais expressiva

para os *Incoming* é Ciências Sociais, Comércio e Direito e para os *Outgoing* é a área de Saúde e Bem-estar.

<i>Incoming</i>		<i>Outgoing</i>		
	Área	%	Área	%
1º	Ciências, Comércio e Direito	28,9	Saúde e Bem-estar	27,1
2º	Artes e Humanidades	21,2	Ciências, Comércio e Direito	19,4
3º	Engenharia, Fabricação e construção	11,4	Artes e Humanidades	16,1

Quadro 7 - Topo 3 das áreas de estudos (Incoming/Outgoing)

Proveniência do rendimento: O conjunto dos estudantes *incoming* e *outgoing* inquiridos vive na sua residência principal com o pai e a mãe (67,3%). Os pais têm idades compreendidas entre os 45 a 54 anos (pai 43,8%; mãe 52,4%), independentemente da origem da mobilidade. No nível de ensino dos pais verificamos que o grau de ensino superior parece ter uma grande preponderância (pai-ensino superior 32,3%; mãe – ensino superior 37,5%). Na tabela de nível de ensino dos pais em segundo lugar encontra-se o nível ensino básico (pai – 21,3%; mãe – 21,1%). Nesta variável observa-se que o grupo *Outgoing* tem outros valores comparativamente ao grau escolar do pai, situando-se sobretudo no ensino Básico – 31,9% mas no que diz respeito à mãe mantém-se o grau escolar no ensino superior com 36,9%.

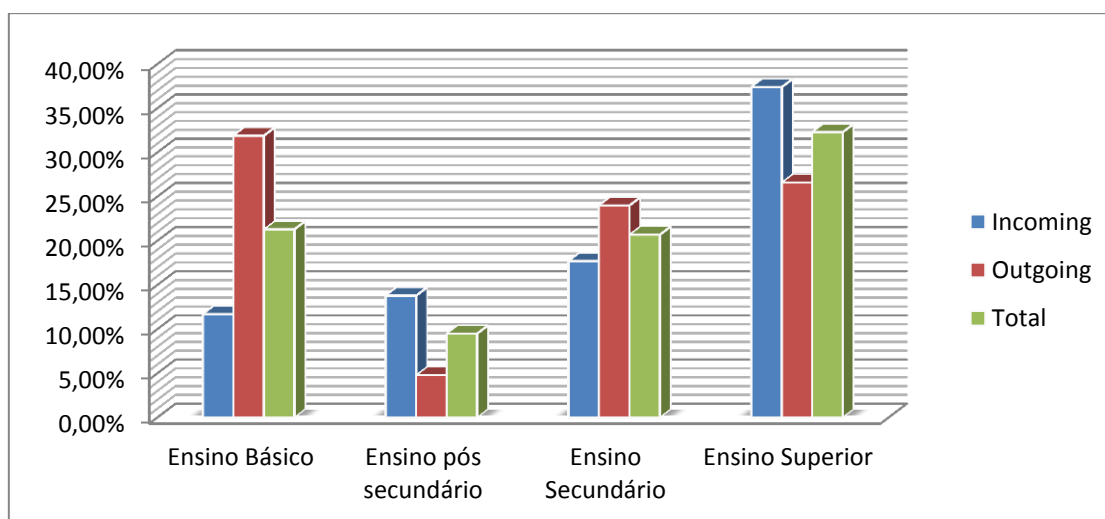


Gráfico 23 - Qualificação académica dos pais

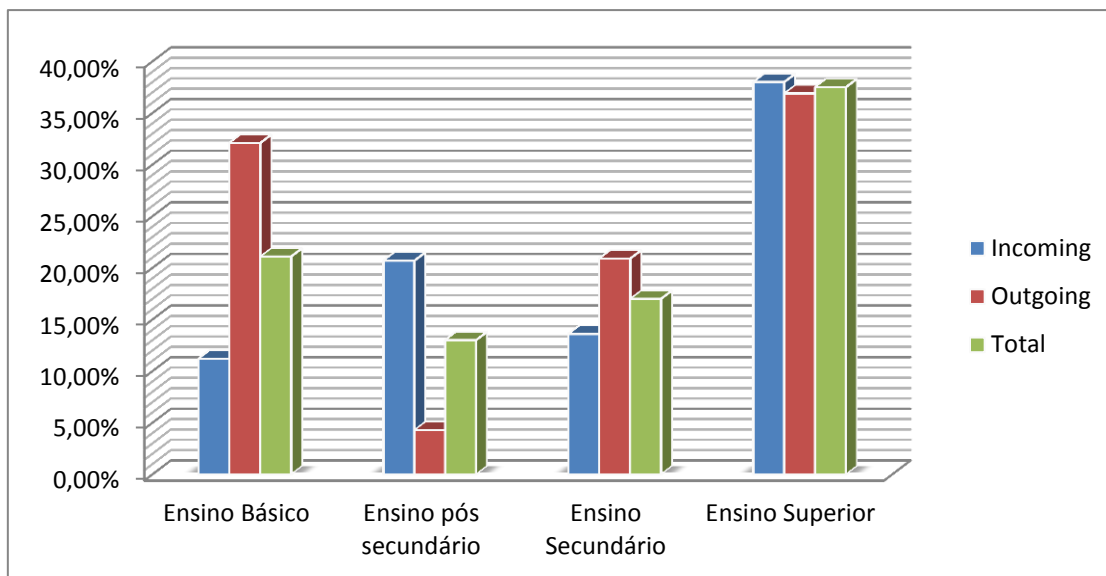


Gráfico 24 - Qualificação académica das mães

No conjunto dos inquiridos o sector profissional do pai mais relevante é a área de “Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas” (16,8%). A mãe tem a maior força na profissão de “Trabalhadores não qualificados2 (19,4%) mas devemos salientar que o grupo de “Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas” tem um valor importante significativo na tabela com 19%.

Na amostra dos alunos *Incoming* esta tendência mantém-se mas na amostra dos alunos *Outgoing* a profissão mais demarcada pelo pai é “Técnicos e Profissionais de nível intermédio “ (14,4%) e para a mãe “Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas” (21,6%). Estes dados revelam que existe uma diferença entre o sector profissional dos pais.

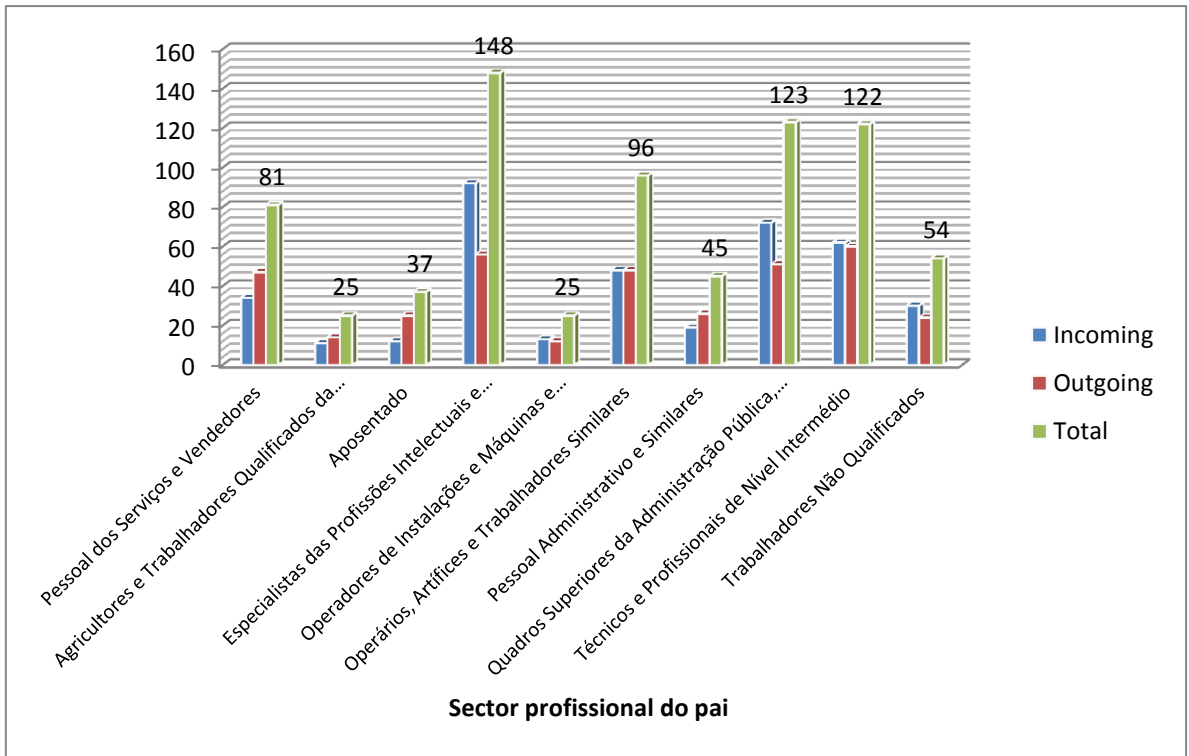


Gráfico 25 - Dados relativos ao sector profissional do pai³⁹

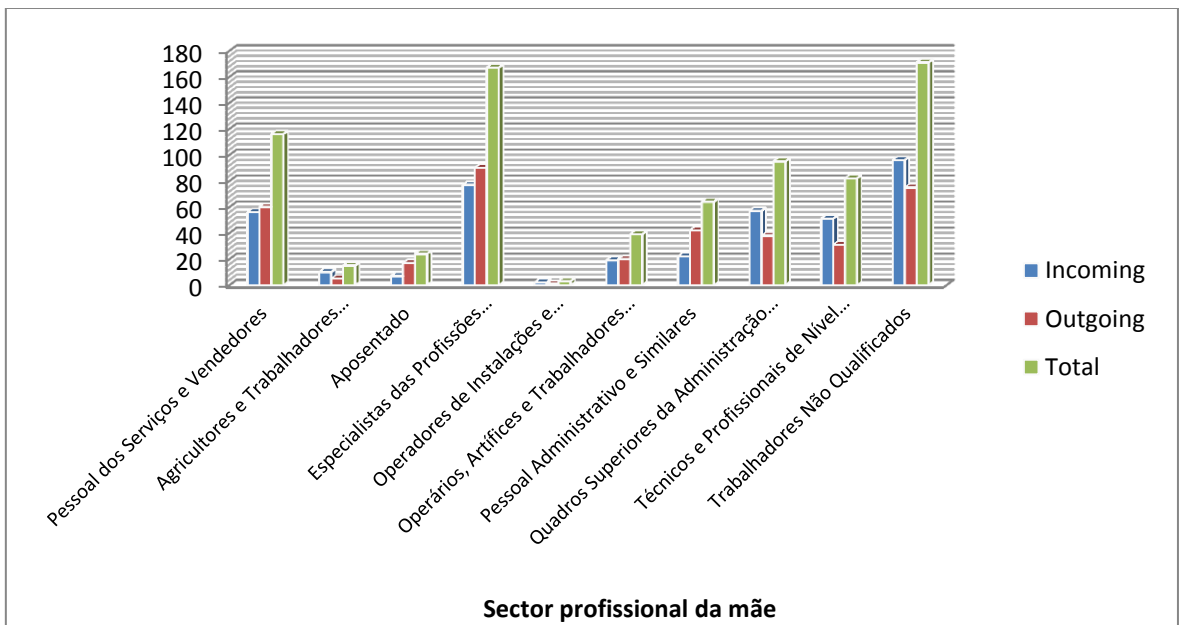


Gráfico 26 - Dados relativos ao sector profissional da mãe⁴⁰

No rendimento líquido mensal familiar a média situa-se no escalão dos 1500-1999€, sendo que os dados estão agrupados em intervalos e o limite superior do último intervalo (> 5000€) é indeterminado logo não podemos calcular a média (situá-la), mas identificamos a classe mediana (1500-1999€), no conjunto

³⁹ Eixo vertical: valores em números

⁴⁰ Eixo vertical: valores em números

dos estudantes inquiridos, este valor tem a mesma tendência para as duas origens da mobilidade.

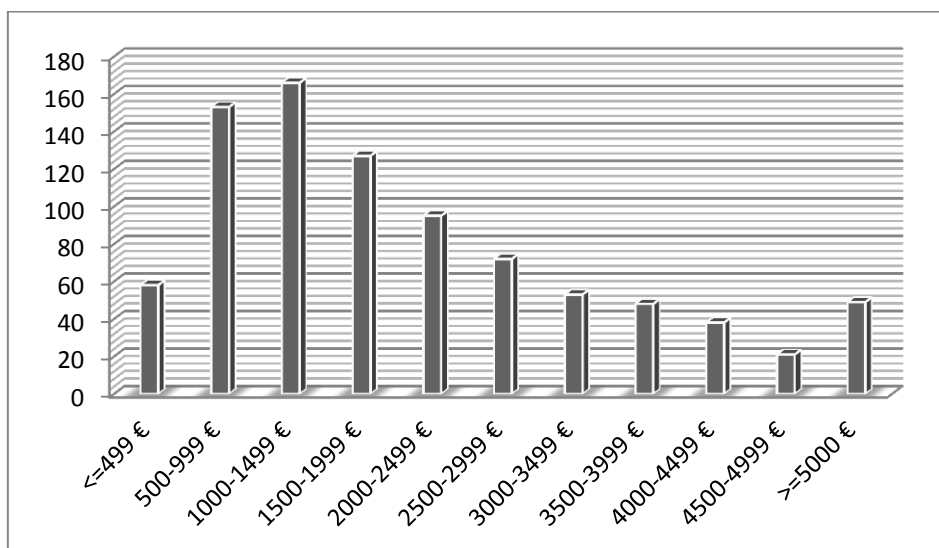


Gráfico 27 - Rendimento líquido mensal familiar do conjunto dos estudantes inquiridos – dados em números de estudantes (eixo vertical)⁴¹

Na questão sobre a proveniência do rendimento durante o período da permanência no país de acolhimento é principalmente o “apoio familiar” com (36,7%), em segundo lugar surge a “bolsa de estudo” (18,4%). Este valor mantém-se quando olhamos para os valores por grupo desagregado, verificando-se no entanto uma ligeira diferença nos alunos *Incoming* que apresentam uma média mais expressiva no indicador “bens próprios”.

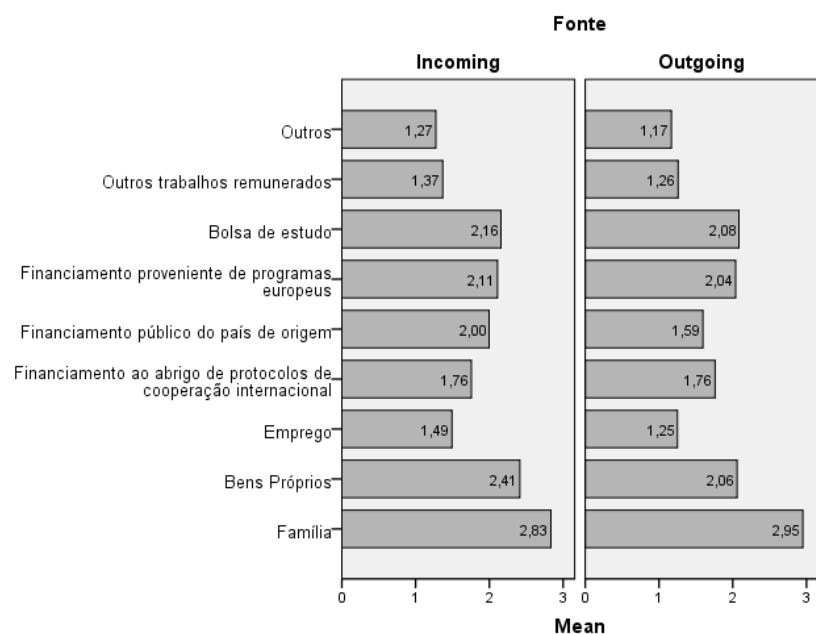


Gráfico 28 - Média relativa a proveniência do rendimento desagregado pela variável origem da mobilidade.⁴²

⁴¹ Eixo vertical: valores em números

⁴² A escala utilizada é de 0 a 3. 0 corresponde “nada importante” e 3 “muito importante”

1.3 - Conclusão do Perfil sociodemográfico dos inquiridos

Apresentaremos de seguida um quadro para uma melhor visualização das diferenças e semelhanças que permitirão retirar conclusões sobre o perfil sociodemográfico do conjunto dos estudantes inquiridos:

idade	Duração da mobilidade	Área académica	Ano académico	Proveniência do sustento	Rendimento líquido mensal	Faixa etária dos pais	Grau escola do pai	Grau escolar da mãe	Profissão do pai	Profissão da mãe	C
3,7% (2-24)	6 Meses	Ciências Comércio e Direito	3º Ano	Família	1 500- 1999€	45-54 Anos	Ensino Superior	Ensino superior	Especialistas das profissões intelectuais e científicas	Trabalhador não qualificado	P:
1,6% (2-24)	6 Meses	Ciências Comércio e Direito	3º Ano	Família	1 500- 1999€	45-54 Anos	Ensino Superior	Ensino superior	Especialistas das profissões intelectuais e científicas	Trabalhador não qualificado	P:
3,3% (9-21)	6 Meses	Saúde e Bem-estar	3º Ano	Família	1 500- 1999€	45-54 Anos	Ensino Básico	Ensino superior	Técnico e profissionais de nível intermédio	Especialistas das profissões intelectuais e científicas	P:

fil sociodemográfico dos inquiridos (a cinzento escuro as diferenças existentes entre os grupos)

Verificamos assim que o conjunto das duas amostras e da amostra *Incoming* não apresentam discrepância, os dois são homogêneos no seu perfil sociodemográfico. Relativamente da amostra *Outgoing*, os portugueses apresentam algumas diferenças no que diz respeito à área académica onde prevalece “Saúde e bem-estar”. Esta área preferencial dos estudantes portugueses está relacionada com uma constante procura de profissionais de saúde a nível europeu, ao realizarem um período de estudos além fronteira tem a possibilidade de alargar os seus conhecimentos académicos e também travar contactos pertinentes para a sua futura carreira profissional.

“A migração de profissionais na área da saúde transformou-se num tema central no debate sobre a política da saúde à escala global (Buchan, 2006). A esse nível, há que destacar uma questão particularmente sensível – os efeitos dessa migração no desempenho dos sistemas de saúde. Saliente-se que a carência de recursos humanos na Saúde tem sido identificada como um dos maiores constrangimentos para a concretização dos Objectivos de Desenvolvimento das Nações Unidas para o Novo Milénio”. (Baganha & Ribeiro, 2007)[sic]

No que diz respeito a idade, os estudantes nacionais são mais jovens que os outros dois grupos, tendo esta constatação uma relação de interdependência com o percurso do sistema educativo português. Um estudante nacional, se não reprovar nenhum ano, com 21 anos encontra-se no seu último ano de licenciatura, o que é menos frequente nos restantes países europeus. Quanto ao grau escolar do pai, profissão do pai e mãe constata-se que o pai tem um nível escolar de ensino básico, profissionalmente encontra-se na área de técnico e profissionais de nível intermédio. Estes dados corroboram o estudo realizado em território nacional sobre a educação em Portugal, em 2010 onde se constata que, 40, 6% dos portugueses tinham como escolaridade o 1º ou 2º ciclo (gráfico nº 30).

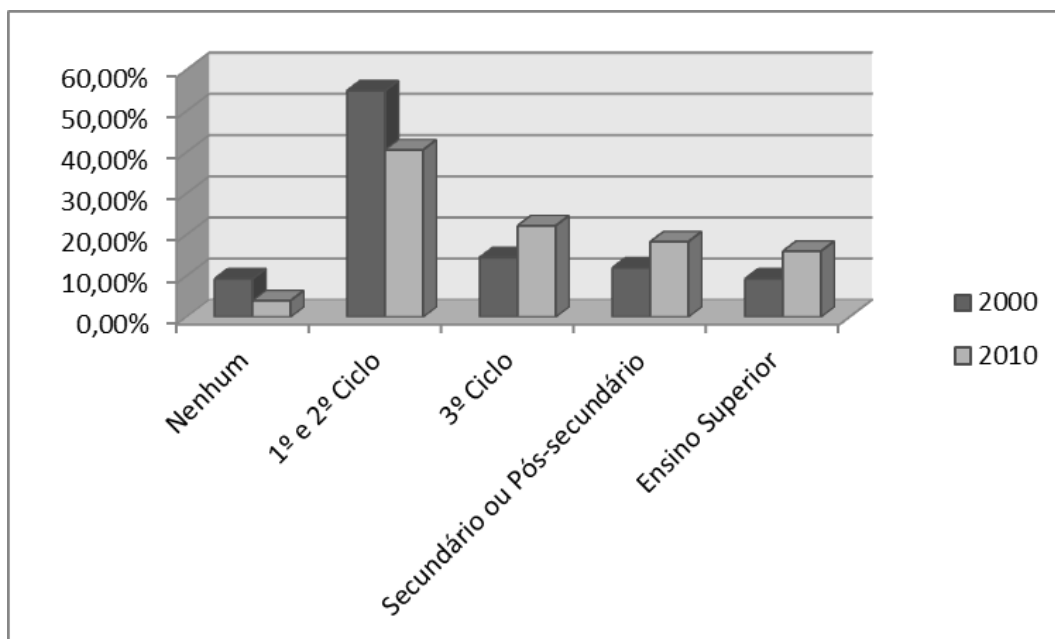


Gráfico 29 ⁴³ - Qualificação da população ativa portuguesa⁴⁴

Relativamente a profissão da mãe se situar no sector de especialistas das profissões intelectuais e científicas deve-se, partindo da análise do relatório “Estado da Educação 2011. A Qualificação dos Portugueses” do Conselho Nacional de Educação ao fato de:

“A partir da geração que iniciou a escolarização na década de sessenta, iniciou-se um processo de inversão da tendência de qualificação mais elevada dos homens, passando as mulheres a apresentar níveis superiores de qualificação” (Conselho Nacional de Educação, 2011, p. 28).

Certo é, que a mulher portuguesa só após revolução do 25 de Abril adquiriu direitos que lhes estavam vedados, tais como:

“O acesso a todas as carreiras profissionais; o direito ao voto; ser retirado aos maridos os direitos de lhes violar a correspondência e não autorizar a sua saída do país; ser

⁴³ Quadro adaptado do relatório “Estado da Educação 2011. A Qualificação dos Portugueses”, Conselho Nacional de Educação” p 19.

⁴⁴ “Embora a percentagem da população portuguesa (entre os 25 e os 64 anos) que atingiu pelo menos o nível secundário (12º ano) tenha aumentado 12,5% na última década, Portugal está ainda a 40,8 % da média da UE (31,9% para 72,7%). Situação diferente é a que se observa na população com ensino superior onde se regista uma diferença de 10,5 % relativamente à média europeia (15,4% para 25,9%)”. (Conselho Nacional de Educação, 2011)

alargada a licença de maternidade para 90 dias; ser reconhecida constitucionalmente a igualdade entre homens e mulheres em todas as áreas; ser aprovado um novo Código Civil em que desaparece a figura de "chefe de família" (Ferreira V. , 1998, p. 2)

Devido a vários fatores sociopolíticos, a mulher portuguesa foi conquistando, passo a passo, um papel importante nas estatísticas nacionais relativamente aos diplomados com ensino superior⁴⁵.

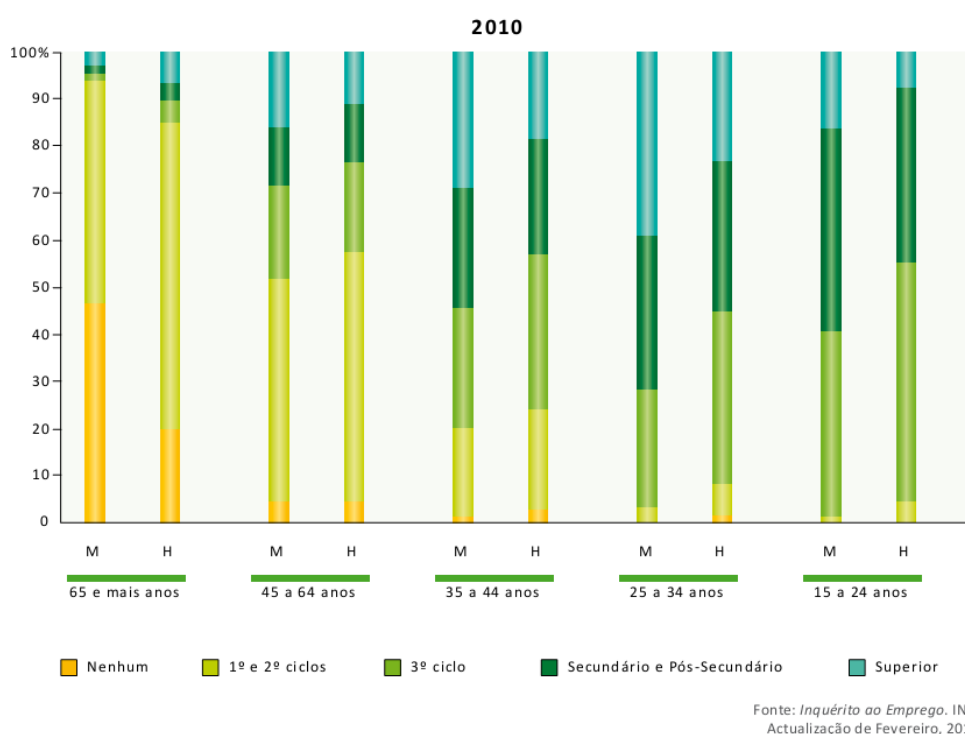


Gráfico 30 - Qualificação da população ativa (%), por grupo etário e sexo, em Portugal.

Apontamos algumas diferenças entre as amostras, mas não consideramos que sejam de relevância significativa para separar a amostra *outgoing* das duas

⁴⁵ “Assim, observamos que a população estudantil universitária é maioritariamente constituída por raparigas desde meados da década de 80, o que faz com que, em 1995, dos portugueses com menos de 30 anos habilitados com um curso superior, 63,3% sejam do sexo feminino. Sendo o fenómeno da feminização da universidade extensivo aos restantes países europeus, o caso português apresenta particularidades, pela sua antiguidade (no ano lectivo de 1960/61, Portugal apresentava já uma taxa elevada de feminização, 31,4%) e pela sua extensão a praticamente todos os ramos de ensino. No ano lectivo de 1993/94, as raparigas eram a maioria em todos os cursos universitários do ensino público com excepção das Ciências da Computação (39%), da Engenharia (30,4%) e do Desporto (40%) e Arquitectura e Urbanismo (46%)”.(Id. Ibid. p4) [sic]. “De facto, em Portugal a instrução superior constitui a via de eleição para a emancipação da mulher” (Coelho, 2006, p. 22)

outras amostras, na descrição do perfil sociodemográfico do aluno que realiza Erasmus.

Este é um jovem que provém de uma classe⁴⁶ média, com rendimentos por volta dos 2 mil euros mensais (Observatório das desigualdades, 2012), vive numa família tradicional formada pelo pai, mãe e filhos, o agregado é composto maioritariamente por 3 a 5 pessoas (71,9%). Constata-se que o agregado familiar tem maioritariamente um nível elevado de qualificação escolar logo permite ao jovem ter contacto com conteúdos culturais⁴⁷ mais amplos e abertos que proporcionam uma maior aceitação a novas experiências e uma apetência para a procura de valorização pessoal, cultural e social.

⁴⁶ Define-se por classe “ocupam posições semelhantes e que, colocados em condições semelhantes e sujeitos a condicionamentos semelhantes, têm, com toda a probabilidade, atitudes e interesses semelhantes, logo, práticas e tomadas de posição semelhantes”. (Bourdieu, 1986, p. 136)

⁴⁷ “O ambiente cultural da família é um elemento importante para o desenvolvimento da criança, nos meios pobres o ambiente cultural é visto como uma causa de inibição e de bloqueio a um desenvolvimento harmonioso enquanto, que nos meios privilegiados, pela proximidade da cultura de referências este assume-se como factor de crescimento e desenvolvimento pessoal.” Diogo, J. M. L. (1998). *Parceria escola – família – A caminho de uma educação participada*. Porto: Porto Editora.(p53)

2 - Características dos motivos da amostra dos alunos em mobilidade acadêmica no ano letivo 2009/2010 (1º semestre) e 2010/2011 (2º semestre).

2.1 - Os motivos, um caminho persuasivo ou dissuasivo?

Os motivos acadêmicos com valor mais expressivo⁴⁸, para os inquiridos do conjunto dos estudantes inquiridos, são indicadores relacionados particularmente com a valorização e oportunidade profissional. O mais significativo é o indicador “Oportunidade de novos horizontes profissionais”⁴⁹, com 89,2%⁵⁰ de respostas sendo este um ponto de extrema importância. Em segundo lugar aparece o indicador “Currículo, carreira profissional” com 85% das pessoas inquiridas a indicar este como um fator importante. Estes valores percentuais indicam claramente que estes dois pontos são cruciais para a decisão. Denota-se que os indicadores diretamente ligados à área acadêmica, tais como: créditos educacionais, interesse no plano de estudo e disciplinas não disponíveis na universidade de origem, tem uma percentagem inferior a 50%, refletindo que o peso destes motivos não são decisivos na decisão de realizar uma mobilidade acadêmica. Verifica-se que os alunos do conjunto dos inquiridos que realizam este programa têm como principal intenção e possibilidade de abertura de caminhos para o seu futuro profissional, a construção de uma base sólida no seu desenvolvimento interpessoal. Os motivos acadêmicos são um elemento que revelam ser um ponto estratégico para a decisão, remetendo-nos para a teoria da expectativa de Vroom e a necessidade de auto-realização (Hierarquia das necessidades de Maslow). As mesmas incidem sobre o resultado que o indivíduo espera ao realizar determinada tarefa, para este jovem esta experiência será um elemento de interligação ao seu futuro profissional.

⁴⁸ As variáveis que se vão tratar posteriormente são variáveis que se apresentam numa escala de importância (nada importante a muito importante).

⁴⁹ Pergunta com resposta múltipla.

⁵⁰ A percentagem é calculada por agregação das avaliações 4+5

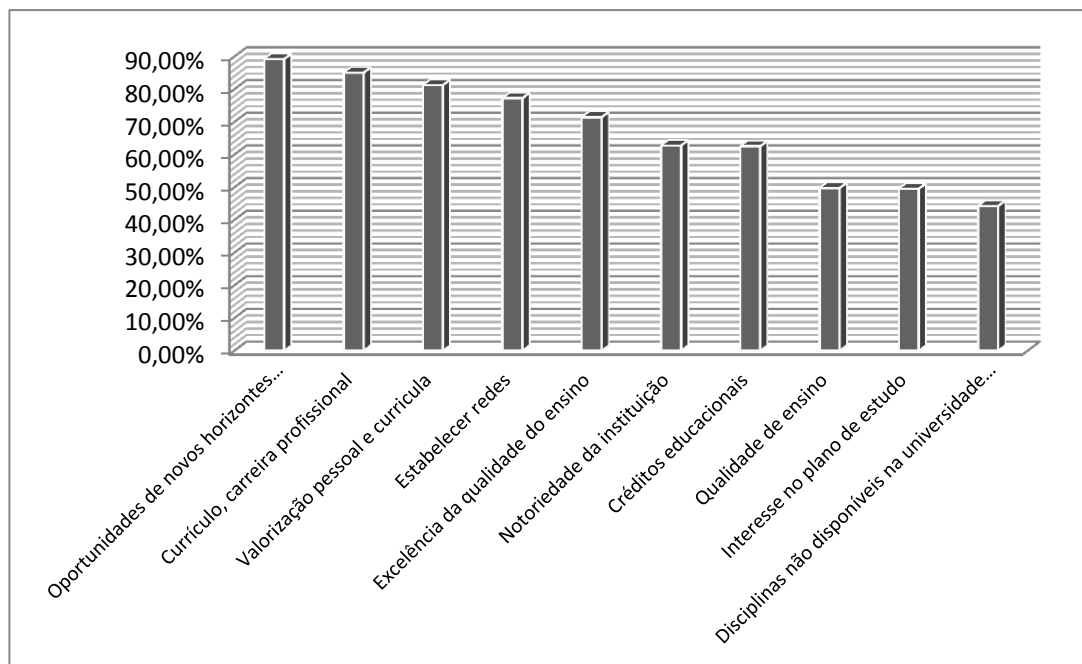


Gráfico 31 - Valores dos motivos acadêmicos do conjunto dos estudantes inquiridos

No que respeita à variável género constatamos que existe uma evidência estatística para afirmar que os géneros feminino⁵¹ e masculino são diferentes no que respeita ao valor atribuído a cada indicador (Valor de significância estatística obtida 0,000)⁵². O sexo feminino valoriza mais os seguintes indicadores:⁵³

- Oportunidade de novos horizontes profissionais (3,52)
- Currículo, carreira profissional (3,4)
- Valorização pessoal e curricular (3,34)
- Excelência da qualidade do ensino (2,93)
- Interesse no plano de estudo (2,86)
- Créditos educacionais (2,83)
- Notoriedade da instituição (2,79)
- Disciplinas não disponíveis na universidade de origem (2,48)

O indicador mais valorizado por ambos os géneros é - Oportunidade de novos horizontes profissionais.

⁵² Em anexo apresentação detalhada dos outputs dos testes estáticos

⁵³ Output do teste T-student (SPSS) com nível de confiança de 95% - Valor da média - Dados específicos em anexo

Teste da hipótese 1: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto aos motivos académicos na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar. Esta hipótese confirma-se - os géneros feminino e masculino tem um comportamento distinto apesar de ambos procurarem no primeiro motivo académico “oportunidade de novos horizontes”.

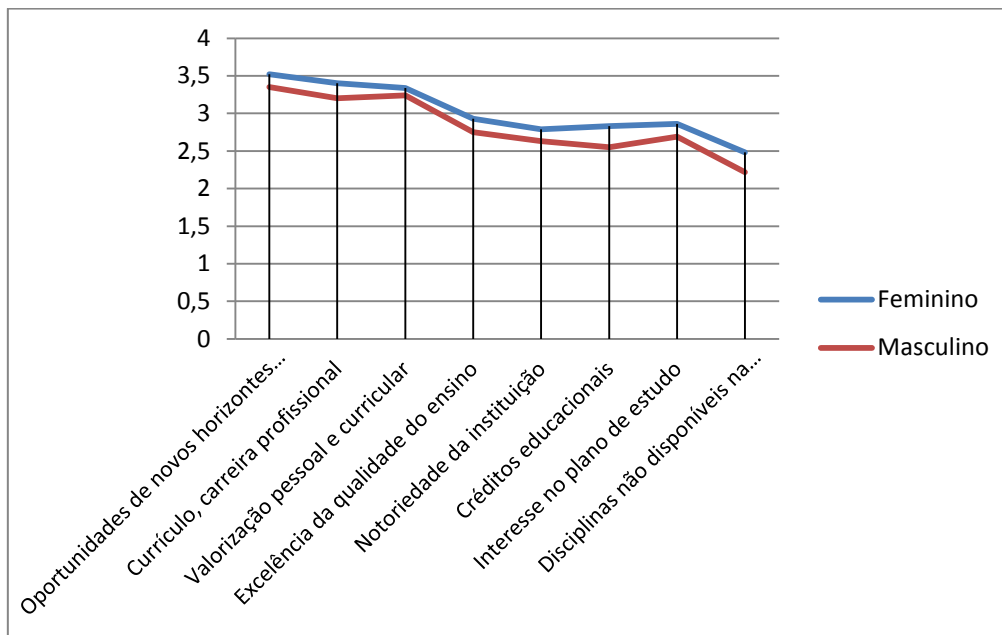


Gráfico 32 - Valores da média de significância entre géneros

O sexo feminino, do ponto de vista dos motivos académicos, foca-se sobretudo nas necessidades de uma formação ampla e inovadora com prestígio que lhe favoreça uma estratégia no seu futuro profissional.

Na análise da variável origem da mobilidade constatamos que existe evidência estatística para afirmar que a amostra *Incoming* e *Outgoing* têm diferenças significativas⁵⁴ (Valor de significância estatística obtida 0,000). A amostra *Outgoing* valoriza mais os motivos académicos nos seguintes indicadores:

- Valorização pessoal e curricular (3,82)
- Currículo, carreira profissional (3,62)
- Oportunidade de novos horizontes profissionais (3,6)
- Estabelecer redes (3,26)

⁵⁴ Existe diferença significativa quando se verifica no “T-test fo Equatlity of means” na coluna Sig.(2tailed) o valor for abaixo de 0,05

- Excelência da qualidade do ensino (3,04)
- Notoriedade da instituição (2,91)
- Créditos educacionais (2,83)
- Disciplinas não disponíveis na universidade de origem (2,51)

O indicador mais destacado pela amostra *Outgoing* é – Valorização pessoal e curricular (3,82) enquanto para a amostra *Incoming* é Oportunidade de novos horizontes profissionais (3,33).

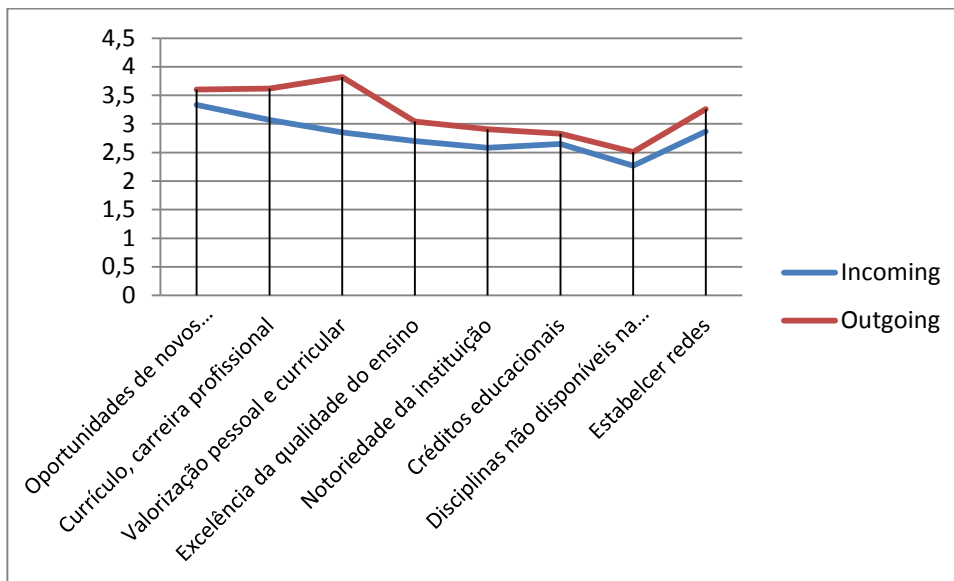


Gráfico 33 - Valores da média de significância entre as amostras *Incoming* e *Outgoing*

Teste da hipótese 2: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto aos motivos académicos na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente do género, da idade, grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese 2 confirma-se: Os alunos em mobilidade académica europeia diferenciam-se nos motivos. Os alunos *incoming* privilegiam “oportunidade de novos horizontes” e os *outgoing* “Valorização pessoal e curricular”.

Os motivos académicos incidem, no geral, sobretudo no fator *push* – valor educacional e ou enriquecimento intelectual. Este jovem procura, sobretudo, na vertente da experiência académica além fronteira uma aquisição de meios que permitem o fortalecimento a nível pessoal e intelectual, preparando para os possíveis desafios do século XXI. Estes motivos encaixam-se no sector do topo da pirâmide de Maslow – a auto-realização mas também alforra o sector da

segurança. Esta experiência vai-lhe proporcionar mais confiança/segurança para alcançar os seus objetivos futuros. Esta vertente é concordante em ambos os grupos.

Na categoria dos motivos culturais e recreativos, o motivo “ Razões culturais” é a que apresenta maior pertinência para o conjunto dos estudantes inquiridos com 91,3% de inquiridos que o consideram importante. A possibilidade de um estreito contacto com a cultura de outro país independentemente de ser um contacto mais próximo com cultura erudita, popular ou exótica é um facto muito atrativo. O que prevalece é a sede de aquisição de conhecimento distinto revelando-se um motivo com muito peso na tomada de decisão. Isto porque “O processo de comunicação de cada sociedade varia de acordo com suas características económicas, sociais, históricas e culturais, mas a globalização tende a uniformizar também isto” (Myanaki, Leite, César, & Stigliano, 2007, p. 12). Este jovem procura exatamente o oposto, a “autenticidade do lugar“, do verdadeiro, da identidade cultural nacional presente no país de acolhimento e que possibilitará uma experiência única. E por outro lado, constata-se que qualquer forma de viajar terá um elemento cultural associado.

“Qualquer que seja o motivo da viagem, haverá sempre um elemento cultural a ser consumido dentre toda a produção associada ao turismo: a gastronomia, a arte, o artesanato ou outros produtos locais, as paisagens naturais e culturais do receptivo, suas festas e celebrações, a música ao vivo nos bares e a cultura viva presente nas ruas” (Id. Ibid. p18) [sic]

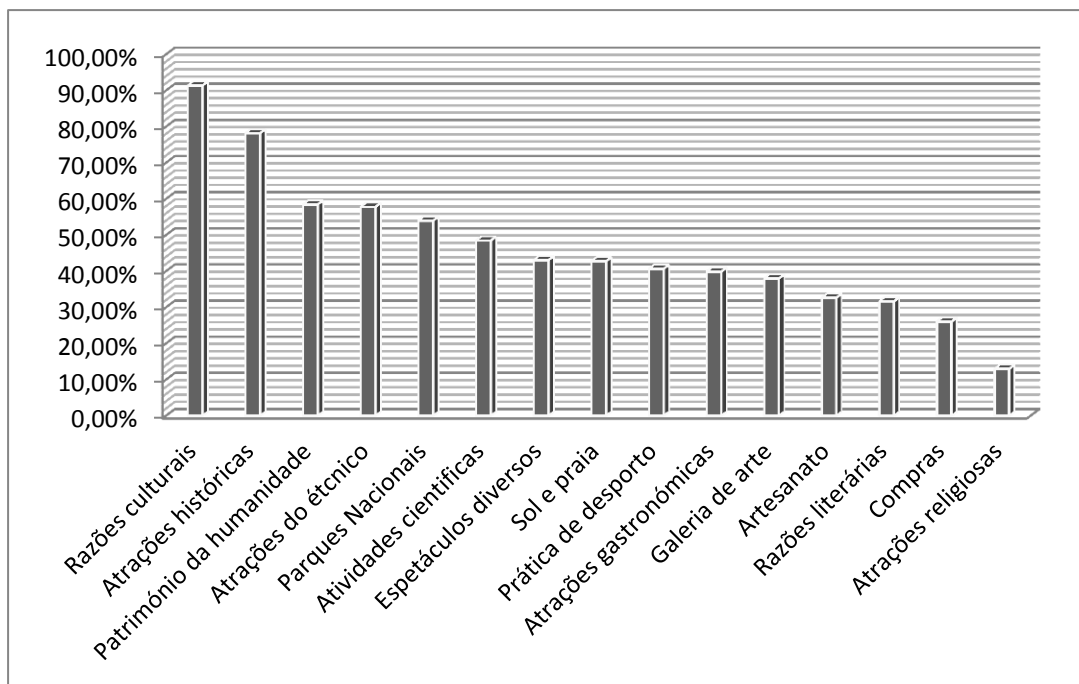


Gráfico 34 - valores dos motivos culturais e recreativos do conjunto dos estudantes inquiridos

Ao observar este gráfico verificamos que existe uma pluralidade de motivos com variações para uma prática de cultural erudita, popular e até certo ponto exótica.

Na área da cultura erudita encontramos práticas ligadas a aquisição do conhecimento como por exemplo galeria de arte, atividades científicas, razões literárias. A baixa percentagem de praticantes deve-se ao facto de este tipo de prática ser específica de grupo de elite, que tem características sociais e económicas que os distinguem dos outros mas atinge neste estudo 37,9%, o que é um valor a ter em consideração.

Na cultura popular destaca-se a frequência nas práticas de atividade ligadas aos hábitos, atrações que ligam a tradição e a identidade do povo, como por exemplo: património histórico, atrações recreativas e gastronómicas.

A cultura exótica pode ser definida como: “fantasias sensuais inspiradas pelas paisagens luxuriantes de países distantes, e aos desconcertantes, mas fascinantes rituais praticados pelos seus habitantes”⁵⁵ sendo que nos motivos

⁵⁵ Cf. Christa Knellwolf, “The Exotic Frontier of the Imperial Imagination”, *Eighteenth-Century Life*, vol. 26, n.º 3 (Fall 2002), p. 10.

diferenciadores distingue-se o património étnico, artesanato e a atração por aspetos geográficos e climatéricos.

A pertinência destas várias formas de ver a cultura auxilia no entendimento do que afinal procuram estes jovens. Os dados revelam que os motivos não se limitam a homogeneização mas sim a uma simbiose, interligação entre vários motivos, uns com mais relevo e outro com menos. Observa-se essa característica quando o principal motivo indicado pelos estudantes é “Razões Culturais”, termo que engloba um leque de áreas culturais indiscriminadas.

Relativamente ao género verifica-se que existe diferença significativa (Valor de significância estatística obtida 0,000) em alguns motivos recreativos e culturais entre o feminino e masculino. As seguintes variáveis são mais influentes para o sexo feminino:

- Razões culturais (3,48)
- Atrações históricas (2,91)
- Atrações do património étnico (2,74)
- Património da humanidade (2,72)
- Parques nacionais (2,59)
- Sol e praia (2,41)
- Galeria de arte (2,31)
- Razões literárias (2,27)
- Artesanato (2,18)
- Compras (2,01)
- Atrações religiosas (1,67)

Em todos este universo de variáveis, presentes no gráfico 34, existe uma única variável que é mais significativa para o sexo masculino a “Prática de desporto” (2,40 valor da média), algo já dedutível pela tendência dos jovens masculinos para a prática do desporto mais que o sexo feminino.

Verificamos que se destaca novamente, em ambos os géneros, a variável “Razões Culturais”.

Teste da hipótese 3: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto às razões culturais na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). Esta hipótese confirma-se - os géneros feminino e masculino os géneros feminino e masculino tem um comportamento distinto apesar de ambos procurarem no primeiro motivo cultural “Razões culturais”.

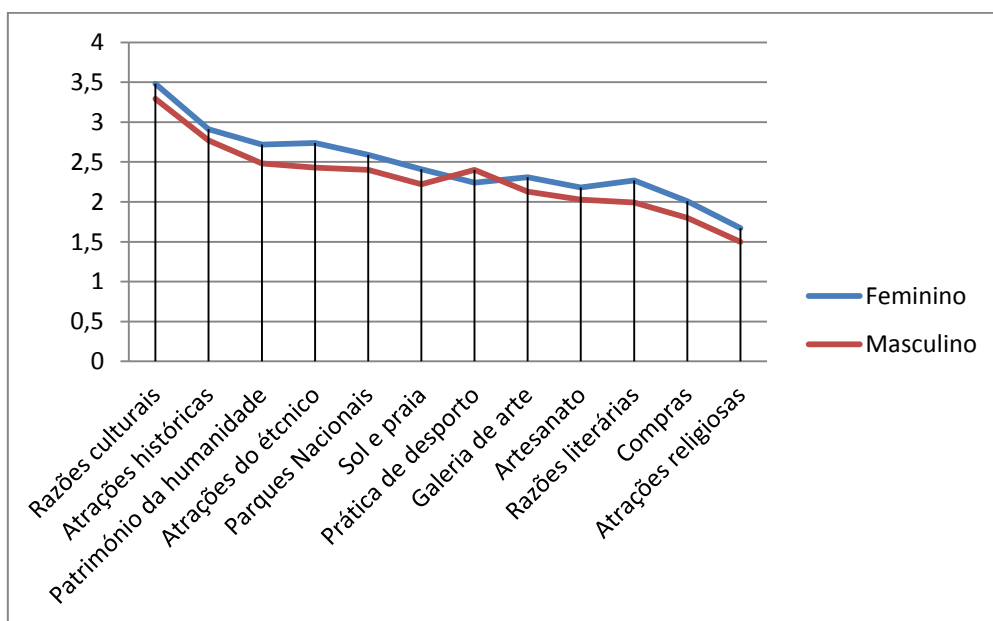


Gráfico 35 - Valores da média dos motivos culturais de significância entre géneros

Na variável de origem da mobilidade verifica-se que existe diferença significativa em alguns motivos recreativos e culturais (Valor de significância estatística obtida 0,000). A amostra dos alunos *Outgoing* é o que mais valoriza as variáveis culturais e recreativas, ligadas à cultura popular e erudita sendo as seguintes as mais destacadas.

- Atrações históricas (3,05)
- Património da humanidade (2,84)
- Atividades científicas (2,68)
- Espetáculos diversos (2,64)

- Galeria de arte (2,44)
- Razões literárias (2,25)
- Atrações religiosas (1,69)

É interessante verificar que os alunos portugueses revelam interesse pelas atividades científicas quando interrogados sobre os motivos académicos, área que não foi muito destaca pelo grupo das duas amostras e pelos *incoming*.

A amostra dos alunos *Incoming* dá mais significado a dois indicadores, estes diretamente ligados a cultura exótica:

- ✓ Artesanato (2,39)
- ✓ Sol e praia (2,88)

A significância destes dois indicadores deve-se sobretudo à busca de uma identidade cultural pessoal, onde o individuo procurar um ambiente onde sentirá diferenças expressivas da sua cultura de origem. A diferença da sociedade onde vai permanecer e a subsequente procura de conhecimento sobre a cultura que o vai rodear (Grossberg, 1996) é um motivo, e Portugal é bastante peculiar nesta questão.

Para as duas amostras *Incoming* e *Outgoing* o indicador mais destacado é “razões culturais”, tal como o conjunto dos inquiridos e relativamente ao género.

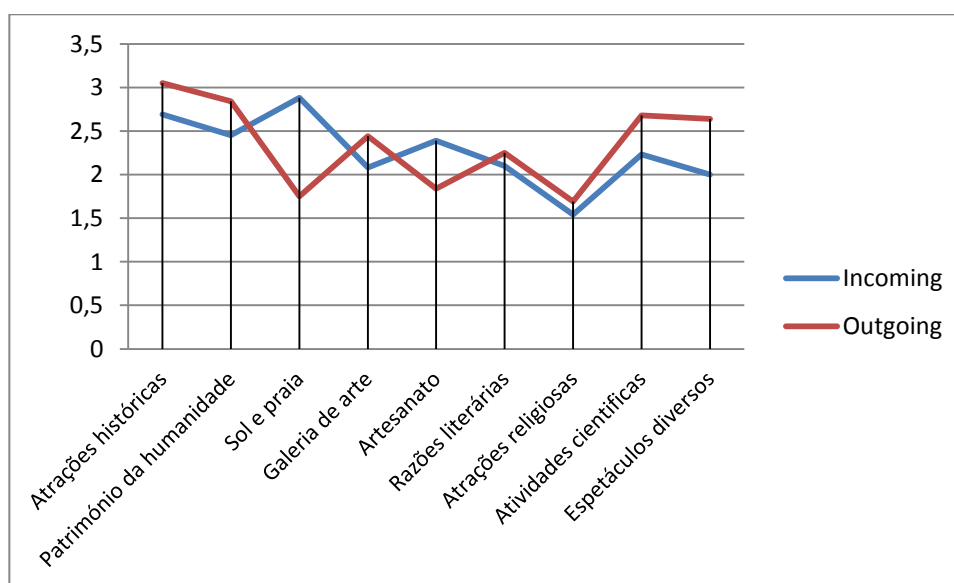


Gráfico 36 - Valores da média entre as amostras *Incoming* e *Outgoing* dos motivos culturais

Teste de hipótese 4: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto às razões culturais na sua decisão de fazer um programa de mobilidade independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar. Esta hipótese confirma-se - Os alunos em mobilidade académica europeia tem um comportamento distinto apesar de ambos procurarem nos motivos culturais “Razões culturais”.

Constata-se que em ambos as amostras existe uma influência dos fatores *pull*, sobretudo os que dizem respeito às amenidades naturais, sociais e culturais. O indicador “razões culturais” é o mais destacado e aqui falamos da cultura vista como um aglomerado de áreas; este jovem é atraído por características que lhe ofereça experiências ligados a cultura, em geral seja ela artística, recreativa, paisagística ou histórica. A cultura é um elemento *multi-empendedor* que permite a combinação de várias características.

A amostra de alunos *Outgoing* por um lado liga-se mais a fatores de ordem eruditos enquanto a amostra de alunos *Incoming* é atraído por uma cultura mais popular. A associação, das razões académicas às razões culturais são um ponto muito valorizado por este conjunto de estudantes inquiridos. Esta assimilação proporciona um ambiente criativo e inovador, proporcionando ao jovem um período de mobilidade dinâmico e multidimensional. Este último ponto, tal como nos outros anteriores, são motivos ligados a auto-realização e ao crescimento (Teoria de Erg) mas com necessidades diferentes para cada grupo.

Na categoria dos motivos relacionados com o destino o indicador mais relevante é “Experiência europeia”.

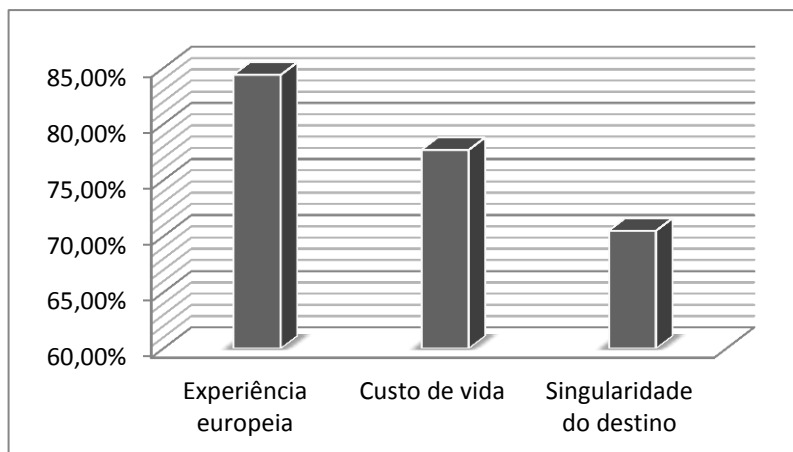


Gráfico 37 - Motivos relacionados com o destino

Já neste ponto percebe-se que apesar do indicador “experiência europeia” ser o mais determinante, os outros indicadores têm percentagens de nível importante. Os três indicadores têm uma percentagem não inferior a 70% o que revela a pertinência de todos, a integração de diversos indicadores pesa na balança da decisão. Uma razão que apontamos para os indicadores estarem próximos, seguindo as conclusões anteriormente apresentadas, é que na decisão final é tido em conta a pluralidade de fatores e estes influenciam-se uns aos outros, mantendo uma relação dependente entre os diversos indicadores. O facto de “experiência europeia” ser um indicador de maior relevo deve-se a este género de experiência ser um catalisador de intercâmbio em várias áreas, desde o contacto com outras nacionalidades, preparação profissional e um aumento das aptidões linguísticas. O custo de vida é um elemento importante porque ele tem um duplo papel, o de atrativo ou de inibidor; se o país de acolhimento tiver um nível de vida elevada este poderá ser um fator repulsivo e se se verificar o oposto será um fator atrativo. A grande preocupação com este indicador deve-se sobretudo a insuficiência de financiamento por parte do Estado no apoio à realização de uma mobilidade e muitos jovens não terem recursos suficientes (familiares ou pessoais) para ir para países com nível de vida mais elevado. A singularidade do destino é uma condição de relevo, procurar um país com características opostas ao país de origem é uma particularidade importante na decisão.

Quando observamos os dados relativamente ao género existe uma diferença significativa (Valor de significância estatística obtida 0,124) para afirmar

que os géneros não se diferenciam. O indicador custo de vida para o género feminino é um fator com maior importância, revelando uma preocupação com o custo de vida do país de acolhimento.

Teste da hipótese 5: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto aos motivos da sua decisão ligada ao destino independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais; da profissão dos pais e do rendimento familiar. A hipótese não se confirma – os géneros feminino e masculino procuram relativamente ao “motivo escolha do destino” o indicador “Custo de vida”.

Na análise dos dados das amostras dos alunos *incoming* e *outgoing* confirma-se que a amostra dos alunos portugueses que saem dá maior importância a todos os indicadores, refletindo o anteriormente exposto.

- Experiencia europeia (4,44)
- Custo de vida (4,17)
- Singularidade do destino (4,13)

Teste da hipótese 6: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto aos motivos da sua decisão ligada ao destino independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,146). Hipótese não confirmada - Os alunos em mobilidade académica europeia não se diferenciam nos motivos culturais, ambos privilegiam “Experiência europeia”.

O output dos dados manifesta que existe uma mistura de fatores *push* e *pull*, remetendo-nos para itens que estão localizados em ambos. Nos fatores *push* em relação aos três indicadores: novidade, prestígio e socialização. Nos fatores *pull* os três indicadores apontam para oportunidades sociais, atrações culturais e físicas. O indicador “experiência europeia” revela que os estudantes Erasmus da amostra pretendem, sobretudo comunicar com outras culturas e hábitos fornecendo-lhes atributos socioculturais a nível de valorização individual e interpessoal.

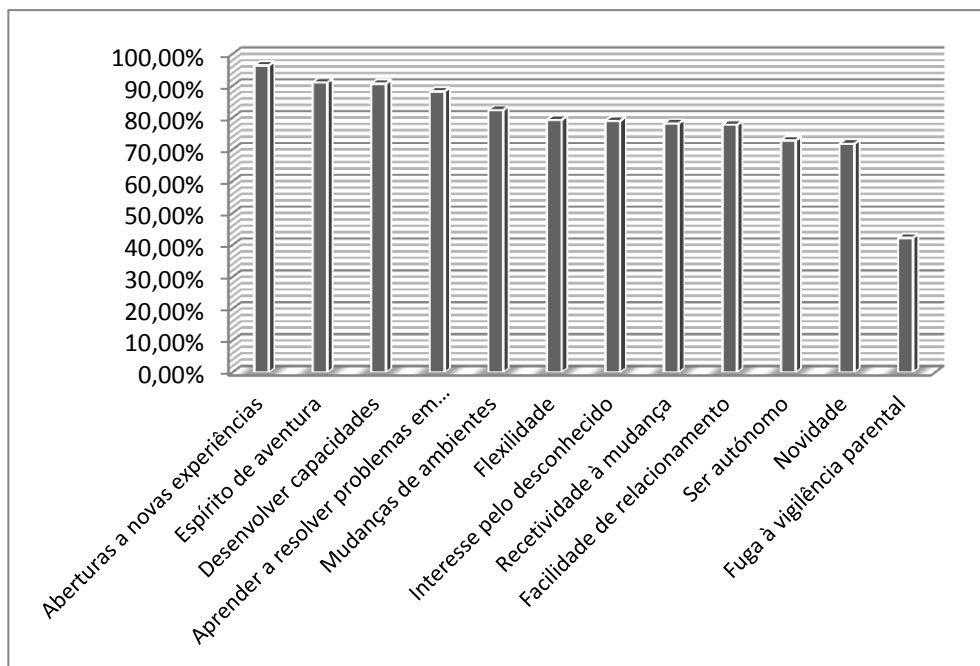


Gráfico 38 - Valores relativos aos motivos pessoais do conjunto de estudantes inquiridos.

Nos motivos pessoais – “Abertura a novas experiências” é o indicador mais destacado para o conjunto dos estudantes inquiridos, mas no entanto, não podemos deixar de dar relevância aos outros indicadores presentes. No gráfico 38 verificamos que em 99% dos indicadores nenhum está abaixo dos 70%, exceto “fuga à vigilância parental”, e todos têm um valor muito aproximado, um dado pertinente relativamente a questão que temos vindo a constatar que existe uma interligação entre vários fatores/indicadores (ver ponto 5.1 do 1º capítulo).

Dentro destes indicadores observa-se que a valorização individual seja a nível académico ou cultural, é um comportamento que interage com a decisão. Dentro deste parâmetro distinguimos características que nos remetem para a área académica como por exemplo “desenvolver capacidades” e “aprender a resolver problemas”. A nível cultural os indicadores “abertura a novas experiências” e “espírito de aventura” por exemplo remetem-nos para uma experiência cultural mais ampla com características pessoais.

Relativamente aos fatores *push* e *pull* encontram-se aqui bastante marcados, os motivos de decisão tem a sua génese nos motivos pessoais, no indivíduo.

Relativamente à valorização nos motivos pessoais entre géneros existem indicadores mais relevantes para o sexo feminino que para o masculino:

- Abertura a novas experiências (4,78)
- Desenvolver capacidades (4,56)
- Espírito de aventura (4,56)
- Aprender a resolver problemas em situações imprevistas (4,48)
- Flexibilidade (4,25)
- Facilidade de relacionamento (4,21)
- Recetividade à mudança (4,17)
- Ser autónomo (4,16)
- Novidade (4,01)

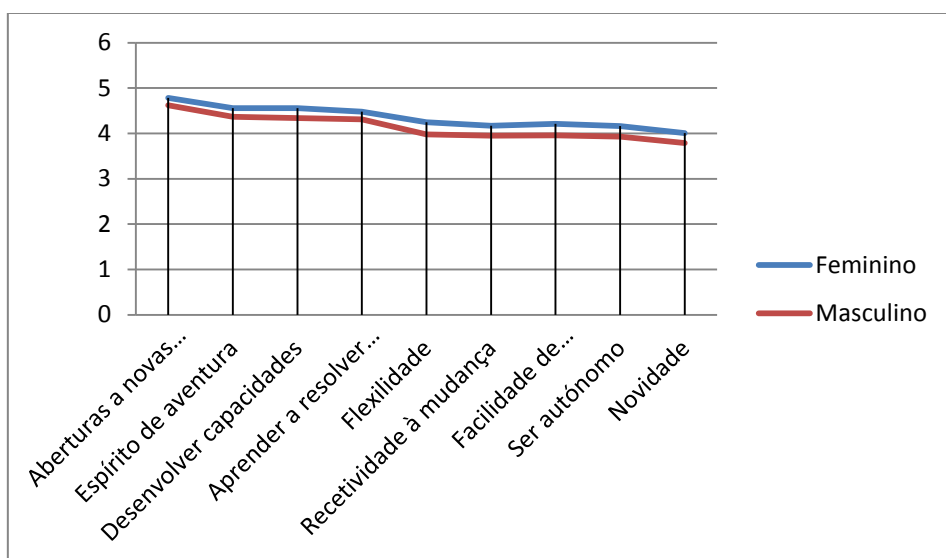


Gráfico 39 - Valores da média motivos relacionados com os motivos pessoais entre géneros

Em ambos os géneros o valor com mais destaque é “Abertura a novas experiências” tal como no conjunto total dos estudantes inquiridos.

Teste da hipótese 7: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se na atribuição de motivos para a sua decisão pessoal independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirma-se – os géneros feminino e masculino diferenciam-se nos motivos pessoais. O género feminino privilegia o motivo “Desenvolver capacidades” e o masculino “Espírito de aventura”.

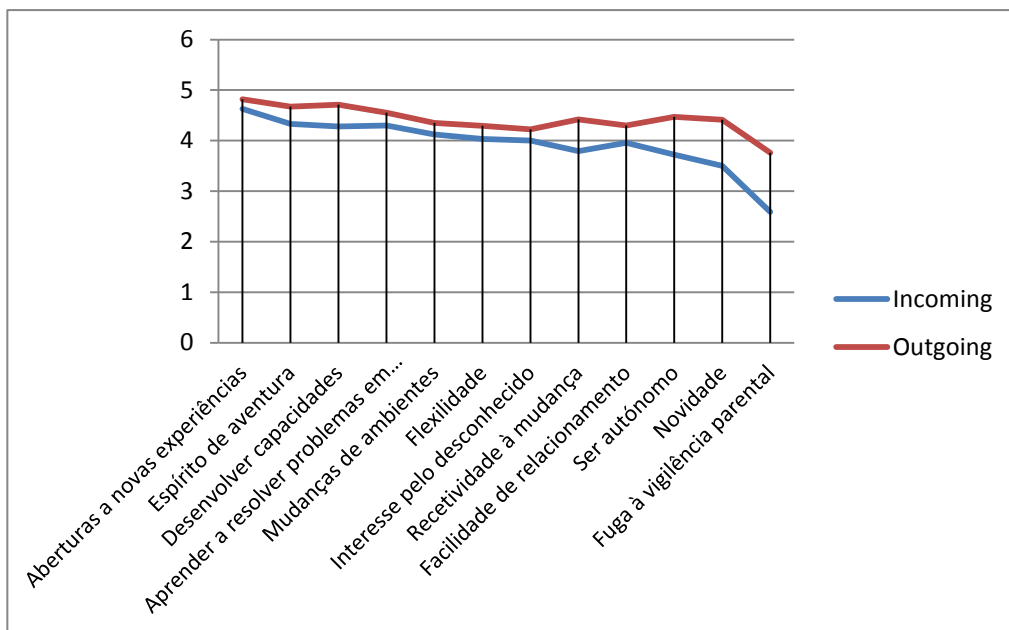


Gráfico 40 - Valores da média: indicadores relacionados com os motivos pessoais entre as amostras dos alunos *Incoming* e *Outgoing*

Quando comparamos as médias entre *incoming* e *outgoing*, os resultados apontam para que os motivos pessoais sejam indicadores mais valorizados para o grupo dos *outgoing*. O indicador “Fuga à vigilância parental” é o que apresenta mais disparidades entre os grupos, é pouco valorizado pelo estudante estrangeiro, enquanto para 51,6% do grupo de estudantes portugueses este é um indicador importante. Este fato pode dever-se, sobretudo, ao facto das famílias portuguesas terem ainda uma estrutura tradicionalista, protetora dos seus progenitores, refletindo assim a importância dada, pelos alunos que saem de Portugal, do indicador “necessidade de fuga do ambiente familiar”.

Teste da hipótese 8: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se na atribuição aos motivos da sua decisão a nível pessoal independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirma-se - Os alunos em mobilidade académica europeia diferenciam-se nos motivos pessoais. Os alunos *incoming* privilegiam o motivo “Espirito de aventura” e os *outgoing* “Desenvolver capacidades”.

Neste ponto já começamos a delinear uma característica que sobressai da análise dos dados. Na maioria dos casos o jovem em mobilidade académica delimita a sua experiência com motivos que o levam a alcançar “uma determinada meta” (Robbins, 2002). Os seus motivos vão ao encontro de objetivos estruturados que permitem que o seu esforço seja recompensado de alguma forma no momento da experiência mas que se espelhe no seu futuro.

Nos motivos na origem da decisão de escolha do destino, no conjunto dos inquiridos o indicador mais valorizado é “localização” mas no entanto verificamos que os outros têm valores que devem ser considerados, porque todos apresentam uma percentagem acima do 40%. Estes dados vêm reafirmar que a decisão é subordinada na interligação de vários elementos.

O indicador “localização” tem vários pontos abonatórios para a sua relevância: por um lado o fator económico (custo de estada, qualidade de vida e transportes); por outro o clima (mais quente ou mais frio); por outro se é um país central ou periférico (caso seja central pode permitir visitar outros países, se for periférico esta opção esta limitatida) e finalmente se é um país com especificidades geográficas diferentes do país de origem (por exemplo os *incoming* do norte da Europa procuram países com praias). Adjacente ao fator “localização”, verificamos que os outros são valorizados porque estão estreitamente ligados a todas as oportunidades que uma mobilidade académica pode fornecer, tanto a nível pessoal como a nível académico. É relevante ir para uma instituição com reputação com um sistema de ensino de qualidade e reconhecida a nível mundial (equivalências de diplomas); ir para um país que possibilita experiências inovadoras e diferentes do seu país de origem; ter uma melhor preparação para o mercado de trabalho.

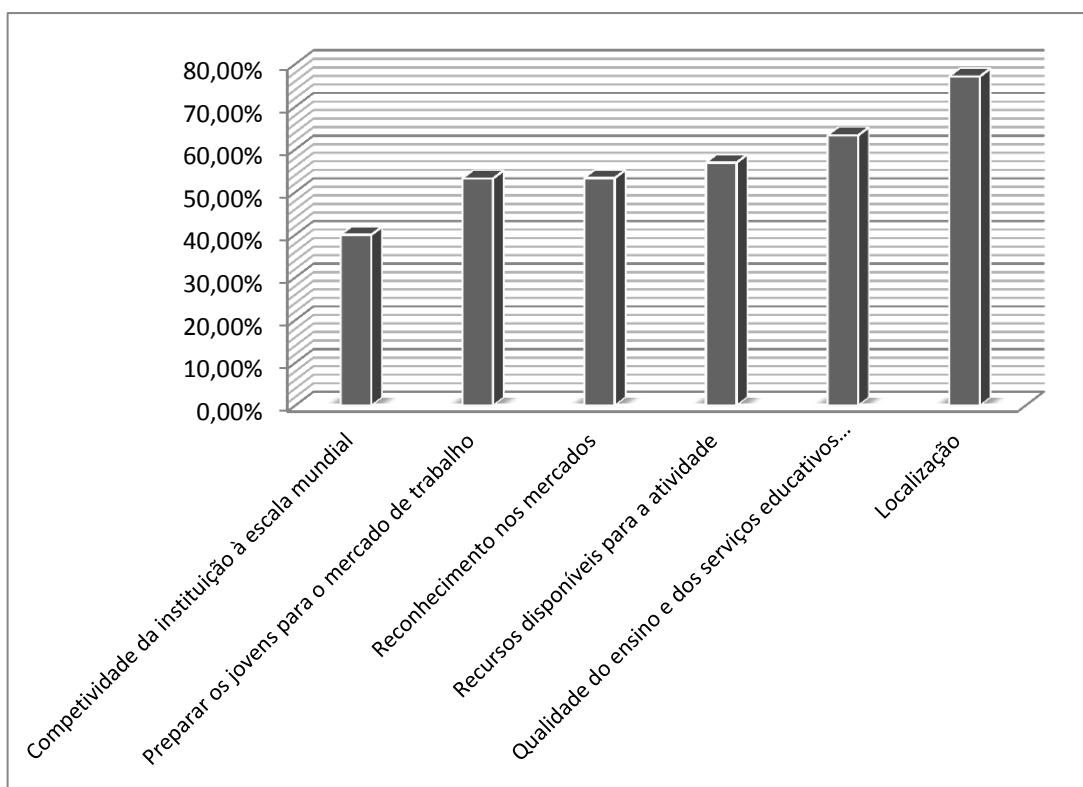


Gráfico 41 - Valores dos motivos relacionados com a decisão da escolha do destino – conjunto dos inquiridos.

No que se refere ao género existem diferenças significativas no que diz respeito a 4 indicadores. A estudante feminina valoriza mais os seguintes pontos: localização (4,04); preparar os jovens para o mercado de trabalho (3,50); qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos (3,82) e reconhecimento nos mercados (3,50). Esta jovem procura a construção de um capital social que lhe faculte uma rede preparatória para o futuro, tal como nos motivos académicos.

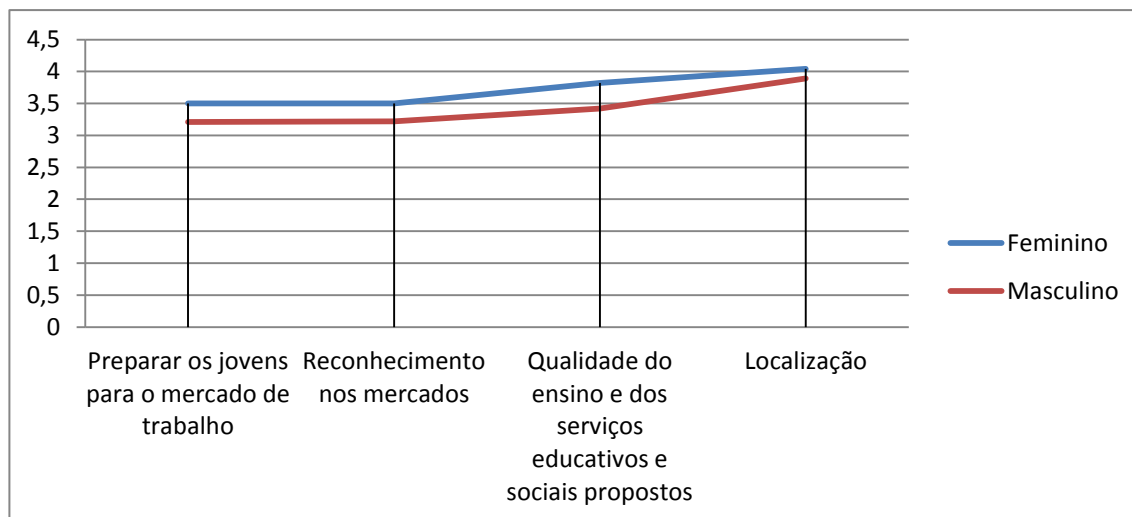


Gráfico 42 - Valores da média relacionada com a decisão da escolha do destino (género feminino/masculino)

Teste da hipótese 11: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se nos motivos que estiveram na origem da sua decisão sobre a escolha de instituição independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,045). A hipótese confirma-se – o género feminino e masculino diferenciam-se na escolha da instituição, ambos privilegiam a “localização”.

Na amostra relativa a origem – *incoming* e *outgoing*, o estudante português é o que mais valoriza todos os indicadores sobre a escolha do destino. É evidenciado nos resultados que os *outgoing* têm sobretudo uma preocupação na construção de alicerces para o seu futuro profissional e social, dentro e fora da instituição.

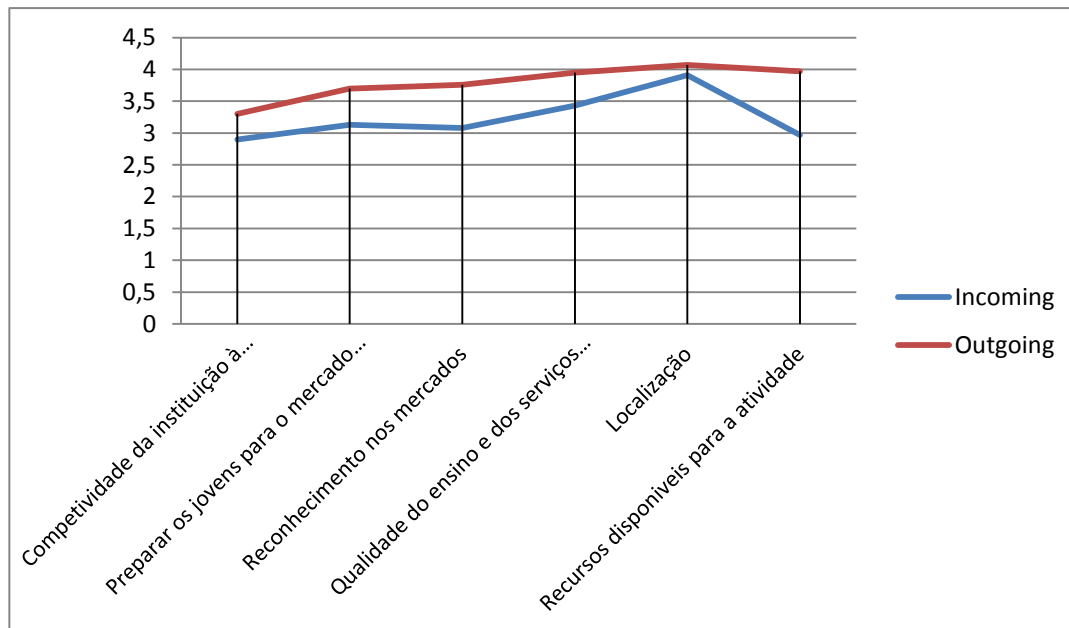


Gráfico 43 - Valores da média relacionada com a decisão da escolha do destino – *Outgoing/Incoming*

Teste da hipótese 12: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se nos motivos que estiveram na origem da sua decisão sobre a escolha de instituição informação independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirma-se - Os alunos em mobilidade académica europeia tem um comportamento distinto apesar na escolha da instituição, ambos procurarem a “localização”.

Os motivos que estão na origem da decisão relativamente aos indicadores “Outros motivos”, foram colocadas hipóteses muito variáveis que iam desde o plano social ao plano económico, esta escolha de indicadores deve-se a necessidade de conseguirmos distinguir quais de facto são importantes para o estudante deste grupo associando-os aos dados das outras questões.

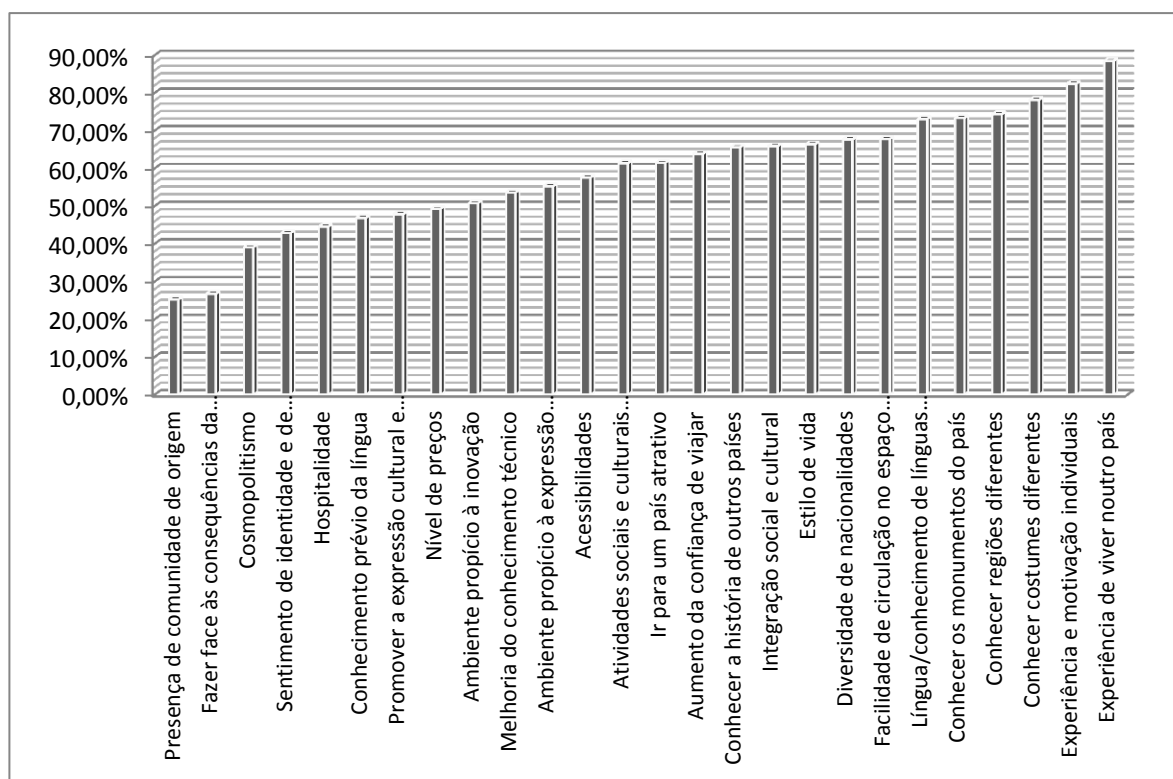


Gráfico 44 - Valores dos motivos relacionados com “outros motivos” relativos ao conjunto dos inquiridos

Sendo que a lista dos indicadores é extensa decidimos concentrarmo-nos nos dez mais valorizados, para uma visão mais específica e concreta:

- Experiência de viver noutra país
- Experiência e motivação individuais
- Conhecer costumes diferentes
- Conhecer regiões diferentes
- Conhecer os monumentos do país
- Língua/conhecimento de línguas estrangeiras
- Facilidade de circulação no espaço europeu
- Diversidade de nacionalidades
- Estilo de vida
- Integração social e cultural

Nestes dez indicadores é notório a presença de uma necessidade de mudança para novas experiências pessoais, sociais e culturais. O jovem tem necessidade de integração na rede social europeia, na criação de pontes que o liguem ao mundo, no conhecimento do outro, criando assim uma plataforma sólida para o seu futuro e estar preparado para ser um *Global Citizen*.

Esta procura de culturas estrangeiras, de novas experiências, de conhecer o mundo lá fora poderá significar que este jovem procura uma referência para se situar, reconhecer qual a sua verdadeira identidade cultural. Esta falta de autenticidade deve-se ao pluralismo cultural presente no mundo contemporâneo em que vivemos. Este jovem necessita de se identificar e procura neste tipo de programa além fronteira, uma experiência que o confronte com outras culturas e assim o ajudem a reconhecer a sua identidade cultural.

“Como uma identidade não é elaborada isoladamente, mas antes negociada pelo indivíduo durante toda a vida, se depreende daí a importância do reconhecimento nessa construção” (Noronha & Figueiredo, 2010)

É interessante verificar que dos dez primeiros indicadores nenhum está ligado diretamente ou indiretamente à vertente académica ou à aquisição de conhecimento.

No que se refere ao género, o feminino é o que mais valoriza e destaca os “outros motivos” no seu conjunto, sendo que o indicador “experiência de viver noutra país” o mais destacado, tal como no conjunto dos inquiridos.

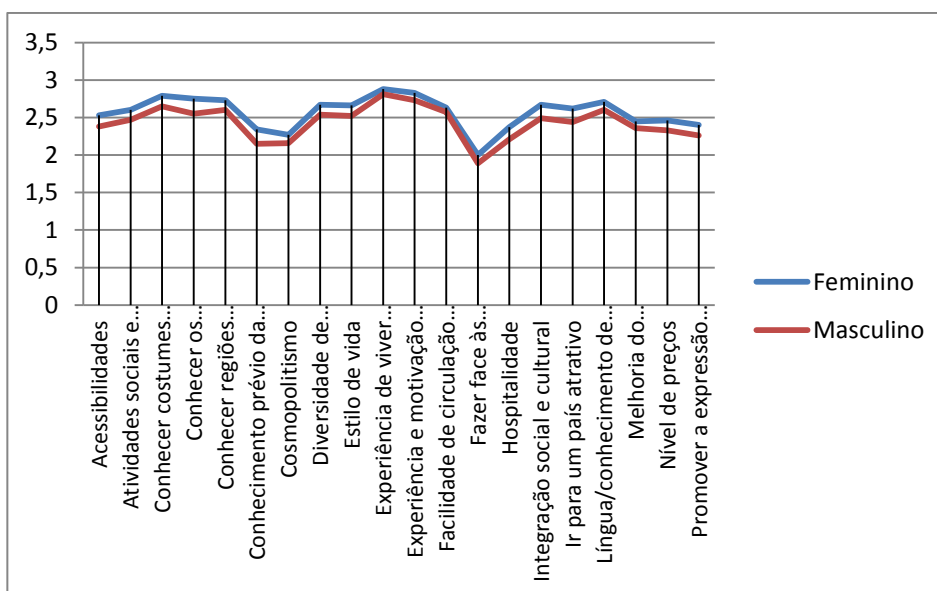


Gráfico 45 - Valores dos indicadores relacionados com a “outros motivos” relativos aos géneros

Teste da hipótese 17: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto a sua decisão de mobilidade independentemente da origem, da idade, do

grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirma-se – os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto a sua decisão de mobilidade. O género feminino privilegia “ Experiências e motivações individuais” e o masculino “Experiência de viver noutra país”

Em relação a origem – *Incoming* e *Outgoing*, verificamos que a “experiência de viver noutra país” é o mais destacado tal como nos outros anteriores. O gráfico seguinte elucida sobretudo que o estudante português revela maior preocupação no que diz respeito a referências relacionadas com a procura de valorização pessoal, seja académica, cultural ou social.

Na lista de todos os indicadores o estudante *outgoing* valoriza todos a exceção do indicador “conhecimento prévio da língua”, este é considerado com maior relevo pelos *incoming*. O aluno estrangeiro demonstra preocupação em estar preparado a nível linguístico para realizar uma mobilidade académica, é importante ser conhecedor da língua nativa, facilitando de algum modo a comunicação. Outra grande diferença é o que diz respeito ao indicador “fazer face às consequências da crise económica”. O estudante *outgoing* revê nesta experiência a possibilidade de oportunidade de trabalho, isto porque a situação económica do país assim o exige, trabalhar fora é uma necessidade de sobrevivência, o que não se coloca para muitos dos estudantes estrangeiros.

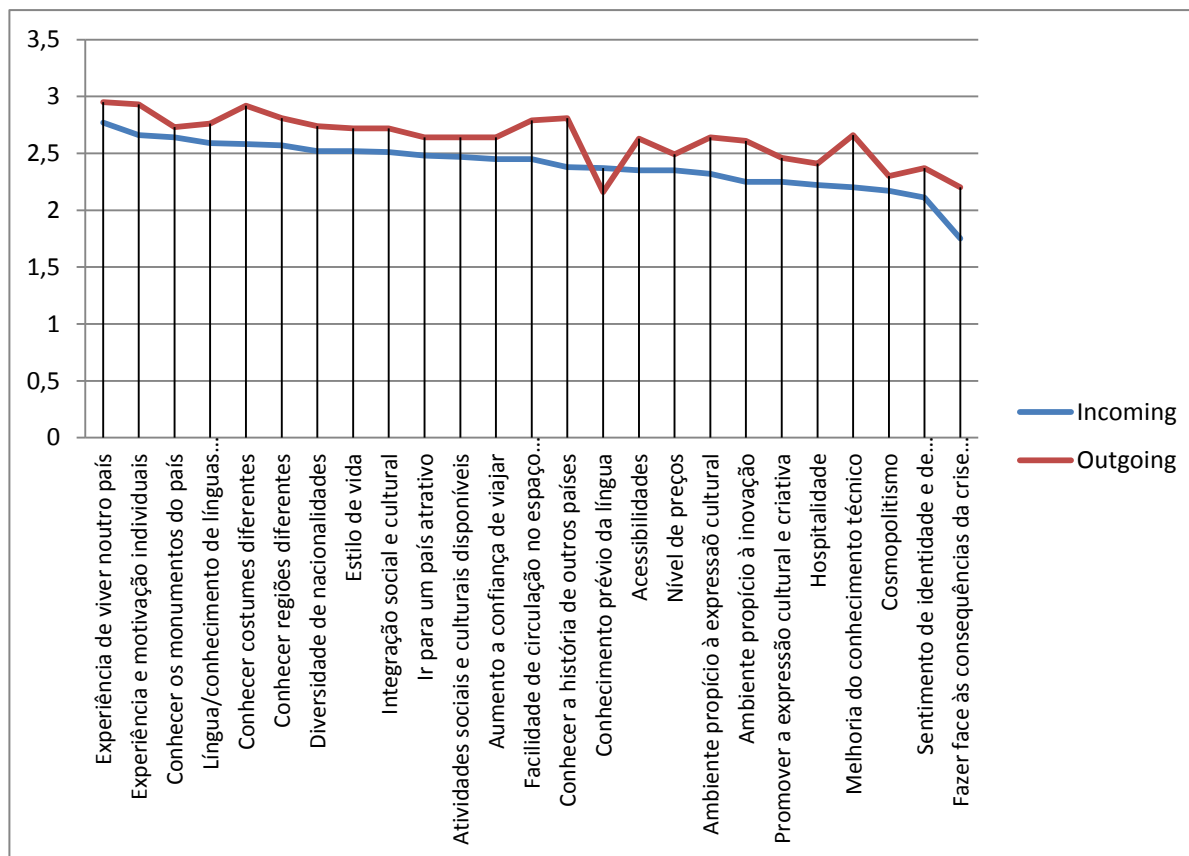


Gráfico 46 - Valores dos indicadores relacionados com a “outros motivos” – *incoming* e *outgoing*

Teste da hipótese 18: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto a sua decisão de mobilidade independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento (Valor de significância estatística obtida 0,000). Hipótese confirmada-se - Os alunos em mobilidade académica europeia tem um comportamento distinto apesar de ambos privilegiarem “Experiência de viver noutro país” quanto a sua decisão de mobilidade.

2.2.1- Enquadramento dos motivos nas teorias da motivação

Neste ponto iremos apresentar tabelas orientadoras relativamente aos motivos inseridos em cada teoria apresentada anteriormente na revisão da literatura (ponto 5.2 do capítulo I). Nas tabelas apresentaremos os motivos mais relevantes para cada variável.

Teoria pull e push

Motivo	Pull - oportunidades sociais e atrações; amenidades naturais e culturais e amenidades físicas e atividades de recreio				
Acadêmicos	Gênero		Fonte		
	Feminino	Masculino	Outgoing	Incoming	Conjunto total
	Estabelecer redes	Estabelecer redes	Estabelecer redes	Estabelecer redes	Estabelecer redes
Culturais	Atrações históricas	Atrações históricas	Atrações históricas	Sol e praia	Atrações históricas
Destino	Experiência Europeia	Experiência Europeia	Experiência Europeia	Experiência Europeia	Custo de vida
Pessoais	Espírito de aventura	Espírito de aventura	Espírito de aventura	Espírito de aventura	Espírito de aventura
Escolha do destino	Localização	Localização	Localização	Localização	Localização
Outros motivos	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país

Tabela 7 - Tabela dos motivos – fator *pull*

Motivo	<i>Push</i> - novidade; socialização; prestígios/ <i>status</i> e valor educacional ou enriquecimento intelectual				
Académicos	Género		Fonte		
	Feminino	Masculino	<i>Outgoing</i>	<i>Incoming</i>	Conjunto total
	Oportunidade de novos horizontes profissionais	Oportunidade de novos horizontes profissionais	Valorização pessoal e curricular	Oportunidade de novos horizontes profissionais	Oportunidade de novos horizontes profissionais
Culturais	Razões culturais	Razões culturais	Razões culturais	Razões culturais	Razões culturais
Destino	Experiencia europeia	Experiencia europeia	Experiencia europeia	Experiencia europeia	Experiencia europeia
Pessoais	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências
Escolha do destino	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Recursos disponíveis para a atividade	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos
Outros motivos	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais

Tabela 8 - Tabela dos motivos – fator *push*

De acordo com a tabela verificamos que as amostras se relacionam nos fatores *pull* e *push*, não existindo grandes abismos. Na amostra relativa aos géneros e no conjunto total não se observam diferenças, são homogéneos, os motivos de atração são idênticos. Constatamos o anteriormente analisado que a amostra de estudantes de *outgoing* procura locais que proporcionam um conjunto de práticas que possibilitam associar os diferentes fatores que este género de experiência faculta mas sobretudo pretende crescer academicamente e pessoalmente. No que diz respeito aos estudantes *incoming* o que os diferencia

da outra amostra é a referência às amenidades naturais do país, a sua experiência além fronteira pretende ser uma experiência única em todos os aspetos. O *incoming* retira do programa vantagens sejam académicas, sociais, pessoais, climatéricas e geográficas.

Teoria da motivação Abraham Maslow; Frederick Herzberg; Clayton Alderfer; MacClelland e de Vroom

Apresentamos seguidamente a tabela nº 9 para uma visualização sobre as dicotomias das teorias sobre as necessidades dos autores mais importantes – Maslow, Frederick Herzberg, Alderfer, McClelland. Tabela referencial que utilizaremos para enquadrar os motivos do nosso estudo de caso.

Necessidades	Maslow	Herzberg	Alderfer	McClelland
Alimento, repouso e abrigo	Necessidades fisiológicas	Factores higiénicos	Necessidades de existência	Necessidades de afiliação
Segurança e protecção	Necessidades de segurança	Factores higiénicos	Necessidades de existência	Necessidades de afiliação
Relacionamento, aceitação, amizade e consideração	Necessidades sociais	Factores higiénicos	Necessidades de relacionamento	Necessidades de afiliação
Progresso, reconhecimento e admiração pelos outros	Necessidades de estima	Factores motivacionais	Necessidades de crescimento	Necessidades de poder
Realização e desenvolvimento pessoal	Necessidades de auto-realização	Factores motivacionais	Necessidades de crescimento	Necessidades de realização

Tabela 9 - Comparação das necessidades dos indivíduos e as categorias das diferentes teorias das necessidades (Freitas, 2006, p. 29)

	Teoria das motivações				
	Género		Fonte		
	Feminino	Masculino	<i>Outgoing</i>	<i>Incoming</i>	Conjunto total
Alimento, repouso e abrigo	Albergue Juvenil	Albergue Juvenil	Albergue Juvenil	Albergue Juvenil	Albergue Juvenil
Segurança e proteção	Cidade de acolhimento	Cidade de acolhimento	Cidade de acolhimento	Cidade de acolhimento	Cidade de acolhimento
Relacionamento, aceitação, amizade e consideração	Práticas de sociabilidade	Práticas de sociabilidade	Práticas de sociabilidade	Práticas de sociabilidade	Práticas de sociabilidade
Progresso, reconhecimento e admiração pelos outros	Valorização pessoal e curricular	Valorização pessoal e curricular	Valorização pessoal e curricular	Currículo e carreira profissional	Valorização pessoal e curricular
Realização e desenvolvimento pessoal	Visitas culturais	Visitas a monumentos	Visitas a locais históricos	Visitas culturais	Visitas a monumentos

Tabela 10 - Práticas e motivos nas diferentes categorias das diferentes teorias das necessidades

Relativamente as teorias das motivações realizamos um levantamento das práticas mais realizadas ao longo da estadia para entender melhor o comportamento deste jovem. Verificamos mais uma vez que no geral, este jovem valoriza esta experiência como uma forma, sobretudo de crescimento pessoal. Este crescimento pessoal é visto como uma etapa para a preparação da sua vida futura a nível profissional. Em conclusão podemos afirmar que são jovens com um espírito aberto a aquisição de novas experiências, aproveitando tudo o que o programa Erasmus faculte.

2.2 - Qual o veículo preferencial para procura de informação sobre o programa, instituição e país de acolhimento?

Para o conjunto dos estudantes inquiridos as fontes de recolha de informação mais valorizadas são – “Através do gabinete de Erasmus”, “Através de Website” e “Redes sociais”.

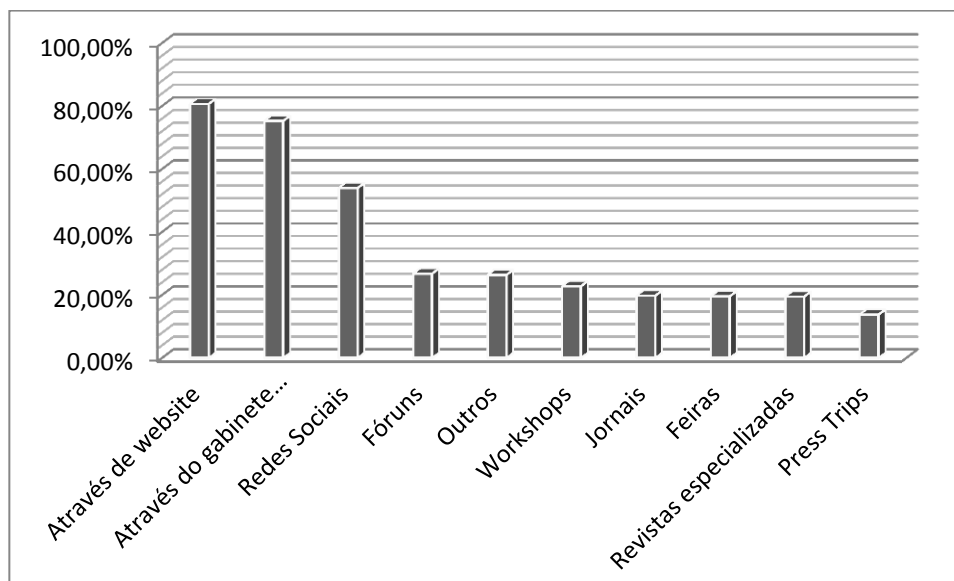


Gráfico 47 - Meios de informação - grupo geral

Os dados do conjunto dos dois grupos demonstram claramente que é valorizado a informação pesquisada através da internet, o que vem confirmar que esta geração é marcada pela utilização das novas tecnologias. Este jovem não procura informação num jornal, revista ou locais de informação mas, sim, na internet, onde podem encontrar informação concisa e sistemática rapidamente. Esta geração denomina de “geração Y” é dinâmica, consegue assimilar e procurar informação em vários sítios em simultâneo e privilegia como veículo de informação a internet. Este jovem é o característico *digital nomad*, sempre a viajar na internet e conectados ao mundo, à espera da última novidade.

No indicador “Através de *website*” os alunos pesquisam, sobretudo, informação relativa ao país e à instituição. A imagem é o grande atributo deste meio, isto porque vivemos numa era em que a imagem é o ícone da mensagem. O indicador “redes sociais” serve sobretudo para uma pesquisa de testemunhos de atuais ou antigos participantes de mobilidade académica, procurando referências que o ajudem a tomar a decisão, refletindo-se aqui a importância da

informação facultada pelo “*feedback*”. Ressalta na observação dos dados que o gabinete de relações internacionais é a segunda escolha, revelando-se assim, o seu papel como um meio para atingir um fim, isto é, após ter a informação recolhida da internet o aluno irá consultar o técnico do gabinete para se aconselhar e de algum modo averiguar se a informação recolhida na internet é sólida. O gabinete Erasmus tem um papel crucial nesta jornada de motivação, ele poderá ser um ator principal para a tomada de decisão do estudante.

Nos dados relativamente à variável género constata-se que o sexo feminino valoriza mais os indicadores “redes sociais” e “através de *web site*”. Este é um meio de comunicação bilateral e interpessoal com grande influência e em crescimento, servindo como um método de avaliação, um auxiliar para a tomada de decisão. Verificamos também que os outros indicadores têm valores muito reduzidos e que se distanciam muito dos indicadores determinantes, relevando que não são um recurso relevante para os alunos.

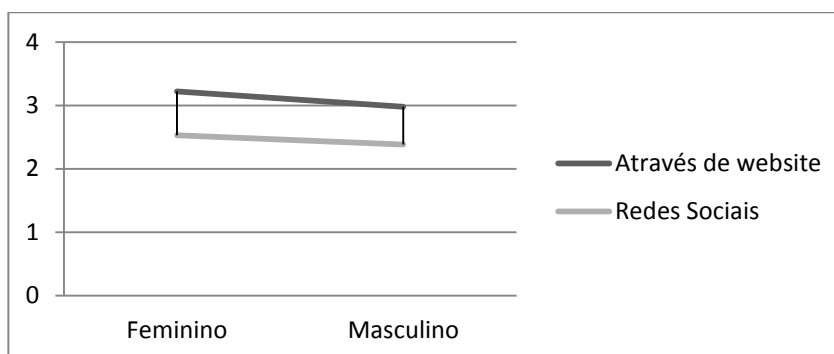


Gráfico 48 - Valores da média dos motivos relacionados com a fonte informação (género masculino/feminino)

Teste da hipótese 9: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se na escolha da fonte de informação independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirma-se – os géneros feminino e masculino diferenciam-se na origem da fonte da informação que consultam para tomar a decisão de mobilidade. O género feminino privilegia o meio de informação “através de *web site*” e o masculino “através do gabinete de Erasmus”.

É interessante notar que relativamente à fonte de origem da informação sobre o programa Erasmus da mobilidade, a amostra de estudantes *incoming* valoriza indicadores que pouca expressão tem nas outras amostras:

- ✓ Feiras (26,8%)
- ✓ Fóruns (33,7%)

Existe alguma tendência para os alunos estrangeiros frequentarem estes géneros de local. Como referido anteriormente este jovem procura um país diferente culturalmente e geograficamente, nas feiras e fóruns podem consultar informação muito completa sobre o destino. Por um lado podem fazer perguntas diretas aos representantes dos locais e por outro lado investigam sobre oferta que este tipo de locais oferece habitualmente.

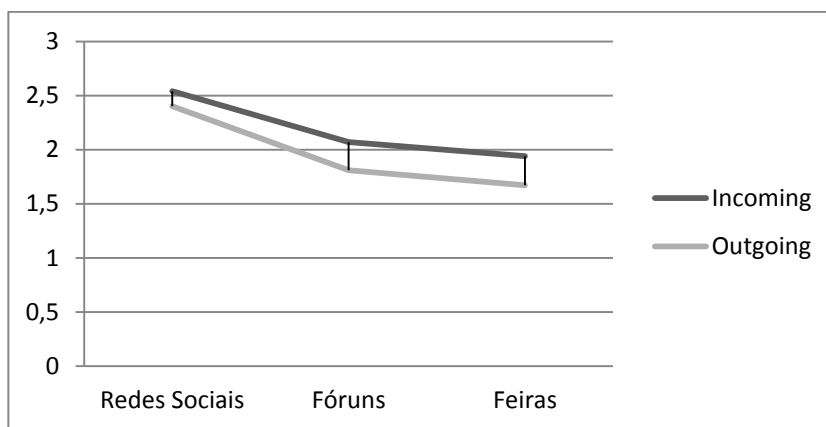


Gráfico 49 - Valores da média dos motivos relacionados a fonte informação (*Incoming* e *Outgoing*)

Teste da hipótese 10: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se na escolha da origem da mobilidade de informação independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar. A hipótese 10 não se confirma - Os alunos em mobilidade académica europeia não se diferenciam na origem da informação, ambos privilegiam a busca “através de web site”.

Existe aqui uma clara diferença entre *incoming* e *outgoing*, o estudante estrangeiro procura informação em locais físicos, onde possam ter um contacto mais direto com a realidade com a presença do fator humano. Os alunos *incoming* neste contexto mantêm uma atitude tradicionalista, procurando mais contacto

direto. Esta análise indica-nos de facto que a proveniência do estudante é uma característica a ter em consideração quanto aos meios de divulgação e marketing.

2.3 - O consumidor Erasmus

A perceção sobre as atividades que os estudantes realizam na mobilidade durante o período de tempos livres irá esclarecer-nos sobre o que o jovem procura além da formação académica e assim delinear um perfil mais detalhado sobre o sujeito como estudante e consumidor. Entendemos como consumidor:

"Todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional, uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios." (art.º. 2º, n.º1 da Lei de Defesa do Consumidor).

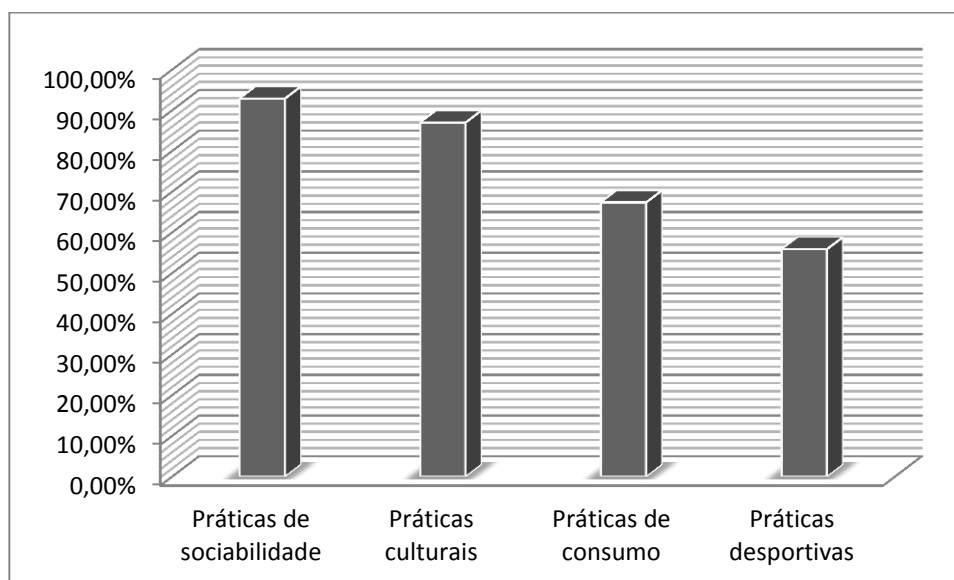


Gráfico 50 - Práticas de consumo do conjunto dos inquiridos⁵⁶

Verifica-se que mais de 90% dos estudantes frequentam maioritariamente práticas de sociabilidade (festas, partilhas, convívios e eventos) e em segundo lugar surgem as práticas culturais, um elemento sempre presente como se tem

⁵⁶ As variáveis que se vão tratar posteriormente são variáveis que se apresentam numa escala de frequência (muito frequente a nada).

vindo a mostrar ao longo da análise e um fator principal apontado em outros estudos mencionados anteriormente. O fator de sociabilidade remete-nos para a pirâmide de Maslow, as necessidades sociais, estando esta classificada como uma necessidade de nível alto. A sociabilidade é uma característica social natural do indivíduo, para viver numa sociedade é essencial sociabilizar e comunicar com os outros que nos rodeiam e este género de jovem que investigamos neste estudo é um praticante assíduo desta modalidade, apesar deste jovem ser um exímio utilizador da internet, sobretudo das redes sociais, ele também privilegia o contacto humano. Porque “todo social é formado por pluralidades estático-culturais comunitárias, que aparecem à luz e mostram que o viver social é complexo, dinâmico, ambivalente, fluido” (Fernandes, 2009, p. 17)

No que se refere aos géneros, existem diferenças significativas, o feminino valoriza as práticas de consumo (2,88) e culturais (3,40). O género masculino destaca a práticas de desporto (2,77).

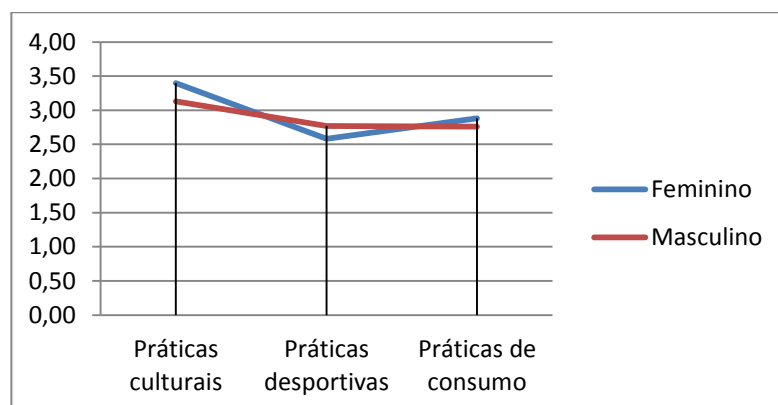


Gráfico 51 - Média das práticas de consumo (género masculino e feminino).

Teste da hipótese 13: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto a frequência de práticas culturais, desportivas, sociabilidade e consumo independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). Hipótese confirma-se – o género feminino e masculino tem um comportamento distinto apesar não se diferenciam quanto à frequência de práticas culturais, desportivas, sociabilidade e consumo, ambos privilegiam “Práticas de sociabilidades”.

Quanto à origem da mobilidade os dados revelam que existem diferenças significativas entre os estudantes *incoming* e *outgoing*. Os alunos estrangeiros frequentam mais atividades desportivas e de consumo, o aluno português é seguidor de atividades culturais e sociabilidade.

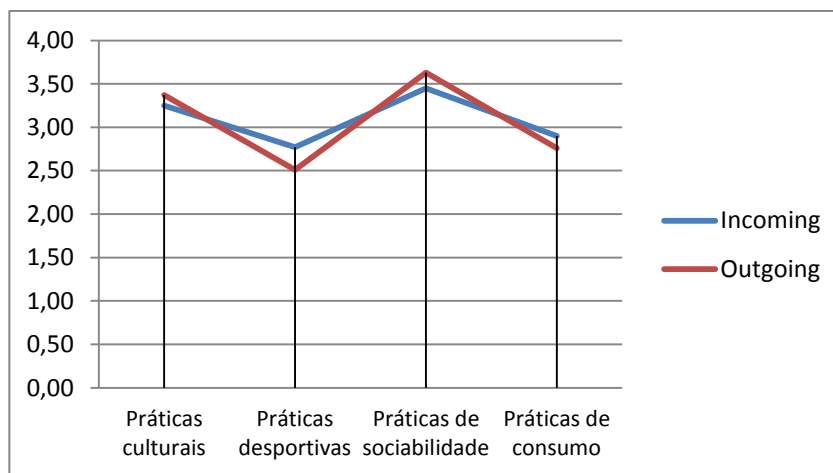


Gráfico 52 - Média das práticas de consumo (*Incoming* e *Outgoing*).

Os dados deste gráfico 52 revelam diferenças entre ambos os grupos, delineando-se um perfil totalmente diferente, o que não se tem vindo a verificar até ao momento.

Teste da hipótese 14: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto a frequência de práticas culturais, desportivas, sociabilidade e consumo independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar. Hipótese não confirmada - Os alunos em mobilidade académica europeia não se diferenciam quanto a frequência de práticas culturais, desportivas, sociabilidade e consumo ambos procura “Práticas de sociabilidades”.

Neste ponto, consumo cultural, foi importante identificar os tipos de atividades culturais que eram frequentadas durante a mobilidade, sendo que este é um ponto forte nos motivos de decisão.

No conjunto dos inquiridos o mais destacado é “Atividade de animação, entretenimento, vida noturna”, revelando que a sociabilidade é um ponto de relevo no programa de mobilidade. Se olharmos para os valores do conjunto dos indicadores a percentagem situa-se acima do 50%, o que demonstra que todos os

indicadores têm um papel importante. Mais uma vez está bem definido que o conjunto dos motivos, e não um específico, é importante na decisão porque este jovem é um frequentador de vários tipos de manifestações culturais.

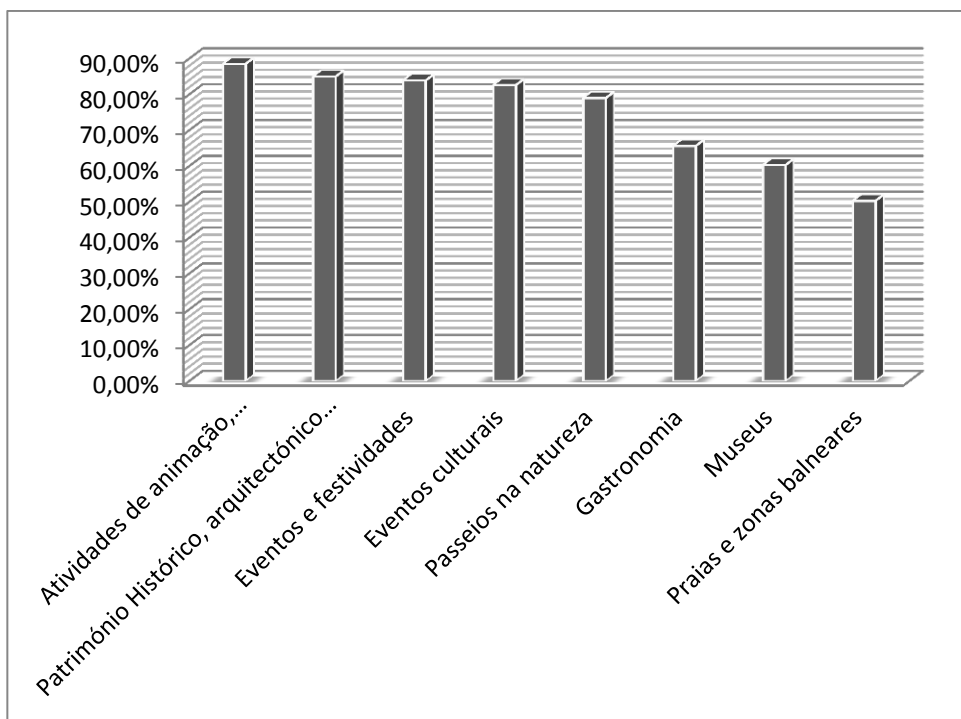


Gráfico 53 - Valores da frequência de consumo cultural do conjunto dos inquiridos

No que diz respeito ao género, o feminino dá maior significado aos seguintes indicadores:

- Património Histórico e arquitectónico, monumento (3,27)
- Eventos culturais (3,19)
- Passeios na natureza (3,18)
- Museus (2,79)
- Praias e zonas balneares (2,58)

Teste da hipótese 15: Os géneros feminino e masculino diferenciam-se quanto a frequência de consumo cultural independentemente da origem, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirma-se – os géneros feminino e masculino tem um comportamento distinto apesar ambos privilegiam “Atividades de animação, entretenimento, vida noturna” quanto a frequência de consumo cultural.

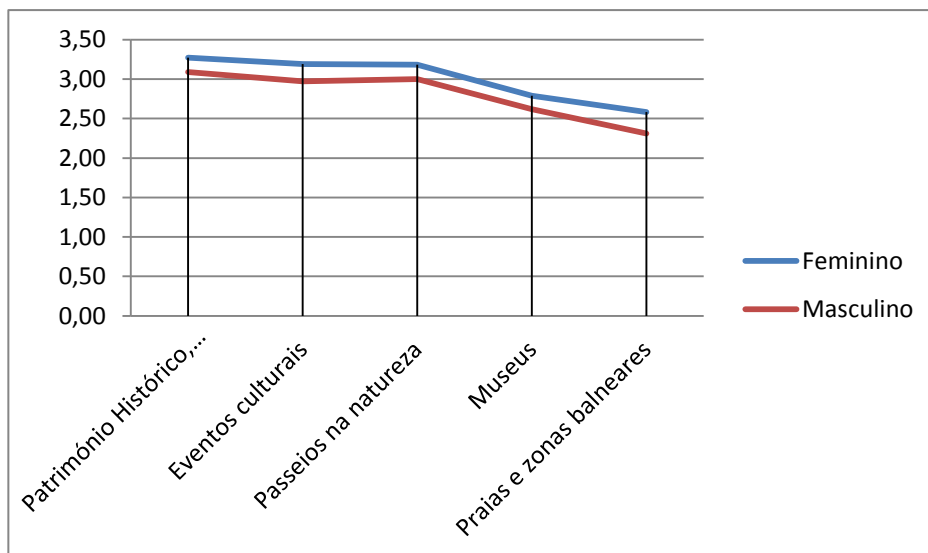


Gráfico 54 - Média dos valores relativos ao consumo cultural (género feminino e masculino).

Quanto a origem verificamos que os alunos *incoming* dão mais significado aos indicadores:

- Eventos Culturais (3,16)
- Praias e zonas balneares (3,11)
- Gastronomia (2,95)

Os *outgoing* dão mais significado a:

- Património histórico e arquitetónico, monumentos (3,34)
- Museu (2,85)

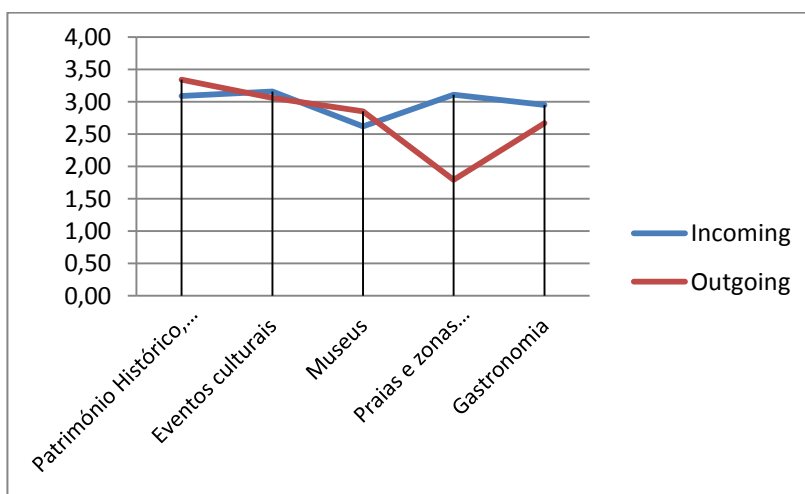


Gráfico 55: Média dos valores relativos ao consumo cultural (*Incoming* e *Outgoing*).

Teste da hipótese 16: Os alunos em mobilidade académica europeia das diferentes áreas de estudo diferenciam-se quanto a frequência de consumo cultural independentemente do género, da idade, do grau de escolar e idade dos pais, da profissão dos pais e do rendimento familiar (Valor de significância estatística obtida 0,000). A hipótese confirmada-se - Os alunos em mobilidade académica europeia masculino tem um comportamento distinto apesar de ambos privilegiam “Atividades de animação, entretenimento, vida noturna” quanto a frequência de consumo cultural,

Verificamos que os alunos *incoming* têm uma tendência para frequentar atividades ligadas a uma cultura exótica, atividades diferenciadoras. Os *outgoing* preferem a frequência de atividades ligadas a cultura popular.

No que diz respeito às atividades ligadas à cultura, sociabilidade e diversão, um elemento constante nas práticas dos jovens em mobilidade, em segunda opção o circuito histórico e em terceiro o recreativo. Constata-se que o contacto cultural e a diversão andam lado a lado, um complementa o outro. O indicador “*City breaks*” vem corroborar o que anteriormente foi apontado como um fator importante na decisão na escolha do destino a “localização”. É importante para este jovem “Conhecer uma cidade e as suas atracções monumentais, arquitectónicas, culturais, comerciais, gastronómicas, etc.” (Turismo de Portugal, 2006)

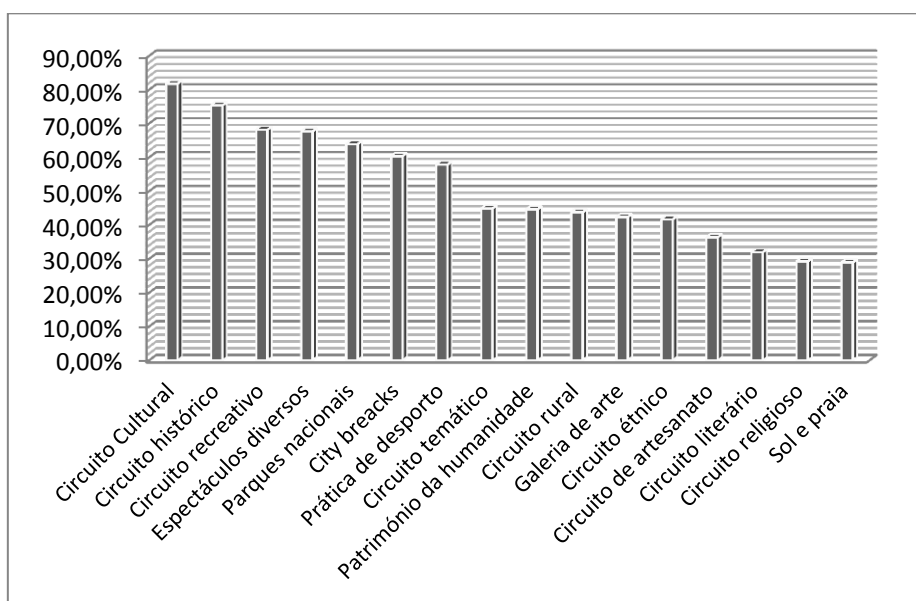


Gráfico 56 - Valores percentuais das atividades culturais na região e território nacional de acolhimento – conjunto de inquiridos.

Quanto ao género observamos que o sexo feminino nos indicadores “prática de desporto” e “património da humanidade” não tem valor significativo, enquanto os outros são de relevo para elas. Os indicadores menos valorizados pelo género feminino são, em oposto, os mais significativos para o género masculino.

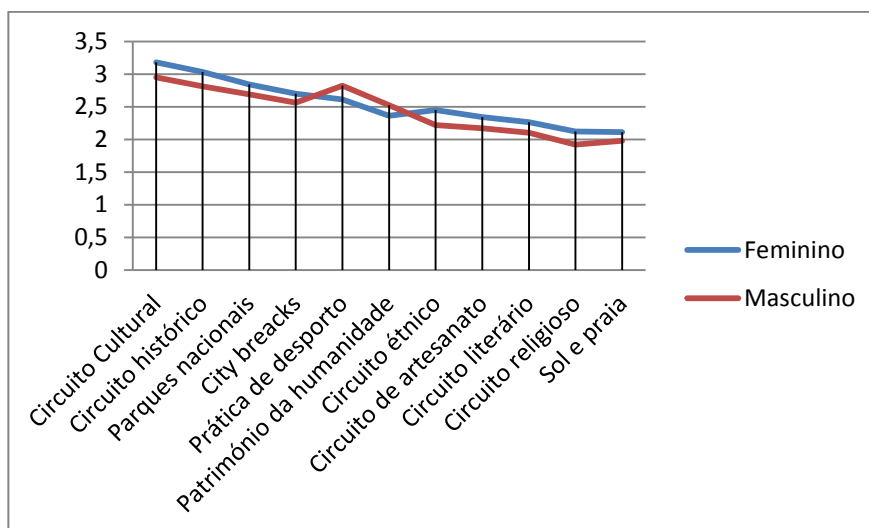


Gráfico 57 - Médias dos valores relativos à prática cultural (género feminino e masculino)

Os dados referentes aos alunos *incoming* e *outgoing* revelam diferenças significativas. Os dados apresentados são os que apresentam maior discrepância, até este patamar as médias eram mais ou menos consensuais. Os dados de frequência de atividades permitem verificar e distinguir quais são as atividades que no período de mobilidade os estudantes frequentam, auxiliando na formulação do perfil.

<i>Incoming</i>	<i>Outgoing</i>
City breaks	Círculo histórico
Prática de desporto	Parques nacionais
Círculo étnico	Património da humanidade
Círculo de artesanato	Espetáculos diversos
Círculo literário	Galeria de arte
Sol e praia	
Círculo recreativo	
Círculo rural	

Tabela 11 - Comparação de frequência de atividades entre *incoming* e *outgoing*.

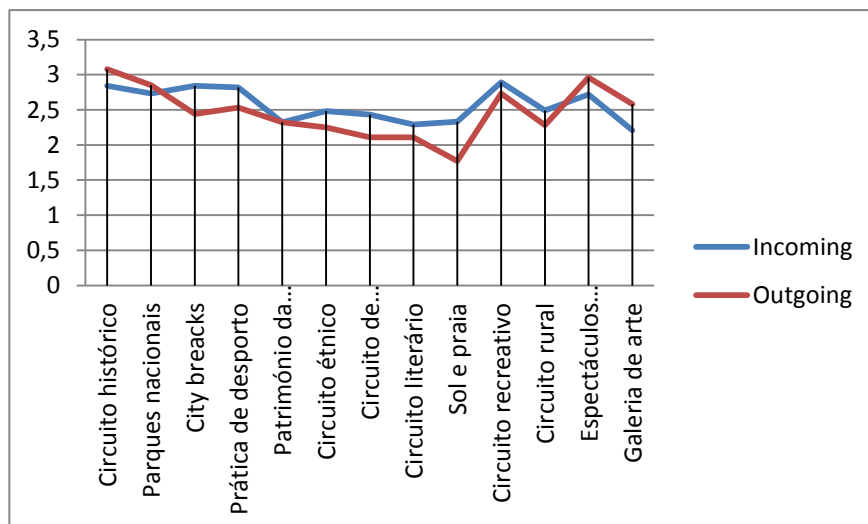


Gráfico 58 - Médias dos valores relativos à prática cultural (*incoming* e *outgoing*).

O meio de transporte mais escolhido é o avião, isto porque, ele é o meio mais utilizado para a mobilidade para a deslocação do país de origem para o país de acolhimento.

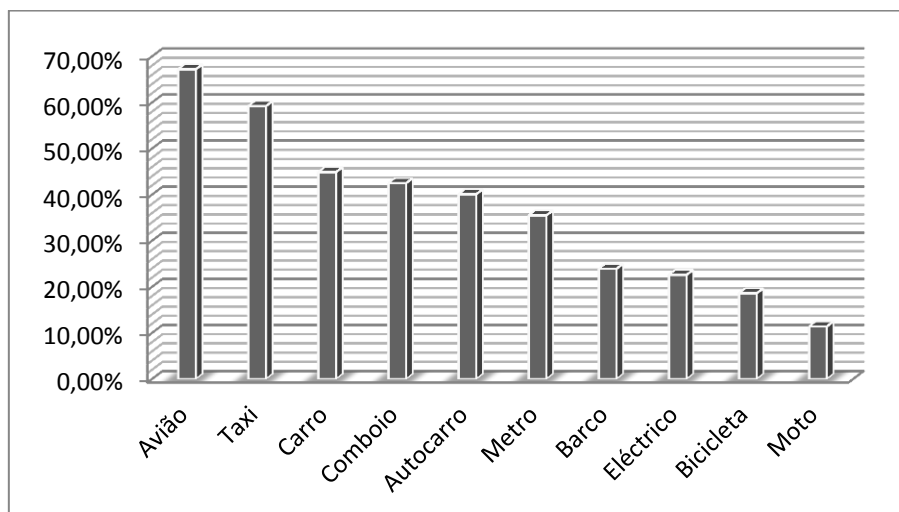


Gráfico 59 - Valores percentuais relativos ao transporte utilizado

Quanto ao género os dados revelam que não existe diferenças significativas.

Os alunos *incoming* e *outgoing* a nível de transporte têm preferências significativamente diferentes. Os alunos portugueses utilizam preferencialmente o avião para se deslocarem, mas este meio de transporte é unicamente utilizado para viajar de Portugal para o país de destino. Quanto aos alunos estrangeiros, estes preferem deslocar-se em diferentes meios de transportes, são mais versáteis. Esta tendência deve-se ao facto que, como iremos observar no gráfico 69 relativamente aos locais de realização de atividades culturais, o jovem estudante estrangeiro afasta-se mais da cidade de acolhimento, para visitar outros locais, do que o aluno português, por esse motivo utilizam diversos meios de transportes.

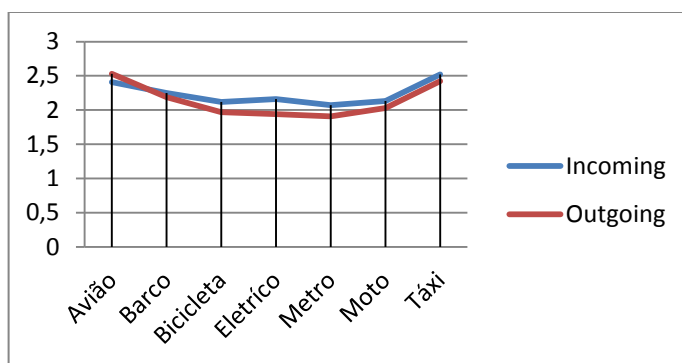


Gráfico 60 - Médias dos valores relativos ao transporte utilizado durante o período de mobilidade segundo a origem da mobilidade.

Quanto ao tipo de alojamento, o conjunto dos inquiridos prefere estar alojado em albergarias juvenis. Isto deve-se ao preço mais acessível praticado nestes locais, embora o seu valor não excede os 44% o que reflete que os jovens utilizam ao longo da sua estadia vários tipos de alojamento.

Em terceiro lugar “Casas de famílias nos locais visitados” deve-se sobretudo ao facto de muitos dos jovens do país de acolhimento, também serem muitos deles imigrantes na cidade onde está a universidade e com desenvolvimento do conhecimento entre os jovens são realizados convites aos estrangeiros para visitar a cidade de origem do aluno e permanecer na sua casa.

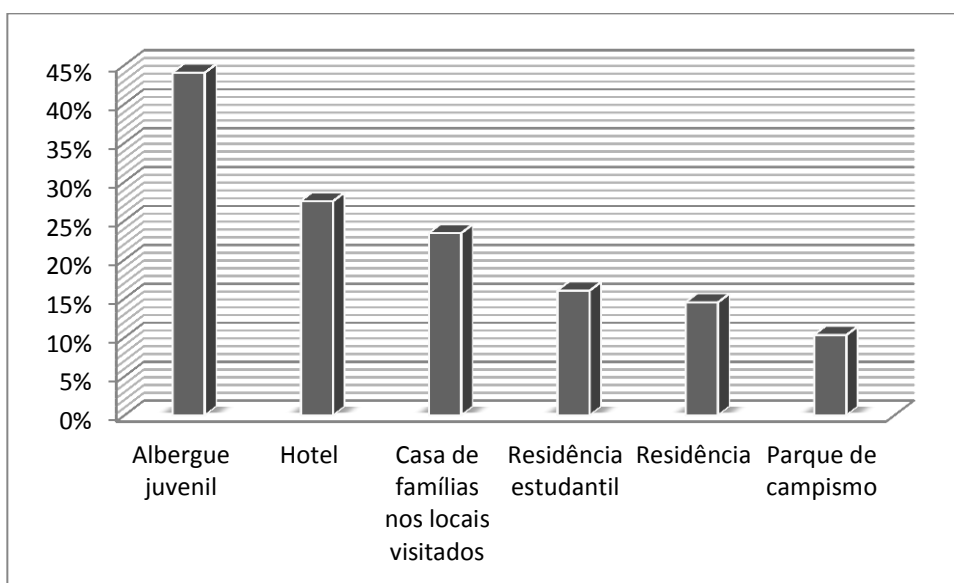


Gráfico 61 - Valores percentuais relativos ao alojamento utilizado durante o programa de mobilidade

Quanto ao género os dados revelam que não existem diferenças significativas.

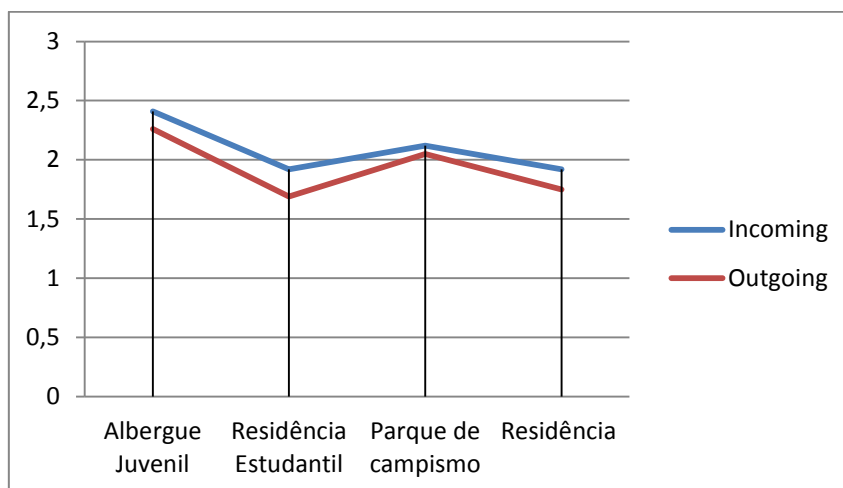


Gráfico 62 - Médias dos valores relativos ao alojamento utilizado durante o período de mobilidade segundo a origem da mobilidade.

A comparação entre as amostras dos estudantes *incoming* e *outgoing* não revela diferenças significativas. É interessante verificar que na escala das médias encontra-se em segundo lugar o parque de campismo. O parque de campismo liga-se perfeitamente ao indicador “espírito de aventura” que os jovens declaram (91,1%) quando falamos dos motivos pessoais.

A cidade de acolhimento é o local preferencial de realização de atividades culturais dos inquiridos (97,3%). Estes dados demonstram que este estudante aproveita para visitar várias localidades, mais de 60% visita a capital do país de acolhimento, um ponto de referência para estes jovens. Muitos jovens procuram realizar uma mobilidade numa cidade de referência do país, sobretudo a capital, porque esta lhe permite ter acesso a um leque de oportunidades que uma cidade periférica poderia não fornecer. Esta tendência é evidenciada nas estatísticas fornecidas pela comissão europeia, relativamente aos dados sobre o *ranking* das 100 instituições que mais receberam alunos estrangeiros⁵⁷ no ano letivo 2011-2012. Quanto a Portugal verificamos que são as universidades sediadas em grandes cidades que mais recebem, e Lisboa destaca-se com 3 instituições no top 100 europeu:

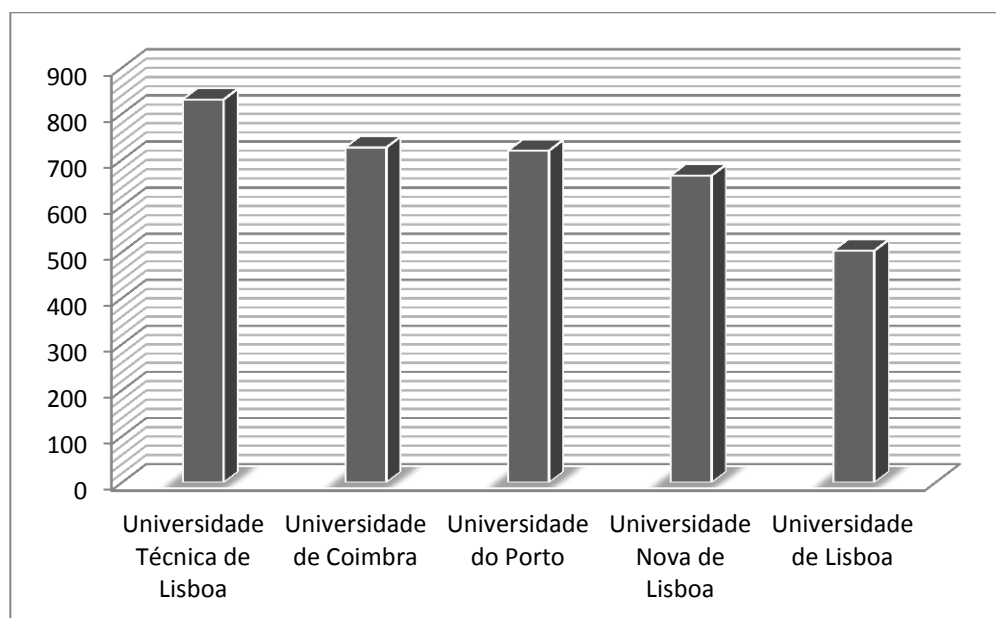


Gráfico 63 - Top 5 das instituições portuguesas que mais recebem alunos estrangeiros inseridos no programa Erasmus

Por outro lado o gráfico 64 permite-nos, de forma indicativa, verificar que este jovem não é um sujeito que fique no mesmo lugar mas que sempre que pode assume o papel de turista e visita os arredores do local onde está sediada a instituição de acolhimento.

⁵⁷Link de documento de consulta:

http://ec.europa.eu/education/Erasmus/doc/stat/1112/receiving_en.pdf

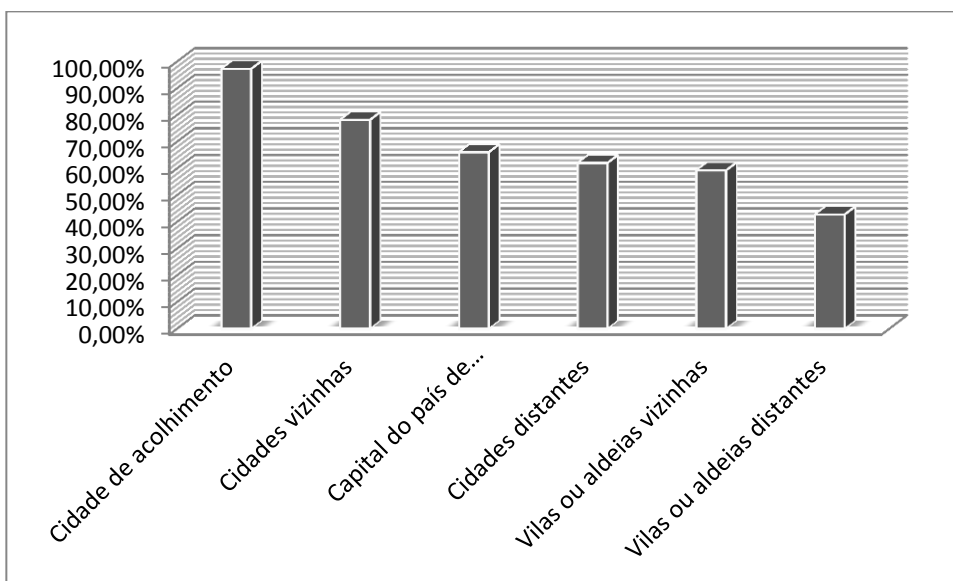


Gráfico 64 - Valores percentuais relativos ao local de realização das atividades culturais

Quanto ao género existe uma diferença significativa, o feminino tem preferência em visitar locais vizinhos da instituição de acolhimento (cidades vizinhas 2,99; Vilas ou aldeias vizinhas 2,66).

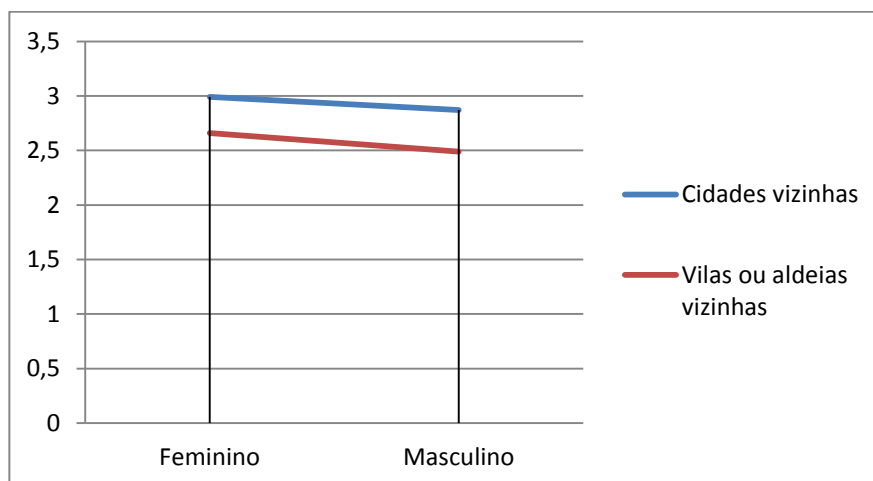


Gráfico 65 - Médias dos valores relativos ao local de realização das atividades culturais segundo o ao género

No gráfico 66 observamos que o aluno português tem preferência por visitar a cidade de acolhimento e o aluno estrangeiro e, tal como no conjunto dos inquiridos, é um sujeito que se desloca bastante, por isso a sua preferência por diversos meios de transporte.

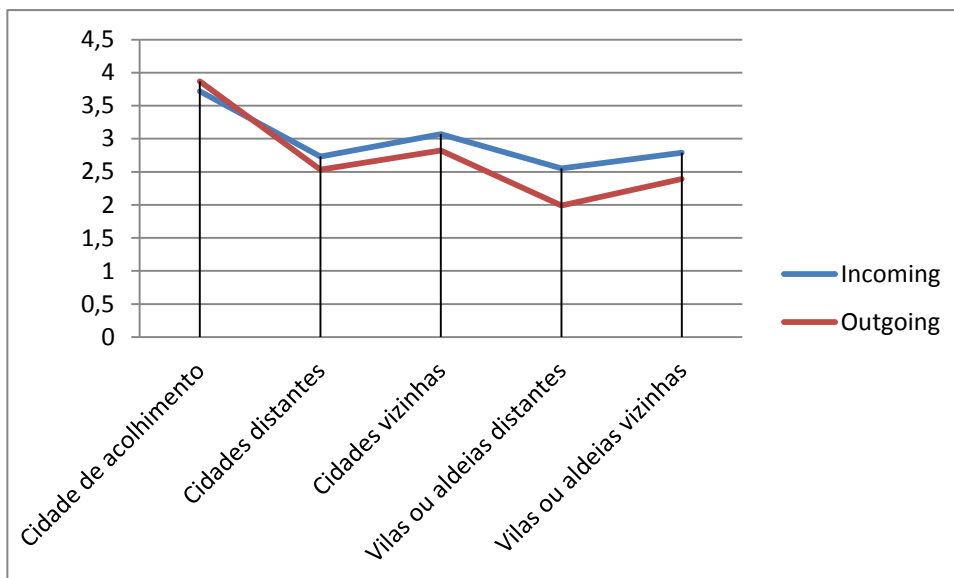


Gráfico 66 - Médias relativas ao local de realização das atividades culturais segundo a origem da mobilidade.

2.4 - Frequência de atividades culturais⁵⁸

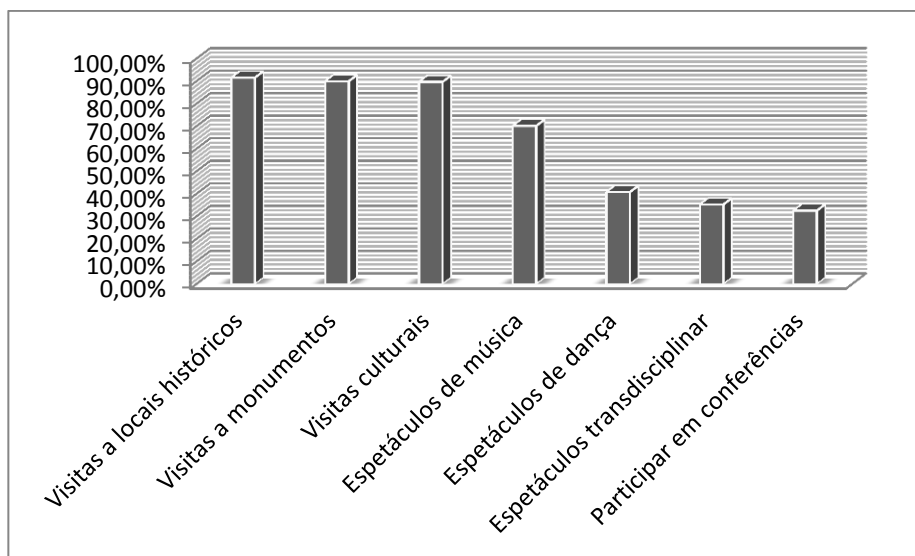


Gráfico 67 - Valores percentuais relativos a frequência de atividades culturais

Mais uma vez se constata que existe uma grande adesão à frequência de atividades culturais sendo que estas apontam para um jovem consumidor que procura atividades culturais tradicionais. No último patamar do gráfico encontramos um indicador ligado à área académica, “participar em conferências”

⁵⁸ Questão número 33 do inquérito. Os valores apresentados nos gráficos são relativos à agregação das avaliações 4+5

com a percentagem de 32,6%, sendo esta a razão principal da mobilidade parece um pouco contraditório que esta atividade surja na última posição.

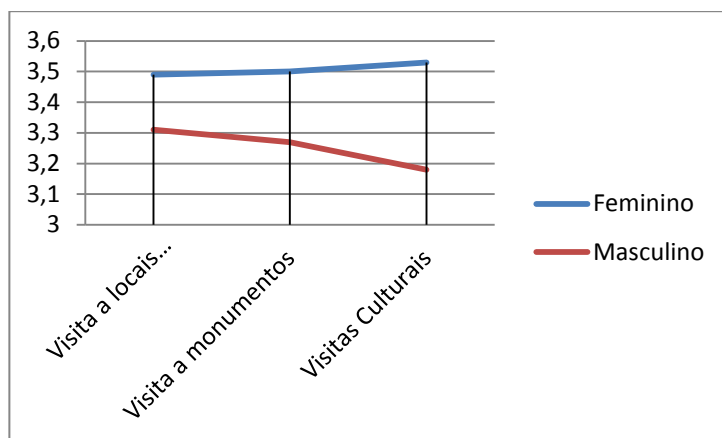


Gráfico 68 - Médias relativas à frequência de atividades culturais (género feminino e masculino)

O sexo feminino tem preferência por atividades ligadas à história do país de acolhimento. O género masculino prefere ter contacto com uma diversidade de atividades mas não existindo um predomínio de determinadas visitas, ele dirige esta oportunidade para aproveitar um pouco de tudo, enquanto o género feminino concentra a sua preferência numa área – a cultura do país.

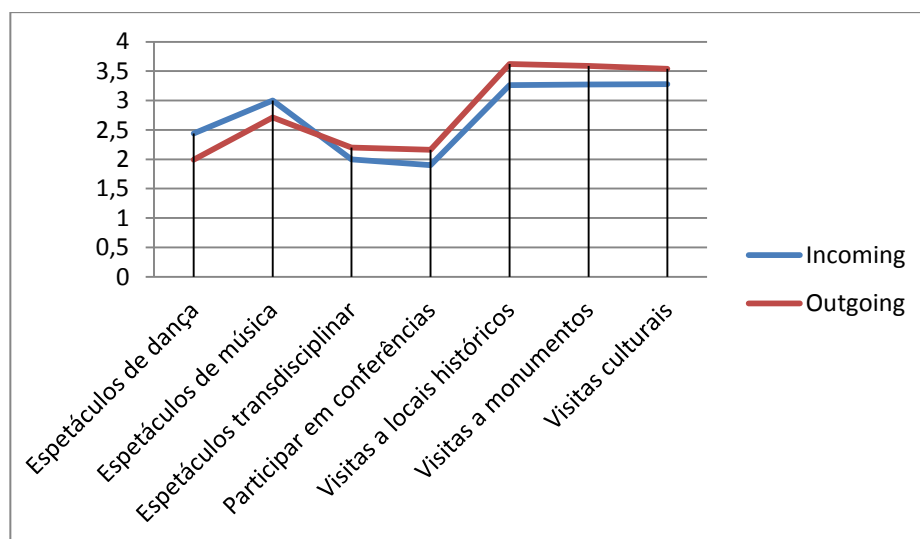


Gráfico 69 - Médias relativas a frequência em atividades culturais (*incoming* e *outgoing*)

2.5 - Período de realização das atividades⁵⁹

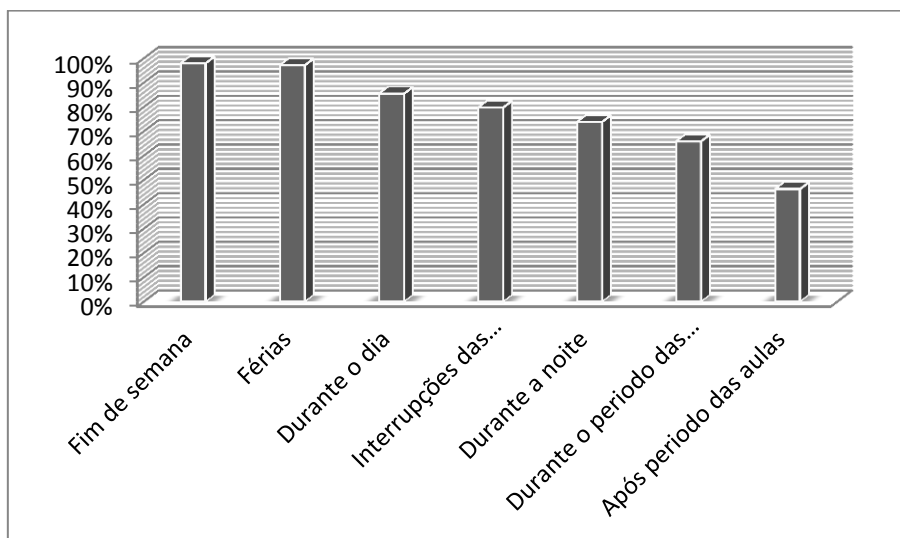


Gráfico 70 - Valores percentuais relativos ao período de realização das atividades

A preferência do período de realização das atividades incide no fim de semana (98%) e em segundo lugar durante as férias (97%). Estes dados estão dentro da expectativa esperada, o jovem aproveita o tempo livre, sem aulas para concretizar as suas atividades extra-académicas. “Durante o período das aulas” tem uma percentagem elevada de 66%, revelando assim que os estudantes aproveitam momentos livres do horário para as suas visitas ou outras ações.

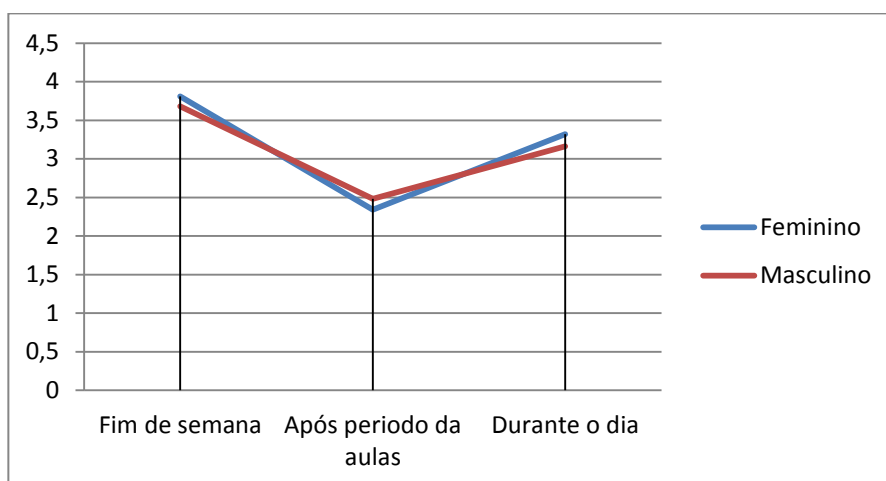


Gráfico 71 - Período de realização das atividades (género feminino e masculino).

⁵⁹ Questão número 34 do inquérito. Os valores apresentados nos gráficos são relativos à agregação das avaliações 4+5

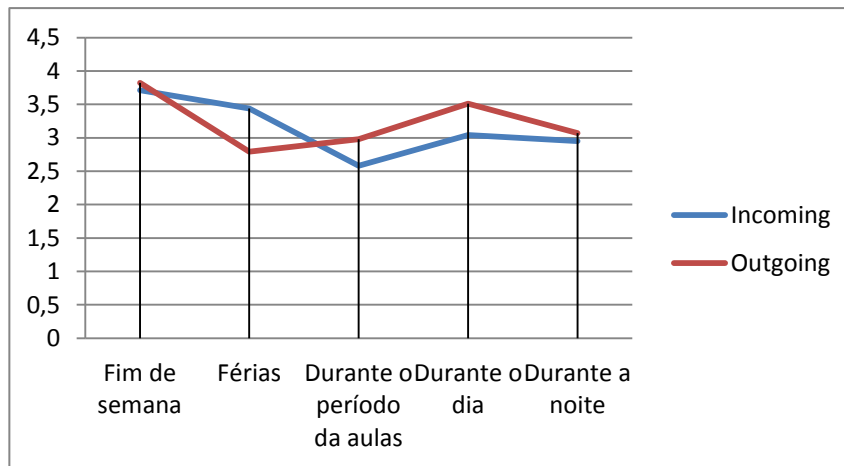


Gráfico 72 - Período de realização das atividades (*incoming* e *outgoing*).

3 - Conclusão das características de consumidor do conjunto dos inquiridos

Verificamos que o conjunto dos inquiridos é um consumidor assíduo de cultura que procura realizar um programa de mobilidade no intuito de contactos com novas experiências em todos os níveis culturais, sociais e académicos, que lhe faculte crescimento no ponto de vista interpessoal. O conjunto dos inquiridos revela interesse pela aquisição de conhecimento cultural, histórico e costumes do país de acolhimento. Quando pondera a escolha do destino privilegia sobretudo encontrar na instituição de acolhimento qualidade de ensino, recursos adequados para uma melhoria dos seus conhecimentos e procura encontrar estruturas/meios distintos da instituição de origem. O conjunto dos inquiridos privilegia a prática da sociabilidade, aprecia o entretenimento e a animação. Este jovem é um jovem com uma estratégia bem definida, que pretende aliar várias atividades em prol de uma experiência inovadora mas tendo como pano de fundo o aproveitamento desta experiência como ponte para preparar a sua vida futura. Entre todos os motivos que presidem à decisão de participar num programa de mobilidade os que mais se destacam, com valores elevados, são os indicadores que dizem respeito aos motivos pessoais.

Conjunto dos inquiridos					
	Indicador	%		Indicador	%
Académico	Oportunidades de novos horizontes	89,2	Outros motivos	Experiência de viver noutro país	88,4
	Currículo, carreira profissional	85		Experiência e motivação individuais	82,4
	Valorização pessoal e curricular	81,2		Conhecer costumes diferentes	78,1
Culturais	Razões Culturais	91,3	Atividades de consumo cultural	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	88,5
	Atrações históricas	78,1		Património histórico e arquitetónico, monumento	85
	Atrações recreativas	61,8		Eventos e festividades	83,9
Pessoais	Abertura a novas experiências	96,4	Práticas de atividades culturais	Circuito Cultural	81,7
	Espírito de aventura	91,1		Circuito histórico	75,3
	Desenvolver capacidades	90,7		Circuito recreativo	68,1
Recolha de informação	Através de website	80,6	Transportes	Avião	67,2
	Através de gabinete Erasmus	75,2		Táxi	59,2
	Redes sociais	53,9		Carro	44,9
Escolha do destino	Localização	77,1	Alojamento	Albergue Juvenil	44
	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	63,3		Hotel	27,5
	Recursos disponíveis para a atividade	56,9		Casas de famílias nos locais visitados	23,4
Frequência de atividades culturais	Visita a locais históricos	91,6	Local de realização das atividades culturais	Cidade de acolhimento	97,3
	Visita a monumentos	90		Cidades vizinhas	78,2
	Visitas Culturais	89,7		Capital	66,1
Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	92,6	Destino	Experiência Europeia	84,4
	Práticas culturais	87			

Tabela 12 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade do conjunto dos inquiridos

4 - Conclusão das características da amostra dos estudantes *Incoming*

A amostra de estudantes *incoming* inquiridos possui algumas características semelhantes ao conjunto dos inquiridos, são jovens que procuram realizar um programa de mobilidade no intuito de conseguirem ter novas experiências a vários níveis mas particularmente a nível pessoal. Estes estudantes privilegiam as oportunidades que possibilitam estabelecer redes, aquisição de ferramentas e recursos, que lhes proporcionem uma preparação para o seu futuro profissional. Aproveitam esta ocasião de mobilidade para aliar diversos fatores que lhes facultem um período de experiências diversificadas desde o contacto com a cultura do país de acolhimento, prática de sociabilidade, *city breack* e aproveitar condições climáticas e geográficas diferentes do país de origem, uma extensão da sua mobilidade.

Amostra <i>incoming</i>					
	Indicador	%		Indicador	%
Académico	Oportunidades de novos horizontes	85,3	Outros motivos	Experiência de viver noutra país	81,6
	Estabelecer Redes	78,3		Experiência e motivação individuais	71,9
	Currículo, carreira profissional	76,3		Conhecer os monumentos do país	70,4
Culturais	Razões culturais	90,5	Atividades de consumo cultural	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	90
	Sol e praia	65,4		Eventos Culturais	85,9
	Atrações históricas	59,6		Eventos e festividades	83,6
Pessoais	Abertura a novas experiências	93,5	Práticas de atividades culturais	Circuito Cultural	83,8
	Desenvolver capacidades	83,8		Circuito recreativo	71,9
	Espírito de aventura	83,5		Circuito histórico/ <u>City breaks</u>	70,6
Recolha de informação	Através de <i>website</i>	78,6	Transportes	Avião/Táxi	64,6
	Através de gabinete Erasmus	72,8		Carro	51
	Redes sociais	57,7		Metro	41,5
Escolha do destino	Localização	73	Alojamento	Albergue Juvenil	53,3
	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	53,3		Hotel	29,8

	Preparar os jovens para o mercado de trabalho	43,5		Casas de famílias nos locais visitados	28,5
Frequência de atividades culturais	Visita a locais históricos	87,4	Local de realização das atividades culturais	Cidade de acolhimento	96,4
	Visitas Culturais	86,6		Cidades vizinhas	82,3
	Visita a monumentos	85,5		Capital	69,1
Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	91,3	Destino	Experiência europeia	90,4
	Práticas culturais	85,5			

Tabela 13 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade da amostra *Incoming*.

5 - Conclusão das características da amostra dos estudantes *Outgoing*

A amostra de estudantes *outgoing*, que inclui os alunos portugueses que realizaram uma mobilidade académica, é muito idêntico às características do conjunto dos inquiridos. Procura um crescimento pessoal (Valorização pessoal e curricular 99%) seja a nível cultural como académico que lhe faculte uma valorização e aperfeiçoamento do seu percurso académico para uma abertura mais ampla de novos horizontes. Este jovem aproveita todo o seu tempo disponível para conhecer o património histórico, cultural e patrimonial do país de acolhimento melhorando e desenvolvendo a sua cultural geral.

Amostra <i>Outgoing</i>					
	Indicador	%		Indicador	%
Académico	Valorização pessoal e curricular	99	Outros motivos	Experiência de viver noutra país	95,9
	Currículo, carreira profissional	94,8		Experiência e motivação individuais	94
	Oportunidades de novos horizontes	93,5		Conhecer costumes diferentes	92,6
Culturais	Razões culturais	92,1	Atividades de consumo cultural	Património histórico e arquitetónico, monumento	89,9
	Atrações históricas	77,7		Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	86,9
	Património da humanidade	66,6		Eventos e festividades	84,2
Pessoais	Espírito de aventura	99,5	Práticas de	Circuito histórico	80,3

	Abertura a novas experiências	99,1	atividades culturais	Circuito Cultural	79,4
	Desenvolver capacidades	98,4		Espetáculos diversos	74,3
Recolha de informação	Através de website	82,7	Transportes	Avião	70
	Através de gabinete Erasmus	77,9		Táxi	53,2
	Redes sociais	49,9		Comboio	44,1
Escolha do destino	Localização	81,5	Alojamento	Albergue Juvenil	33,6
	Recursos disponíveis para a atividade	77,5		Hotel	24,5
	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	74,3		Casas de famílias nos locais visitados	18
Frequência de atividades culturais	Visita a locais históricos	96,2	Local de realização das atividades culturais	Cidade de acolhimento	98,3
	Visita a monumentos	95		Cidades vizinhas	73,6
	Visitas Culturais	93		Capital	62,8
Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	94,4	Destino	Experiência europeia	79,1
	Práticas culturais	88,5			

Tabela 14 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade da amostra *Outgoing*

6 - Conclusões relativas às semelhanças e diferenças entre as duas amostras e o conjunto dos inquiridos

	Conjunto dos inqueridos		Amostra <i>Incoming</i>		Amostra <i>Outgoing</i>	
	Indicador	%	Indicador	%	Indicador	%
Académico	Oportunidades de novos horizontes	89,2	Oportunidades de novos horizontes	85,3	Valorização pessoal e curricular	99
	Currículo, carreira profissional	85	Estabelecer Redes	78,3	Currículo, carreira profissional	94,8
	Valorização pessoal e curricular	81,2	Currículo, carreira profissional	76,3	Oportunidades de novos horizontes	93,5
Culturais	Razões Culturais	91,3	Razões culturais	90,5	Razões culturais	92,1
	Atrações históricas	78,1	Sol e praia	65,4	Atrações históricas	77,7
	Atrações recreativas	61,8	Atrações históricas	59,6	Património da humanidade	66,6
Destino	Experiência Europeia	84,4	Experiência europeia	90,4	Experiência europeia	79,1
Pessoais	Abertura a novas experiências	96,4	Abertura a novas experiências	93,5	Espírito de aventura	99,5
	Espírito de aventura	91,1	Desenvolver capacidades	83,8	Abertura a novas experiências	99,1
	Desenvolver capacidades	90,7	Espírito de aventura	83,5	Desenvolver capacidades	98,4
Recolha de informação	Através de website	80,6	Através de <i>website</i>	78,6	Através de <i>website</i>	82,7
	Através de gabinete Erasmus	75,2	Através de gabinete Erasmus	72,8	Através de gabinete Erasmus	77,9
	Redes sociais	53,9	Redes sociais	57,7	Redes sociais	49,9
Escolha do destino	Localização	77,1	Localização	73	Localização	81,5
	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	63,3	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	53,3	Recursos disponíveis para a atividade	77,5
	Recursos disponíveis para a atividade	56,9	Preparar os jovens para o mercado de trabalho	43,5	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	74,3
Outros motivos	Experiência de viver noutro país	88,4	Experiência de viver noutro país	81,6	Experiência de viver noutro país	95,9
	Experiência e motivação individuais	82,4	Experiência e motivação individuais	71,9	Experiência e motivação individuais	94
	Conhecer costumes diferentes	78,1	Conhecer os monumentos do país	70,4	Conhecer costumes diferentes	92,6
Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	92,6	Práticas de sociabilidade	91,3	Práticas de sociabilidade	94,4
	Práticas culturais	87	Práticas culturais	85,5	Práticas culturais	88,5
Atividades de consumo cultural	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	88,5	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	90	Património histórico e arquitetónico, monumento	89,9
	Património histórico e arquitetónico, monumento	85	Eventos Culturais	85,9	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	86,9
	Eventos e festividades	83,9	Eventos e festividades	83,6	Eventos e festividades	84,2

Práticas de atividades culturais	Circuito Cultural	81,7	Circuito Cultural	83,8	Circuito histórico	80,3
	Circuito histórico	75,3	Circuito recreativo	71,9	Circuito Cultural	79,4
	Circuito recreativo	68,1	Circuito histórico/ <i>City breacks</i>	70,6	Espetáculos diversos	74,3
Transportes	Avião	67,2	Avião/Táxi	64,6	Avião	70
	Táxi	59,2	Carro	51	Táxi	53,2
	Carro	44,9	Metro	41,5	Comboio	44,1
Alojamento	Albergue Juvenil	44	Albergue Juvenil	53,3	Albergue Juvenil	33,6
	Hotel	27,5	Hotel	29,8	Hotel	24,5
	Casas de famílias nos locais visitados	23,4	Casas de famílias nos locais visitados	28,5	Casas de famílias nos locais visitados	18
Local de realização das atividades culturais	Cidade de acolhimento	97,3	Cidade de acolhimento	96,4	Cidade de acolhimento	98,3
	Cidades vizinhas	78,2	Cidades vizinhas	82,3	Cidades vizinhas	73,6
	Capital	66,1	Capital	69,1	Capital	62,8
Frequência de atividades culturais	Visita a locais históricos	91,6	Visita a locais históricos	87,4	Visita a locais históricos	96,2
	Visita a monumentos	90	Visitas Culturais	86,6	Visita a monumentos	95
	Visitas Culturais	89,7	Visita a monumentos	85,5	Visitas Culturais	93

Tabela 15 - Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade, diferenças entre as 3 amostras. Em verde estão os motivos diferenciadores entre as duas amostras e o conjunto dos inquiridos.

Esta tabela permite-nos observar os pontos em comum e as diferenças entre as duas amostras e o conjunto dos inquiridos. A distinção que se corrobora é que a amostra *incoming* releva ser um grupo que aproveita sobretudo todas as vantagens que o país de acolhimento fornece tanto a nível de oportunidades profissionais, de diversão, de clima e posição geográfica. Enquanto a amostra *Outgoing*, os alunos portugueses, privilegiam sobretudo contacto com “sítios de interesse histórico-cultural”, fornecendo-lhe um panorama geral da cultura do país de acolhimento que lhe faculte um melhoramento e valorização do seu percurso.

Em geral o jovem que participa no programa Erasmus procura sobretudo rentabilizar o tempo ao máximo em prol da construção de uma personalidade que saiba responder às exigências do mundo de hoje.

Sendo que o turismo de educação é:

“Tourist activity undertaken by those who are undertaking an overnight vacation and those who are undertaking an excursion for whom education and learning is a primary or secondary part of their trip” (Ritchie, 2003)

Constamos que este conjunto dos estudantes inquiridos que realiza um programa de mobilidade ERASMUS tem características que o identificam como Turismo de educação e que os motivos patentes nas análises e conclusões anteriores são fios condutores que ligam o programa Erasmus ao Turismo de Educação. Noutra vertente e sendo que o turismo cultural “é um meio de proporcionar o encontro de culturas que lhe são preexistentes e de estabelecer relações com valores adquiridos. Nesse sentido, o turismo cultural promove e “vende” o acesso a uma cultura preexistente, transformada em produto, isto é, o turismo combina fatores diversos para, diante de um preço, permitir a uma pessoa disfrutar de uma manifestação ou expressão cultural. Estas viagens são motivadas pela herança histórica, artística, científica ou estilo de vida oferecida por uma comunidade” (Cunha L., 1997, p. 170). E neste estudo esta faceta do turismo cultural que combina vários fatores está bem presente nos motivos destacados pelos estudantes.

O estudante Erasmus, segundo as nossas conclusões, é um individuo que vê a mobilidade além fronteira com características muito específicas ligadas aos motivos sociais. Esta experiência tem como impulso principal a valorização interpessoal, quase que podemos afirmar que este jovem utiliza o programa para usufruir de experiência novas que não teria no país de origem. É visto como um meio para fugir do habitat, do conforto familiar, com uma necessidade de crescimento e desenvolvimento intrínseco. Isto é relevado quando na tabela 14 observamos os valores de determinados motivos, que atingem mais de 90% dos inquiridos, por exemplo “Abertura a novas experiencias (96,4%) ”; “Espírito de aventura (91,1%) ” ou “Razões culturais (91,3%) ”.

Vejamos uma tabela com os principais motivos:

	Conjunto dos inqueridos			Amostra <i>Incoming</i>			Amostra <i>Outgoing</i>	
	Indicador	%		Indicador	%		Indicador	%
Pessoais	Abertura a novas experiências	96,4	Pessoais	Abertura a novas experiências	93,5	Pessoais	Espírito de aventura	99,5
Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	92,6	Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	91,3	Académico	Valorização pessoal e curricular	99
Culturais	Razões Culturais	91,3	Culturais	Razões culturais	90,5	Outros motivos	Experiência de viver noutro país	95,9
Académico	Oportunidades de novos horizontes	89,2	Destino	Experiência europeia	90,4	Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	94,4
Atividades de consumo cultural	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	88,5	Atividades de consumo cultural	Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	90	Culturais	Razões culturais	92,1
Outros motivos	Experiência de viver noutro país	88,4	Académico	Oportunidades de novos horizontes	85,3	Atividades de consumo cultural	Património histórico e arquitetónico, monumento	89,9
Destino	Experiência Europeia	84,4	Práticas de atividades culturais	Circuito Cultural	83,8	Escolha do destino	Localização	81,5
Práticas de atividades culturais	Circuito Cultural	81,7	Outros motivos	Experiência de viver noutro país	81,6	Práticas de atividades culturais	Circuito histórico	80,3
Escolha do destino	Localização	77,1	Escolha do destino	Localização	73	Destino	Experiência europeia	79,1

Tabela 16 - Principais motivos das três amostras por ordem crescente.

Nesta análise verificamos que as três amostras se assemelham, não existindo distinções substanciais nos três primeiros indicadores, existindo alguma sincronia. O grupo que se distingue mais é o dos *outgoing* pelos factos revelados anteriormente. Destacamos o seguinte: os alunos que saem de Portugal para estudar ao abrigo do programa Erasmus revelam um especial interesse pelo indicador académico, sendo a sua posição o 2º lugar, enquanto para os alunos *incoming* este indicador só aparece em 7º lugar.

7- Discussão das hipóteses e resultados obtidos.

O universo do estudo desta investigação são estudantes que realizaram uma mobilidade de estudos ao abrigo do programa ERASMUS, os que saem e os que entram. As questões colocadas no início da investigação foram as seguintes:

- O programa de mobilidade ERASMUS é uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural?
- Os motivos são fios condutores que ligam o Turismo de Educação e cultural ao programa Erasmus?

Para uma interpretação mais conscienciosa para dar resposta às hipóteses, optamos por realizar uma análise de agrupamento, usando para o efeito o algoritmo *TwoStep*⁶⁰ (que é mais adequado ao tipo de amostra e de variáveis que o estudo comporta). Depois de feito o output da técnica *Twostep* usamos o teste *Levene's Test for Equality of Variances* de modo a determinar em que medida cada uma das variáveis utilizadas no processo de *clustering* contribuem para diferenças significativas nos clusters obtidos. A análise foi feita com as duas subamostras juntas (*outgoing* e *incoming*), embora identificando essa variável também como uma variável independente, ou seja, uma variável do mesmo tipo do género, idade, etc.

A determinação de *clusters* permite analisar os dados obtidos através dos inquéritos comparando os resultados entre si auxiliando na estruturação de grupos homogéneos. A análise de *clusters* é um *design* estatístico que permite descobrir grupos nos dados (Kaufman & Rousseeuw, 1990).

A identificação de grupos homogéneos permite a deteção de padrões que ajudarão a reconhecer, discutir semelhanças e dissemelhanças entre grupos. A análise de *clusters* permitiu identificar 3 grupos com as seguintes características:

Os Clusters no global representam um total de 47,39% no grupo de saída de portugueses e 52,61% de entrada de estrangeiros.

⁶⁰ Programa utilizado SPSS 19

1º Cluster

Número de inquiridos – 353

Incoming – 47,3%

Outgoing – 32,1%

Feminino – 46,1%

Masculino – 29%

2º Cluster

Número de inquiridos – 274

Incoming – 1,7%

Outgoing – 63,8%

Feminino – 28,9%

Masculino – 35,2%

3º Cluster

Número de inquiridos – 253

Incoming – 51%

Outgoing – 4,1%

Feminino – 24,9%

Masculino – 35,8%

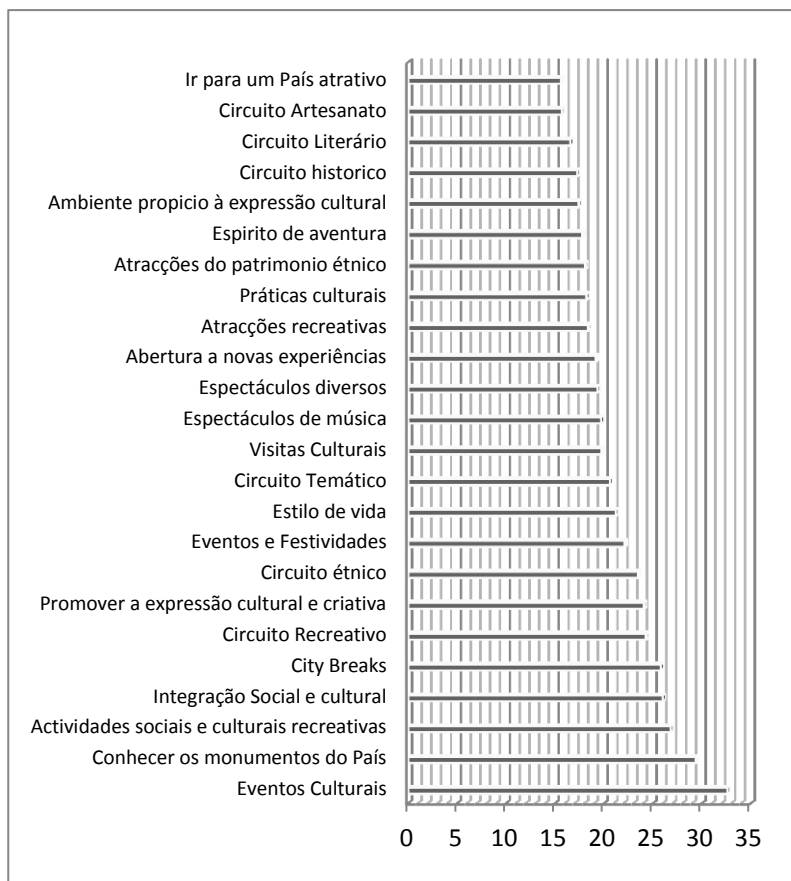


Tabela 17 - Cluster 1

O cluster 1 é um grupo maioritariamente feminino, agrupando alunos *incoming* e *outgoing*, tendo particularidades ligadas sobretudo aos motivos culturais e sociais. Este grupo tem uma vertente muito pró-ativa, procura atividades que valorizem a sociabilização e integração procurando a identidade cultural do país de acolhimento e assim criando a sua rede. Este grupo é o típico prosumidor. No conjunto emerge um espírito de âmbito criativo, isto é refletido na preferência por ações que tornem a sua passagem mais interessante e retirando dela o maior partido possível. Quase que podemos dizer que este grupo segue uma linha orientadora bem definida, com consistência em todos os motivos, com objetivos delineados e lógicos, definindo *a priori* o que efetivamente quer retirar desta experiência. Por outro lado este quadro indica que o grupo aproveita ao máximo o que o local lhe proporciona desde os contactos diretos com a população local, à diversão, à cultura e até o seu posicionamento geográfico, pois assim pode viajar para outros destinos sem muitos custos acrescidos. No conjunto dos motivos denota-se que este grupo não aponta para razões explicitamente ligadas à área académica

. Este grupo tem como principais indicadores uma estreita ligação com a valorização pessoal e cultural. A nível pessoal denota-se uma particular atenção dada às prática de sociabilidade. A nível cultural a atenção vira-se sobretudo para a aquisição de conhecimentos ligados ao país de acolhimento. Em conclusão este grupo representa os participantes do programa Erasmus que pretendem valorizar a experiência de um desafio, complementando e enriquecendo a sua formação pessoal. A denominação escolhida para este grupo é “socioculturais” porque este manifesta um apreço especial pela frequência de atividades sociais e culturais.

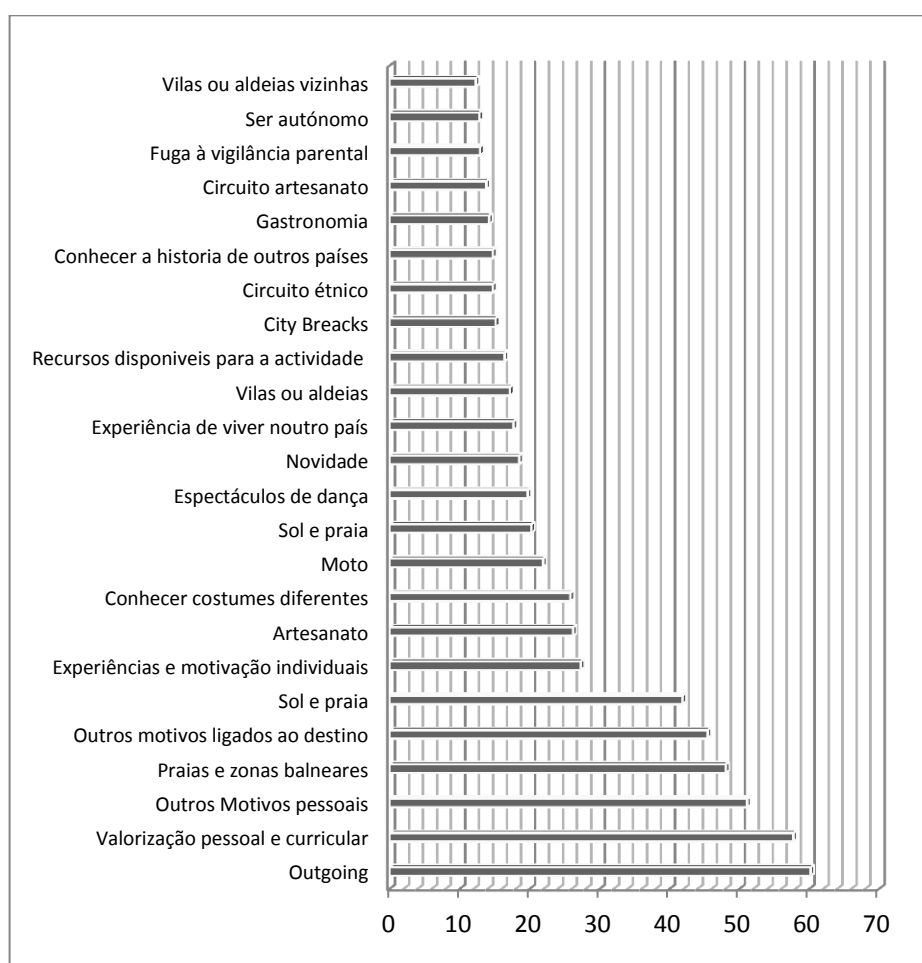


Tabela 18 - Cluster 2

O *cluster 2* representa maioritariamente os estudantes portugueses que saem em mobilidade Erasmus, sobretudo do género masculino. Este grupo ao contrário do primeiro não tem o seu percurso definido com uma linha homogénea, tanto pretende valorizar as suas competências como pretende estar na praia. Este grupo ao contrário do primeiro não tem consistência em todos os seus motivos,

existe uma grande discrepância entre os cinco primeiros e todos os outros, o que revela de facto que o mais importante para estes alunos é encontrar um local que de alguma maneira lhe preencha os requisitos seleccionados. Ao analisar este grupo verifica-se que em todos os motivos não encontramos nenhum aspeto ligado diretamente à vertente académica, tal como o primeiro. Não se verifica neste grupo a procura de incentivos para uma pro-atividade mas unicamente a experiência de estar num sítio diferente. Não é um grupo aventureiro, denota-se até a procura de alguma estabilidade de maneira a associar diversos meios presentes mas sem ter que se esforçar muito.

Este grupo tem tendência para uma procura de aquisição de conhecimentos ligados aos motivos académicos, sobretudo em valorizar o ensino em novas áreas. É um grupo particular que decide associar a aquisição de novos conhecimentos académicos à diversão, conjugando-os com eventos sociais e culturais. Tem uma forte preocupação com o que vai encontrar na instituição de acolhimento, não procura uma repetição dos conhecimentos já adquiridos no país de origem mas sim um complemento ao seu percurso académico, um conhecimento extra. Por outro lado, é um grupo que procura a diferença em vários aspetos, sobretudo a diferença entre o seu país e o país de acolhimento e a sua escola e a escola anfitriã. Iremos denominar este grupo de “Sinérgicos”. Como base para esta denominação utilizamos a definição de Humberto Mariotti de sinergia “como uma integração de comportamentos. Sinergia é mutualidade, compartilhamento de mudanças em benefício do todo.” (2008)

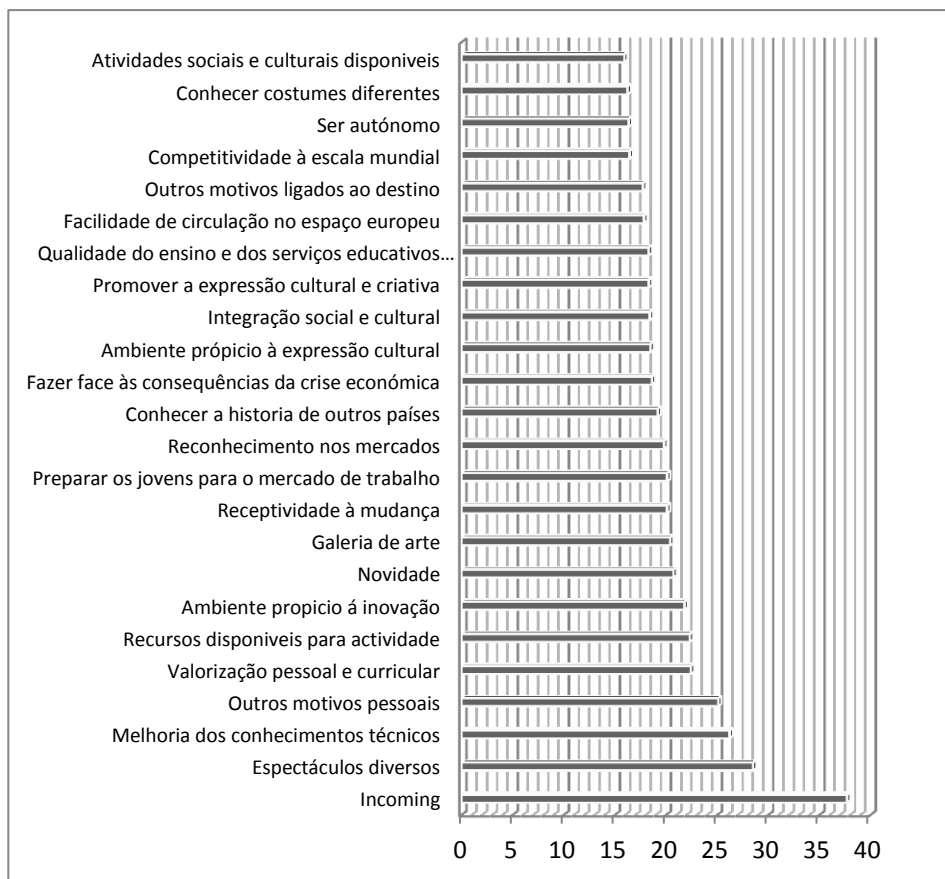


Tabela 19 - Cluster 3

O *cluster 3* representa os estrangeiros participantes em programas de mobilidade em Portugal com incidência no género masculino. Este grupo tem um forte elo com tudo que possa valorizar o indivíduo a nível pessoal, académico e cultural. Este grupo segue uma linha orientadora bem definida, procura inserir-se num ambiente inovador propício a aquisição de conhecimento e enriquecimento individual através do contacto com o outro. Procuram uma formação completa nos diversos níveis sociais, culturais, tecnológicos e académicos. Existe uma grande preocupação em estarem preparados para mudanças, pronto para enfrentar os desafios de uma nova dinâmica europeia. Este grupo tem capacidade de adaptação, uma visão estratégica dos trunfos que esta experiência lhe pode fornecer. Esta viagem individual aumenta a sua capacidade crítica ao confrontar-se com outras realidades e com esta visão permite preparar melhor o futuro ingresso no mercado de trabalho. Desenvolver capacidades a vários níveis é uma prioridade para este grupo, tudo o que seja importante para o tornar mais completo, heterogéneo para assim se demarcar no mundo profissional. Tem especial atenção em procurar instituições de acolhimento que tenham recursos

adequados e diferentes para o seu percurso acadêmico. Iremos denominá-los como o grupo dos “Empreendedores” porque são promotores de um comportamento virado para a construção de um crescimento pessoal aproveitando todos os meios.

“Empreendedorismo é o processo de criar algo com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal”. (Peters, Hisrich, & Shepher, 2008, p. 30)

VI – Conclusão

Os desígnios das emergentes formas de mobilidade associadas ao novo turismo do século XXI foram a estrutura de base para a investigação. A questão de partida relaciona-se com a semelhança das premissas que um programa de mobilidade académica teria com o segmento do turismo educacional ou cultural. A percepção obtida desta relação provém de uma observação direta em campo profissional, ao longo de vários anos, enquanto responsável pelo gabinete de Relações Pública, Comunicação e Organização de Eventos de uma instituição do ensino superior. Denotando-se em conversas com os estudantes Erasmus, que estes procuravam na experiência de mobilidade académica algo complementar ao contexto educacional. A sua postura demonstrava que a possibilidade de um contacto multidisciplinar, desde o contexto social, ao cultural, histórico, patrimonial e educacional era um cenário atrativo e um dos motivos mais mencionados para adesão a este tipo de programa. Esta postura vai ao encontro dos resultados obtidos na investigação de Teichler (2007) e outros autores (Neal1988; Wood 1999; Roberson 2002; Klooster et al 2008) que concluíram que este género de programas é para os jovens estudantes uma ocasião de obter aptidões e saberes culturais e é uma experiência complementar para a sua formação. A possibilidade de um contacto com diferentes áreas, ser um elemento importante e um fator decisivo na decisão de realizar uma mobilidade académica é refletida na análise de vários estudos realizados nesta área (Richards e Wilson, 2003; Carneiro, Guerra e Malta, 2005; Fellingner 2011). As principais conclusões destes estudos apontam como principal motivo a experiência cultural. Conseguimos perceber através da leitura de diferentes autores (Malinowsky 1944; Durkheim 1978; Tylor 1990; Gidson 1998; Ritchie 2003; Urry 2007; Rocha 2011; entre outros) que a cultura é um elemento omnipresente em qualquer ação que se realize e difícil de dissociar de qualquer experiência. Num programa de mobilidade académica, em que o motivo principal é a aquisição de conhecimento pedagógico e científico, constatamos na investigação, que 90% dos inquiridos responderam que o motivo mais relevante para a realização de uma mobilidade académica era o fator cultural. A cultura é um motivo com peso na decisão, um facto persistente e atestado nos estudos realizado nesta temática, constata-se na investigação de

Richards & Wilson (2003) que 83% dos inqueridos refere que “o conhecimento de outra cultura” é o que mais os atrai na hora da decisão. A revisão da literatura presente nesta tese reflete a pertinência do fator cultura, os resultados desta investigação demonstram congruência em torno deste motivo e vem reforçar a sua pertinência na atração de alunos.

Esta convergência de diversos fatores e motivos é uma componente do turismo do século XXI. O turista não procura uma atividade única mas sim busca uma experiência que o complementam a vários níveis (Ritchie, 2003) e procura ser um elemento participativo da sua experiência (Richards 2001; Machado 2011). A partir dos indicadores que produzimos e dos dados recolhidos, verificamos isso mesmo. Este estudante procura na experiência de mobilidade académica a possibilidade de se desenvolver pessoalmente, socialmente e culturalmente. A simbiose desta prática heterogénea resulta no que Brent Ritchie define como os novos turistas: “são também pessoas que procuram novas e distintas experiências” (2003, p4). Este vínculo entre novas experiências e crescimento pessoal leva-nos, também, a uma aproximação do segmento do turismo criativo. Isto porque o aluno impreterivelmente assume uma posição participativa, devido à sua necessidade de se envolver no meio académico e da comunidade em que ele está inserido.

Por um lado o jovem do século XXI é um promotor de uma globalização intercultural, por outro lado também o são as instituições de ensino superior, ao facultarem programas de mobilidade académica. Os programas de mobilidade académica vão ao encontro das exigências de formação de jovens, facultando as aptidões necessárias para as demandas do século XXI. Clara Coutinho e Eliana Lisbôa afirmam mesmo que o papel das instituições de ensino é crucial neste processo:

“Para que a educação alcance um patamar promotor do desenvolvimento integral dos alunos, preparando-os para enfrentar os desafios de uma sociedade que tem como premissa básica, as constantes mudanças em todos os segmentos sociais, compete à escola a tarefa de educar

crianças, jovens e adultos de maneira diferente para um mundo mutante” (2011, p. 16).

A comunidade europeia em 1998, com a assinatura da Declaração de Sorbonne, refletia no documento a necessidade de existir um compromisso entre as várias nações, na concretização de um sistema igualitário certificado, em que o estudante pudesse circular e experienciar por vários países integrando-se nas instituições de ensino superior. Nos diversos documentos oficiais da União Europeia é refletido que a mobilidade académica é um provedor de intercâmbio científico e cultural que permite ao estudante alcançar uma integração impulsionadora de “desenvolvimento integral”.

Como apontado na revisão da literatura, desta tese, a mobilidade académica não é um programa totalmente democrático, tal como o acesso ao ensino superior (Santos B., 2011). “Promover a justiça e igualdade” é o lema da Declaração de Bolonha, mas neste último século temos assistido a um caminhar austero na promoção da justiça e igualdade. Assistimos ao desbastamento deste lema, por um lado a internacionalização transformou-se num mercado de acesso limitado a uma determinada classe social e um meio de lucro para as instituições. Por outro lado, o constante desinvestimento do Estado no ensino superior coloca-o num patamar de necessidade e de procura por respostas para a sua subsistência, levando e transformando a educação num sistema capitalista (Santos B., 2005). A meta delineada pela União Europeia, de uma universidade para todos, foi um caminho ambicioso e louvável, porém as contingências físicas, económicas e políticas de cada país limitou este trajeto, tal como ponderado por Cláudia Urbano: “Um sistema de ensino superior está na dependência e convergência de diversos interesses.” (2011)

Nos caminhos que percorremos relativos aos temas do turismo indicam que o turismo pode ter diferentes características, áreas e subáreas. Verificou-se que é uma tarefa árdua dissociar certos segmentos, como por exemplo isolar a cultura de uma experiência turística, seria impossível, pois ela é o princípio da existência e um elemento permanente em todo o lugar, “um complexo unitário” (Edward B. Tylor, 1871) indissociável integrante o indivíduo.

O turismo por si só não é autónomo, circula por diferentes caminhos e encruzilhadas que se conjugam na associação de campos de ação (Urry & Sheller, 2004). E quando abordamos o turismo num contexto histórico-temporal deveremos ter em conta todo um conjunto de fatores que influenciam a análise da experiência, pois:

“permeiar pela intrínseca noção de experiência de um sujeito, durante seus deslocamentos, faz-se necessário refletir sobre o momento sócio-cultural contemporâneo em que se encontra e seus reflexos no modo como estes agentes sociais sentem, refletem e reagem a esta condição e este universo.” (Camargo, Santos, & Guterres, 2012, p. 583)

No contexto do século XX e XXI é ainda mais complexo pois o turismo converge para áreas que em si alojam subáreas. Por exemplo, no segmento do turismo cultural podemos encontrar sujeitos que procuram uma cultura popular, uma cultura de massas, erudita ou mesmo exótica mas o que verificamos é que independentemente do tipo de cultura, motivo principal de decisão, é que estas subáreas coabitam em simultâneo. Esta afirmação enquadra-se também no segmento de turismo de educacional, onde verificamos que a educação é também aquisição de cultura. Pois a cultura tem distintas configurações de expressividade e coaduna-se na perfeição com o termo educação. Kant afirma que as várias ações e “todas as qualidades naturais que pertencem a humanidade” (1996) com que o Homem se confronta, edificam a formação.

Concluimos que todo o turismo ou forma de mobilidade, fora do seu habitat natural, tem direta ou indiretamente um carácter educacional e cultural, refletindo o que Pires expõe “todo o turismo é cultural”. Maus acrescenta que a educação que esta faz parte de um processo inseparável da experiência de vida e está presente em tudo em que em participamos. Pois, o que irá diferenciar o segmento de turismo é a identificação do motivo que impulsionou essa mobilidade (Henriques, 2003).

A análise dos diversos conceitos permitiu-nos refletir e chegar a uma conclusão, que nos levou a apresentar uma definição, que permite a aplicação do termo turismo independentemente do segmento.

A mobilidade turística seja para fins educativos, sociais, culturais ou análogos, é a deslocação do indivíduo ou de um grupo do local habitual de residência para outro local (regional, nacional ou internacional), durante um período indeterminado (superior a 6 horas) para participar de uma experiência diferenciadora da rotina diária.

Esta definição tem como base de interpretação a seguinte ponderação:

- A mobilidade turística tem associado à tomada de decisão um motivo principal mas não único.
- A decisão é tomada mediante o motivo principal ponderado numa simbiose/conjunto de fatores motivadores e decisivos coligados, conduzindo o indivíduo/grupo a uma ação/reação para tomar a decisão de realizar uma mobilidade.

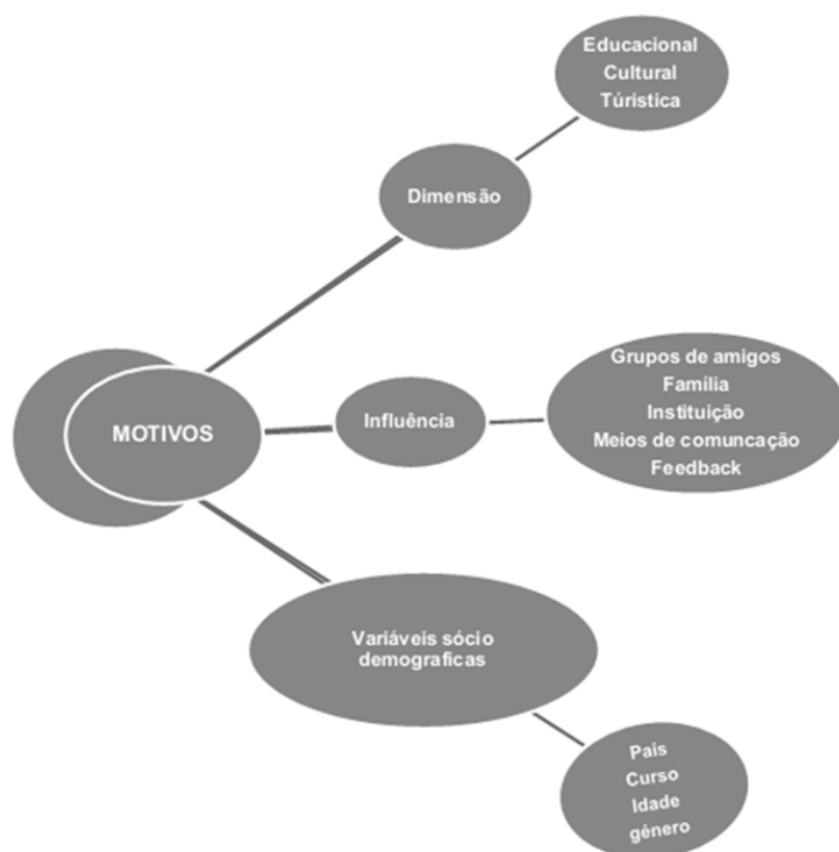


Figura 15 - Modelo conceptual- Motivos determinantes na decisão de realizar uma mobilidade académica _
Fonte: autor

Referenciámos na tese múltiplas formas de mobilidade, desde a física à imaginária. A mobilidade pode existir de várias formas e coabitar com diversos meios. Isto é, a noção de mobilidade no seu termo é associada ao movimento, mas o conceito de mobilidade evoluiu, conquistando campos impensáveis até ao momento para o senso comum. No século XXI ser móvel não está diretamente ligado à sua natureza, ao movimento físico, o termo foi amplificado em vários campos. John Urry (2010) cataloga essa versatilidade da mobilidade em cinco escalões: a corporal, a física, a imaginária, a virtual e a da comunicação. Fala-se de mobilidade quando um sujeito navega na internet, mesmo estando fisicamente estático e utilizando-se neste sentido o termo de “motilidade” (Grieco & Urry, 2011). A motilidade está diretamente ligada à “não ação”, o sujeito escolhe se pretende estar no lugar virtual ou fisicamente. Esta discussão foi importante para o tema da investigação, porque a motilidade é uma das primeiras mobilidades

efetuadas pelos estudantes quando surge a intenção de frequentar um programa de estudo além fronteira. A pesquisa bibliográfica, relativamente a estudos realizados nesta área, demonstra que o estudante em primeiro lugar procura informação na Internet, sobre os vários locais onde pretende realizar a mobilidade académica. A decisão do jovem é estimulada pela informação encontrada, a viagem virtual é o seu primeiro contacto com a realidade que irá enfrentar aquando da mobilidade física no país de acolhimento, estamos na era da “Galáxia Internet” tal como denominado por Castells (2003). A imagem/mensagem que o estudante recolhe desta viagem virtual é tão ou mais importante que a realidade concreta para a tomada de decisão. A viagem virtual, as redes sociais e a mensagem transmitida têm um papel fundamental nos originadores de motivação, denominado de “*decision-making process*” (Swarbrooke e Horner, 2007). Este estudante, de programas de mobilidade educacional, procura razões consistentes a nível interpessoal, sociocultural e individual para a concretização dos seus objetivos pessoais. Mediante a interpretação da mensagem, o estudante consumidor de programas de mobilidade, irá analisar a mesma em vários ângulos – Valorização prática; utópica, crítica e lúdica. Do nosso estudo identificamos quatro tipos de consumidores:

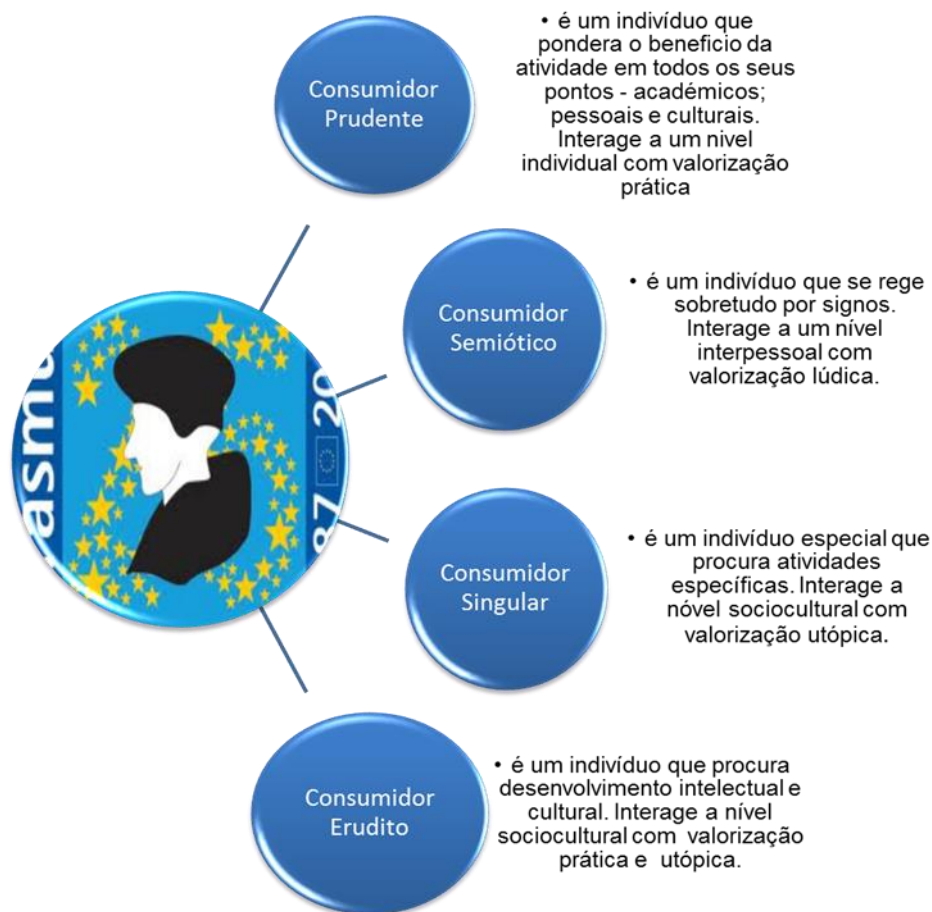


Figura 16 - O consumidor de programas de mobilidade _ Fonte: Autor

Outra característica importante a reter é que: a decisão tomada é pessoal, mas influenciada pelo meio em que o estudante está inserido, pois os fatores decisivos são determinados pelo social, cultural e económico (Henriques, 2003). O habitat onde o indivíduo se desenvolve forma-o segundo os seus contextos culturais característicos, os quais irão influenciar a decisão, esta faceta única de cada indivíduo é aquilo que Giddens aponta como sendo valores individuais e intransmissíveis. Os indicadores desta investigação revelam e reafirmam esta noção, verificamos que os alunos inquiridos para este estudo, se dividiram em três grupos diferentes. Cada um deles com objetivos diferenciados, um primeiro grupo que engloba todos os inquiridos, consumidores assíduos de cultura. O segundo grupo composto maioritariamente por alunos que vêm para Portugal realizar uma mobilidade académica, são estudantes que procuram ter novas experiências a vários níveis mas particularmente a nível pessoal. Por último temos o grupo de alunos portugueses que saem para realizar um programa de

mobilidade, que procuram um desenvolvimento seja a nível cultural ou académico. Denotaram-se identidades específicas em cada grupo, mostrando que a opção tomada por cada indivíduo é dependente dos seus valores e referências (Sartre, 1997).

Através deste estudo concluímos, estar patente nas linhas gerais dos motivos apontados pelos grupos, uma associação de indicadores que geram os motivos de decisão, este argumento previamente apontado por Louise Ackers e Bryony Gill (2008). Não se destaca isoladamente um motivo mas sim uma agregação de motivos, os quais são meios para alcançar um objetivo final.

Este fato também se verifica no processo de verificação das hipóteses colocadas inicialmente. Das 18 hipóteses colocadas unicamente 5 foram confirmadas. As distinções incidem sobretudo entre o género feminino e masculino. O género feminino privilegia indicadores relacionados com o seu desenvolvimento pessoal. Quanto ao género masculino incide sobretudo no espírito de aventura e na possibilidade de novas experiências. Entre os alunos *incoming* e *outgoing* verifica-se que os alunos estrangeiros privilegiam o desenvolvimento de capacidades, abertura a novos horizontes e espírito de aventura. O aluno português valoriza o desenvolvimento pessoal.

Este estudo permite observar que os motivos e fatores de decisão na realização de um programa de mobilidade têm características que o ligam ao turismo de educação e cultural e com aproximações ao turismo criativo.

Tomando o conceito base de turismo de educação de Ritchie, em que este o define como uma atividade onde o indivíduo efetua uma mobilidade com um propósito, principal ou secundário, de realizar uma atividade ligada a educação e formação, onde o autor insere os programas académicos. Reconhecemos nos dados recolhidos da investigação, que o programa de mobilidade Erasmus tem características que o permitem identificar como turismo de educação. Esta afirmação advém, sobretudo, da análise efetuada aos motivos, fatores decisivos e atividades apontados pelos estudantes inquiridos que aproximam o programa ao turismo de educação. Mas no entanto, verificamos que os motivos e práticas dos estudantes se aproximam mais com o segmento do turismo cultural. Tomando a definição de turismo cultural do autor Cunha “ turismo cultural é o encontro de

culturasEstas viagens são motivadas pela herança histórica, artística, científica ou estilo de vida oferecida por uma comunidade” (1997, p170). Esta conclusão vem de algum modo contrapor o que Waters afirmava “todo o planeta será ocupado por uma única sociedade e por uma única cultura”, pois verificamos, o oposto uma procura sim de diferença, um elemento atualmente determinante na escolha. Esta conclusão confirma o que Barreto (2007) expõe sobre a necessidade de busca de elementos característicos e diferenciadores de cada cultura e este será o ambiente de seleção, a denominada autenticidade que John Urry indica nos seus estudos.

Todos estes elementos estão fortemente marcados nos resultados dos inquéritos; destacamos os principais motivos dos estudantes:

- Académico: Oportunidade de novos horizontes profissionais e estabelecer redes
- Cultural: Razões culturais e atrações históricas
- Destino: Experiência Europeia e custo de vida
- Pessoais: Abertura a novas experiências e espírito de aventura
- Escolha do destino: Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos e localização
- Outros motivos: Experiência e motivação individual e experiência de viver noutra país.
- Realização e desenvolvimento pessoal

Concluimos que a pluralidade e concentração dos motivos expressam de forma significativa que o programa Erasmus identifica-se como uma forma, particular de turismo cultural. No entanto também podemos apontar algumas características que o aproximam do turismo criativo, na base deste segmento existe o forte elemento participativo, o aluno é inserido numa nova rede e terá que coabitar e adaptar-se a cada elemento, fazer parte ativa do meio que o circunda.

As conclusões retiradas desta investigação poderão ser base para um estudo futuro. Analisando a viabilidade da sua aplicação, objetivando um melhor funcionamento para uma expansão dos programas de mobilidade.

Erasmus + será o novo programa para a mobilidade académica. Este programa pretende estimular o crescimento e o emprego, e promover a igualdade e inclusão social. Para implementar o programa a União Europeia atribuiu 14 774 mil milhões de euros do seu orçamento. Alguns dos pontos fulcrais do programa são reduzir o “fosso a nível das competências que se verifica no espaço europeu”; aumentar a percentagem de alunos que concluem o ensino superior para 40% e apoiar a modernização de todos os níveis de ensino e formação. Sendo que o Erasmus + faz parte integrante da estratégia Europa 2020 nos domínios da educação. Sendo que a mobilidade académica irá ser uma alavanca promotora de mudança, da estratégia de crescimento e de desenvolvimento económico, ter a noção dos motivos decisivos poderá ser um suporte para delinear uma estrutura objetiva e estratégica que favoreça a conquista de mais alunos em mobilidade ou de alunos internacionais.

Bibliografia

- Abrams, I., & Hatch, W. (1962). *Study Abroad. New Dimensions in Higher Education*. Washington.DC: Office of Education (DHEW).
- Abreu, P. (1995). Turismo Internacional de Jovens - O universo das formas, dos motivos e das representações juvenis sobre a viagem. *Revista Crítica de Ciências Sociais* nº 43, pp. 69-91.
- Ackers, L., & Gill, B. (2008). *Moving People and Knowledge: Scientific Mobility in an Enlarging European Union*. Great Britain: MPG Books Ltd, Bodmim; Cornwall.
- Aguiar, C. M., & Morelli, G. (2006). *Turismo e Educação: as relações possíveis*. Obtido em 14 de 04 de 2012, de Revista Digital - Buenos Aires - Año 11 - Nº 97: <http://www.efdeportes.com/efd97/turismo.htm>
- Albagli, S. (1999). Globalização e espacialidade: o novo papel do local. In J. E. Cassiolato, & H. Lastres, *Globalização e inovação localizada: experiências de Sistemas locais no Mercosul* (pp. 181-198). Brasília: IBICT/MCT.
- Albuquerque, L. A. (2006). Cidades e Criatividade: o desafio das políticas culturais municipais. *Turismo Cultural, Territórios & Identidades*, (p. s/p).
- Almeida, J. e. (1986). Problemas metodológicos gerais. Da teoria à investigação empírica. In A. S. Silva, & J. M. (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 55-78). Porto: Ed. Afrontamento.
- Almeida, P., Miranda, F. J., & Elias-Almeida, A. (2012). Aplicação da análise importância-valor aos componentes da imagem de um destino turístico. *Tourism&Management Studies*, nº8, pp. 65-77.
- Altbach, P. G. (2004). Higher Education Crosses Borders. *Change* 36, pp. 1-12. Obtido em 14 de 04 de 2012, de <http://connectedconference.org/pdf/research/Higher%20Education%20Crosses%20Borders-%20Change.pdf>
- Apadourai, A. (1996). *Modernity at Large - Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press forthcoming.

- Appadurai, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.
- Araújo, R. V. (2012). O conhecimento e interesse dos estudantes de Educação Física em intercâmbio académico internacional. Florianópolis , Brasil : Universidade Federal de Santa Catarina - Departamento de Educação Física.
- Augusto Mateus & Associados. (2013). A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa. Secretária de Estado da Cultura.
- Baganha, M. I., & Ribeiro, J. S. (2007). Imigração qualificada no sector da saúde – as oportunidades do mercado laboral português. *Revista Migrações - Número Temático Imigração e Saúde nº1 in Dias, Sónia (org.) Lisboa: ACIDI*, pp. 53-78.
- Barreto, M. (2007). *Turismo y Cultura: relaciones, contradicciones y expectativas*. Espanha: Aca y Pasos, RTPC.
- Baudrillard, J. (1968). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Z. (2004). Entrevista com Zigmunt Bauman. (M. L. Pallares-Burke, Entrevistador)
- Belanciano, V. (31 de 01 de 2014). Indústrias culturais e criativas preparam-se para a disputa dos fundos europeus. Público Online - <http://www.publico.pt/n1621872>.
- Bogder, D. (1998). Leisure, Learning and Travel. *Journal of Physical Education and Dance nº 69*, 28-31.
- Bonanno, A. (1999). Globalização da economia e da sociedade: Fordismo e pós-Fordismo no setor agroalimentar. In J. S. Cavalcanti, *Globalização, trabalho, meio ambiente mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação* (pp. 47-88). Recife : Universitária da UFPE.
- Bonfim, M. V. (jan/abr de 2010). Por uma pedagogia diferenciada: Uma reflexão acerca do turismo pedagógico como prática educativa. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, v. 12, nº 1, pp. 114 – 129.

- Bourdieu, P. (1986). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil.
- Brandão, I. T., & Aldrigue, N. d. (2005). *Turismo e Educação*. Revista Global Tourism. Volume 2, número 2.
- Buarque, E., & Santos, L. A. (2001). *Comentários ao paper de A. Marques Mendes sobre globalização*.
- Burns, P., Myers, A., & Kakabadse, A. (1995). Are national stereotypes discriminations? *European Management Journal Vol 13*, 212-217.
- Bzuneck, J. (2004). A motivação do aluno: aspectos introdutórios. In E. B. (Orgs.), *motivação do aluno, 3ª. Edição* (pp. 9-36). Petrópolis: Vozes.
- Cabral, Á., & Nick, E. (2006). *Dicionário Técnico de Psicologia*. São Paulo: Editora Pensamento- Cultrix LTDA.
- Caetano, A. (2011). Para uma análise sociológica da reflexividade individual. *Sociologia, problemas e práticas nº 66*, pp. 157-174.
- Caires, C. S. (Maio de 2011). “O hiper no modernismo e na ficção”. In X. N. (ed.), *Diálogos Ibéricos sobre a Modernidade* (pp. 25-40). Braga: Ed. HUMUS, Universidade do Minho.
- Câmara, A. (s.d). *Lisboa Criativa*. Obtido em 27 de 05 de 2014, de Universidade Nova de Lisboa e YDreams: <http://disciplinas.dcea.fct.unl.pt/sima/lisboacriativa.doc>.
- Campillo, A. (2010). Nomadismo, globalización y cosmopolitismo. In A. F. (Coord.), *Nomadismos contemporáneos: Formas Tecnoculturales de la globalización* (pp. 29-52). Murcia: Universidade de Murcia.
- Campos, L., & Canavezes, S. (2007). *Introdução à globalização*. Braga: Instituto Bento Jesus Caraça - Departamento de Formação da CGTP-IN.
- Canzler, W. (29-30 de 02 de 2004). The Vision of Mobility and Second Modernity. *Contribution for the Workshop on “Mobility and the Cosmopolitan Perspective*.

- Canzler, W., Kaufmann, V., & Kesselring, S. (2008). *Tracing Mobilities: Towards a Cosmopolitan Perspective*. Great Britain: Ashgate Publishing Limited.
- Carmo, H., & Ferreira, M. (2008). *Metodologia da investigação: guia para autoaprendizagem (2ª ed)*. Lisboa : Universidade Aberta.
- Carneiro, M., Guerra, R., & Malta, P. (2005). Universidade de Aveiro - Que papel na dinamização da mobilidade de estudantes no âmbito do Erasmus? *RT&D - Revista de Turismo e Desenvolvimento*, pp. 149-155.
- Carneiro, R. (2006). Hibridação e aventura humana. *Comunicação e Cultura nº1*, pp. 37-55.
- Carvalho, J. H. (2010). *A publicidade nas redes sociais e a a geração Y: A emergência de novas formas de comunicação publicitária*. Obtido em 14 de 04 de 2012, de Universidade Católica de Brasília, Distrito Federal: http://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT2_Art8_Joao.pdf
- Carvalho, R. (2011). Os eventos culturais e criativos poderão ou não contribuir para uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro? *Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de turismo Cultural*. Tomar: Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.
- Castells, M. (2003). *A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Caudery, T., Petersen, M., & Shaw, P. (University of Maastricht). The Language Environments of Exchange Students at Scandinavian Universities. In R. Wilkinson, & V. Zegers, *Researching Content and Language Integration in Higher Education* (pp. 233-250). Maastricht: University of Maastricht.
- CE, C. E. (2007). *ERASMUS Casos de Sucesso A Europa cria oportunidades*. Obtido em 25 de 04 de 2011, de <http://ec.europa.eu>: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/erasmus/success-stories_pt.pdf

- Celento, D. (2007). Jump Box [Dwellings for the Digital Nomad]. *3rd Int'l ASCAAD Conference on Em'body'ing Virtual Architecture - ASCAAD-07*. Alexandria, Egypt.
- Chiavenato, I. (1993). *Teoria Geral da Administração (4ª edição, Vol. I)*. McGrawHill : Lisboa.
- Chon, K. (1989). Understanding recreational traveler's motivation, attitude and satisfaction. *Revue de Tourisme- 1*, pp. 3-7.
- Chon, K.-S. (1989). Understanding recreational traveler's, attitude and satisfaction. *Revue de Tourism*, pp. 3-7.
- Coelho, L. (2006). A dependência económica das mulheres portuguesas que vivem em casal. *Oficina do CES*. 255. Centro de Estudos Sociais - <http://hdl.handle.net/10316/11109> .
- Comissão das Comunidades Europeias. (2009). *Livro Verde - Promover a Mobilidade*. Obtido em 24 de 02 de 2011, de http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc/mobility/com329_pt.pdf
- Comissão das Comunidades Europeias. (2011). Convite geral à apresentação de candidaturas 2011-2013 — Prioridades Estratégicas - Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida (PALV).
- Comité Económico e Social Europeu. (2006). *Turismo e cultura: duas forças ao serviço do crescimento*. Jornal Oficial da União Europeia - (C 110/01).
- Conselho Nacional de Educação. (2011). *Estado da Educação 2011. A Qualificação dos Portugueses*. Editorial do Ministério da Educação e Ciência.
- Costa, A., Peres-Jr., M., Prado, M., & Silva, R. (2010). Análise dos fatores motivacionais e determinantes no processo de decisão de compra do consumidor turístico no entorno do Parque Nacional da Serra da Canastra na região de São Roque de Minas (MG) - V3, Nº2. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, pp. 215-234.

- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*, vol. XL (175), pp. 279-295.
- Crompton, J. (1979). An Assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Jornal Travel Research* 17(4), pp. 18-29.
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research* 6, pp. 408-424.
- Crompton, J., & McKay, S. (1977). Motives of attending festival events. *Annals of Tourism Research* 24 (2), pp. 425-439.
- Cruz, A. R. (2012). Atracção da classe criativa e recursos primários no turismo do Algarve. *VII Congresso Português de Sociologia* (pp. 1-17). Porto: Universidade do Porto.
- Cruz, B. (16 de 06 de 2008). 60ª Reunião anual da SBPC - Sociedade Brasileira para o progresso da Ciência. *Mobilidade académica no Brasil*. Campinas/SP, Brasil. Obtido em 21 de 07 de 2011, de Portal Andifes: http://www.agencia.ufpb.br/ver.php?pk_noticia=7099
- Cruz, F. S. (2009). *O Processo de Globalização no século XXI: um novo tempo de batalhas para o MST*. Obtido de Universidade Católica de Pelotas: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-cruz-processo-globalizacao.pdf>
- Cunha, L. (1997). *Economia e política do turismo*. Portugal: MaCGraw-Hill.
- Cunha, L., & Lacomblez. (2008). Revisões Temáticas - A influência do traçado de mobilidade na noção de território e nas oportunidades de desenvolvimento local-. *Laboreal - Volume IV- nº1*, pp. 56-57.
- Cunha, L., Antunes, M., Teixeira, P., & Pina A, A. (2005). Motivtur: Estudo das motivações dos turistas estrangeiros que visitam Portugal. CISE - Centro de Investigação Social e Empresarial.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism* 4, pp. 184-194.

- Dann, G. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research* 8, pp. 187-219.
- Dantos, J. F., Carvalho, R., & Figueiredo, L. M. (2012). A importância do turismo cultural e criativo na imagem de um destino. *Revista Turismo & Desenvolvimento nº17/18*, 1559-1572.
- Deladalle, G. (1979). *Théorie et pratique du signe: introduction a la sémiotique de Charles S. Peirce*. Paris: Payot.
- Deleuze, G. (1990). *A Imagem-Tempo*. São Paulo: Brasiliense.
- Devezas, T., & Rodrigues, J. N. (2009). *Portugal o pioneiro da globalização - A Herança das Descobertas*. Famalicão: Edições Centro Atlântico.
- Dubois, B. (1998). *Compreender o consumidor / Bernard Dubois* . Lisboa: Dom Quixote .
- Dumazedier, J. (1979). *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva.
- Echtner, C., & Ritchie, J. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies* 2(2), pp. 2-12.
- EU, E. U. (2010). Erasmus: I am one of the two million who did it! *Lifelong Learning programme - Education and Culture*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2010.
- European Commission. (2011). *Flash EB No 319b - Youth on the move - Analytical report*. European Commission.
- Eurostat. (2009). *Youth in Europe - A statistical portrait*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2009.
- Fernandes, C. S. (2009). *Sociabilidade, comunicação e política*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Ferreira, R. B. (06 de 2004). *Millenium - Revista do ISPV - n.º 29*. Obtido de <http://www.ipv.pt/millenium/Millenium29/>

- Ferreira, V. (1998). As mulheres em Portugal: situação e paradoxos. *Oficina do CES. 119*. Centro de Estudos Sociais - <http://hdl.handle.net/10316/11011>.
- Fichter, J. (1973). *Sociologia*. São Paulo: Editora Pedagógica Universitária.
- Fidalgo, S. S., & Fernandes, J. L. (2010). Marketing territorial, inovação, paisagem e património: o estudo de caso de Óbidos. *Actas do XII Colóquio Ibérico de Geografia*. Porto.
- Figueiredo, A. M. (2008). *A Universidade e o ensino - Relatório pedagógico*. Obtido em 25 de 03 de 2013, de <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13267/1/Relat.%20Pedag.%20Agregado.pdf>
- Filhos, A. M. (Abril de 2012). Século XXI - O Século da Educação. *Revista Espaço Académico nº 131*, pp. 97-100.
- Fischer, J. (3 de Outubro de 2012). *Europa: O desafio da crise*. Obtido em 24 de 6 de 2012, de *Jornal o Público*: <http://dev.publico.pt/ProjectSyndicate/Joschka%20Fischer/europa-o-desafio-da-crise-1565708>
- Floch, J.-M. (1985). *Imagens, signos, figuras – A abordagem semiótica da imagem*. Porto: Cruzeiro Semiótico, n.3.
- Fombona, J., Rodríguez, C., & Sevillano, M. Á. (2013). The Motivational Factor of Erasmus Students at the University. *International Education Studies - Vol 6-Nº4*, 1-9.
- Fortuna, C., & Ferreira, C. (Outubro de 1996). O turismo, o turista e a (pós) modernidade. *Oficina do Centro de Estudos Sociais de Coimbra - nº80*, pp. 1-19.
- Francastel, P. (1983). *A imagem, a visão e a imaginação*. Lisboa: Edições 70.
- Francastel, P. (1998). *A Imagem, a Visão e a Imaginação – Objecto Fílmico e Objecto Plástico*. Lisboa: Edições 70.
- Franco, M. (2005). Datamóvel. *Jornal de Negócios*.

- Franco, M. (Maio-Junho de 2006). *Sociedade da Informação Móvel*. (M. X.-R. Informação, Ed.) Obtido em 21 de 02 de 2011, de <http://www.mario-franco.net/cibernomadismo/SIM.pdf>
- Freitas, C. M. (2006). Estudo da Motivação e da Liderança na Indústria Hoteleira da RAM . *Dissertação para obtenção grau de Mestre em Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo*. Funchal: Universidade da Madeira.
- Ghiglione, R., & Matalon. (1997). O inquérito teoria e prática. Celta.
- Giannella, L. (2011). Multiterritorialidade e múltiplas identidades: o território da comunidade de pescadores de Copacabana, Rio de Janeiro. *Geografia em questão V.04, nº2*, pp. 87-112.
- Giddens, A. (1997). *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta Editora.
- Giddens, A. (1999). *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Presença.
- Giddens, A. (2008). *Sociologia. 4ª ed.* Porto: Porto Alegre: Artmed.
- Gidson, H. (1998). The Educational Tourist. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance nº 69*, 32-34.
- Gill, A. (2001). *Gestão de Pessoas*. São Paulo: Editora Atlas .
- Gomes, R. M. (2007). *Olhares sobre o lazer*. Coimbra: Centro de Estudos Biocinéticos.
- Gomez, G., Flores, J., & Jiménez, E. (1996). *Metodologia de la Investigacion Cualitativa*. Malaga: Ediciones Aljibe.
- Gonçalves, A. R. (2008). As comunidades criativas, o turismo e a cultura. . *Revista da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (2008) - Dos Algarves - nº17*, pp. 11-18.
- Gonçalves, G. (Setembro de 1998). Ensaio: Questionamento à volta de três noções: grande cultura, cultura popular, e cultura de massas.

- Gonçalves, M. L. (2012). Comunicação interpessoal nas escolas: um estudo com alunos do 6º e 9º anos de escolaridade. *Dissertação - Ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em educação*. Instituto de Educação da Universidade de Lisboa.
- Grieco, M., & Urry, J. (2011). *Mobility: new perspectives on transport and society*. Great Britain: Ashgate Publishing Limited.
- Grossberg, L. (1996). Identity and Cultural Studies: Is That All There Is?" . In S. Hall, & P. d. Gay, *Questions of Cultural Identity* (pp. 87-107). London: Sage.
- Haesbaert, R. (2005). Da desterritorialização à Multiterritorialidade. *Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*, (pp. 6774-6792). São Paulo.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura: planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Sílabo.
- Henriques, S. (2009). Identidades e estilos de vida nos consumos - Reflexões teóricas. 69-75. Actas dos ateliers do Vº Congresso Português de Sociologia; Sociedades Contemporâneas: Reflexividade e Acção ; Atelier: Identidades e Estilos de Vida.
- Heyneman, S. P. (2003). The history and problems in the making of education policy at the World Bank 1960–2000. *International Journal of Educational Development*, v.23, pp. 315-337.
- Hughes, H. (1995). Redefining Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (3), pp. 707-709.
- Humanes, M. (2011). Dossier Sociedade de Informação - O Futuro passa por aqui. *Média XXI - Revista da comunicação, Cultura e Sociedade de Informação - Edição 86*, pp. 10-14.
- Islas, O. (2007). La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, número 7, pp. 68-77. Obtido em 14 de 04 de 2012, de Razón y Palabras - Primeira revista electrónica en latinoamérica especializada em

<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/varia/oislas.html>

Iso-Ahola, S. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivations: a rejoinder. *Annals of Tourism Research* 9, pp. 256-262.

Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. Oxon: Routledge World Reference.

Jašková, M., & Heczková, L. (2010). *Erasmus mobility: Student motivation and satisfaction*. Czech Republic: Faculty of Economics, VŠB–Technical University of Ostrava.

Kannankutty, N. e. (2007). *Why did they come to the United States? A profile of immigrant scientists and engineers*. Obtido em 24 de 04 de 2012, de <http://www.nsf.gov/statistics/infbrief/nsf07324/nsf07324.pdf>.

Kasravi, J. (August de 2009). Factors Influencing the Decision to Study Abroad for Students of Color: Moving Beyond the Barriers. *A Dissertation submitted to the Faculty of Graduate School of The University of Minnesota*. Minnesota.

Kaufman, L., & Rousseeuw, P. (1990). *Finding Groups in Data , An Introduction to Cluster Analysis*. Canadá: Wiley Inter-science.

Kaufman, V. (2002). *Re-thinking Mobility - Contemporary Sociology*. Great Britain: Ashagate Publishing Limited.

Kaufmann, V., & Widmer, E. D. (2006). Motility and family dynamics: Current issues and research agendas. *Journal of Family Studies*, 18 Vol, Issue 1, pp. 111-129.

Krauss, R. M. (2002). *The Psychology of Verbal Communication*. Columbia University: N. Smelser & P. Baltes.

Kullock, E. (25 de 02 de 2010). *O que é Geração Y?* Obtido em 12 de 04 de 2012, de Foco em Gerações.

LAgrou& Interarts. (February 2005). *Tourism & Culture -The European Experience*. Brussels: European Travel Commission (ETC); World Tourism Organization (WTO).

- Lahire, B. (2005). Patrimónios individuais de disposições. Para uma sociologia à escala individual. *Sociologia, problemas e práticas* nº 49, pp. 11-42.
- Lalanda, P. (1999). «Investigar ou a arte de descobrir?», *Profissão Sociólogo*. Oeiras: Celta (adaptado).
- Lee, T., & Crompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research* - 19, pp. 732-751.
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (1997). *Introduction to Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (1997). *Introduction To Tourism*. TAYLOR & FRANCIS LTD.
- Lima, M. C. (ago/dez de 2009). Mobilidade mundial de estudantes. *Revista GV Executivo* - V.08- nº2, pp. 66-69.
- Lima, M. C., Riegel, V., & Carrillo, C. A. (2011). Mobilidade acadêmica made in south: refletindo sobre as motivações de estudantes brasileiros e colombianos. *XI Colóquio Internacional sobre gestão universitária na América do Sul*. Florianópolis.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2010). *A Cultura-Mundo*. Lisboa: Edições 70.
- Lives, A., & Urry, J. (2010). *Mobiles lives*. Oxon: Routledge.
- Los Retos que impone la generación Einstein* . (2008). Obtido em 15 de 04 de 2012, de Razón y Palabras - Primeira revista electrónica en latinoamérica especializada em comunicacón:
<http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2008/dic08.html>
- Lourenço, E. (1989). Da Europa como Cultura. *Finisterra - Revista de reflexões e críticas* , nº2, pp. 9-16.
- MacCannell, D. (November de 1973). Staged Authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, Vol. 79, No. 3 , pp. 589-603.

- Machado, V. M. (2011). Criatividade e inovação no turismo. *ECCI XII. European conference on creativity and innovation* (pp. 428-436). Compostela: Revista RecreArte.
- Magalhães, A. M. (2006). A Identidade do Ensino Superior:a Educação Superior e a Universidade. *Revista Lusófona de Educação, nº 7, ,* pp. 13-40.
- Maia, N. A. (Jan-Jun de 2002). Educação e Cultura - Sinônimos ou sistemas em interação? *Da Cultura - ANO II / Nº 3* , pp. 46-51.
- Mairesse, D., & Fonseca, T. M. (2008). Devir de diferença/devir de identidade: paradoxos do mundo contemporâneo[online]. In A. F. Silveira, C. Gewehr, L. F. Bonin, & Y. L. Bulgacov, *CIDADANIA E PARTICIPAÇÃO SOCIAL* (pp. 133-141 - Scielo Books <<http://books.scielo.org>>.). Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais,.
- Makimoto, T., & Manners, D. (1997). *Digital Nomad*. New York: Wiley.
- Malinowski, B. (2003 [1926]). *Crime e costume na sociedade selvagem*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado.
- Malta, P. A., & Carneiro, M. J. (Março de 2005). Turismo e Educação, Mobilidades e Ensino Superior - Outras Teias da Globalização . *Revista turismo & desenvolvimento - Vol. 2, n.º1*, pp. 115-128.
- Mancebo, D. (Set-Dez de 2002). Globalização, Cultura e Subjetividade: Discussão a Partir dos Meio de Comunicação de Massa¹. *Psicologia: Teoria e Pesquisa Vol. 18 n. 3*, pp. 289-295.
- Mannel, R., & Iso-Ahola, S. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research 14 (3)*, pp. 314-331.
- Marcel, G. (1951). *Homo Viator: Introduction to the Metaphysic of Hope*. Harper & Row.
- Maria João Carneiro, R. G. (Março de 2005). Universidade de Aveiro : que papel na dinamização da mobilidade de estudantes no âmbito do Erasmus? . *Revista turismo & desenvolvimento. - ISSN 1645-9261. - vol. 2, n.º 1 .*, pp. 149-155.

- Martinez, L., & Ferreira, A. (2008). *Análise de dados com SPSS - primeiros Passos - 2ª edição*. Lisboa: Escolar Editora.
- Marx, K. (2011). O 18 brumário de Luís Bonaparte. Boitempo Editorial.
- Max-Neef, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1991). *Human Scale Development - Conception, application and further reflections*. New York and London: The Apex Press.
- Mendes, R., Pedradas, S., & Pereira, C. (2007). *Caracterização do programa Erasmus - Análise das motivações, condições de frequência e expectativas dos estudantes*. Lisboa: Gabinete de Estudos e Planeamento do Instituto Superior Técnico.
- Mendonça, A. (Outubro de 2005). Globalização económica, economia global e o papel da CPLP: uma perspectiva de Cabo Verde. (*Documento de trabalho*). Obtido de <http://www.iseg.utl.pt/aula/cad319/6%20-%20Textos%20de%20apoio/Texto%20de%20apoio%20ao%20ponto%201%20do%20programa/Globalizacao%20economica.pdf>
- Mercklé, P. (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. (M. C. Rocha, Trad.) Paris: La découverte.
- Mészáros, A., István, S., & Győr. (2011). *The motivation to study abroad – What motivates students to apply for Erasmus Grant?* Espanha: Universidad Politécnica de Cartagena - Department of Economics.
- Milanović, B. (2011). *The Haves and the Have-Nots: A Brief and Idiosyncratic History of Global Inequality*. New York: Basic Books.
- Mill, R. C., & Morrisson, A. M. (1992). *The Tourism System*. Prentice-Hall International, Inc.
- Molina, A., Gómez, M., & Martín-Consuegra, D. (2010). Tourism marketing information and destination image. *African Journal of Business Management Vol. 4(5)*, 722-728.
- Mooney, A., & Evans, B. (2007). *Globalization: The Key Concepts*. London: Routledge.

- Munari, B. (1987). *Fantasia: invenção, criatividade e imaginação na comunicação visual*. 2. ed. Lisboa: Presença.
- Murphy-Lejeune, E. (2000). Mobilité internationale et adaptation interculturelle – Les étudiants voyageur européens. *Recherche et formation* - n° 33, pp. 11-16.
- Myanaki, J., Leite, É., César, P. d., & Stigliano, B. V. (2007). *Caminhos do futuro - Cultura e turismo*. Brasil: Ministério do Turismo- Aut/IAP - NT/USP.
- Neal, L. L. (Abril de 1989). What's going on over there: a Pacific Rim update. *Journal article Resources in Education 1989 Vol. 24 No. 4*, 162.
- Neave, G. (22 de Fevereiro de 2007). From Guardian to Overseer; Trends in Institutional Autonomy, Governance and. *Seminário _ Estatuto Legal das Instituições de Ensino Superior – autonomia, responsabilidade e governança*, 45-70.
- Netto, A. P. (2007). Filosofía del turismo: Una propuesta epistemológica. *Estud. perspect. tur.* [online]. 2007, vol.16, n.4 [citado 2013-04-22], pp. 389-402 ., <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000400001&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1851-1732. Obtido de *Estud. perspect. tur.* [online]. 2007, vol.16, n.4 [citado 2013-04-22], pp. 389-402 . .
- Nietzsche, F. (1986 (1878)). *Humano, demasiado humano* (5a. edición ed.). (J. Gonzales, Trad.) Editores Mexicanos Unidos.
- Noronha, J. M., & Figueiredo, E. (2010). *Identidade Nacional e Identidade Cultural*. Obtido de *Revista Eletrônica Psicanálise & Barroco*, Ano 5, n. 9.: <http://www.psicanaliseebarroco.pro.br/portugues/revista/leitura.asp?CodObra=102&CodRev=9>
- Observatório das desigualdades. (2012). *A magreza da classe média em Portugal - Frederico Cantante* . Obtido de <http://observatorio-das-desigualdades.cies.iscte.pt/index.jsp?page=projects&id=125>

- OMT. (2003). *Turismo Internacional - Uma perspectiva global (2ª Edição)*. Bookman - Organização Mundial de Turismo.
- OMT. (2011). *Organisation Mondiale du Tourisme*. Obtido em 8 de 04 de 2012, de <http://www2.unwto.org/fr/content/pourquoi-le-tourisme>
- Osterwald, K. (2001). Conclusões do trabalho dos grupos temáticos da Convenção das Instituições de Ensino Superior Europeias, Salamanca, 29-30 de Março de 2001. Grupo de Missão para o Espaço Europeu de Ensino Superior.
- Pacheco, J. A. (2009). Processos e práticas de educação e formação. Para uma análise da realidade portuguesa em contextos de globalização. *Revista Portuguesa de Educação, nº 22 (1) - CIEd - Universidade do Minho*, pp. 105-143.
- Pacheco, J. A., & Pereira, N. (2006). Globalização e identidades educativas. Rupturas e incertezas. *Revista Lusófona de Educação, 8*, pp. 13-28.
- Partidário, M. d., & Lima, S. (07 de 2002). *Novos Turistas e a procura da sustentabilidade- Um novo segmento de mercado turístico*. (G. G. Economia, Ed.) Obtido em 10 de 06 de 2014, de <http://www.netcentro.pt/upl/%7B21CD7A75-3CBA-4875-BE86-9A8C5CAEC50C%7D.pdf>
- Pearce, P. (1982). *The social psychology of tourist behavior*. New York: Pergamon.
- Pearce, P. L. (1982). *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Pergamon Press.
- Pereira, L. B. (2007). Portugal e a Globalização: um Destino Histórico? Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Economia. .
- Perret, C., Vacher, M.-C., & Volz, N. (2010 de 09 de 2010). Etudiants et alumni Erasmus Mundus : quelle expérience du séjour en France ? *Les Notes CampusFrance*, pp. 1-9.

- Pires, E. C. (2004). *As Inter-relações Turismo, Meio Ambiente e Cultura. Série Estudos nº 70.*
- Plog, S. (1987). Understanding psychographics in tourism reseach. In J. Ritchie, & C. Goeldner, *Travel, Tourism and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers* (pp. 203-213). New York: Jonh Wiley and Sons.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies* . Wallingford UK: CAB International.
- Portugal, S. (s.d.). Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica. Oficina do CES, nº 27.
- Putnam, R. D. Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Princeton, Princeton University Press, 1993.
- Prensky, M. (october de 2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5).*
- PROAL, A. N. (30 de 01 de 2012). *25 anos a mudar vidas.* (F. Estudante, Ed.) Obtido em 20 de 08 de 2012, de Geração Erasmus 2013: http://issuu.com/forumestudante/docs/guia_erasmus_2012?mode=embed&layout=documentview
- PROALV, A. N. (2010). *Erasmus 11 estórias : 20 anos do programa, 1987-2007* . Lisboa.
- Quezada, R. L., & Alfaro, C. (2007). Biliteracy Teachers' Self-Reflections of Their Accounts While Student Teaching Abroad:Speaking rom "the Other Side". *International Education Journal* , 95-113.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism.* Oxon: CABI Publishing.
- Richards, G. (2009). Creative Tourism and Local Development . *In: Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds) Creative Tourism: A global conversation. Santa Fe: SunstonePress, pp. 78-90.*

- Richards, G. (2010). *Trajectórias do desenvolvimento turístico - da cultura à criatividade? Encontros Científicos*. Obtido em 14 de 06 de 2014, de http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-24082010000100002&lng=pt&nrm=iso
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The International Student Travel Market: Travelstyle, Motivations, and Activities . *Tourism Review International, Volume 8*, pp. 57-67.
- Richards, G., & Wilson, J. (December de 2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: A solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management - Volume 27, Issue 6*, pp. 1209-1223.
- Ritchie, B. (2003). *Managing Educational Tourism*. British Library - Cromwell Press.
- Ritchie, B. W. (2003). *Managing Educational Tourism*. Channel View Publication.
- Robbins, S. (2002). *Comportamento organizacional /*. São Paulo : Prentice Hall .
- Robertson, R. (2003). *The Three Waves of Globalization: a History of Developing Global Consciousness*. Londres: Zed Books.
- Robertson, R. (2009). Globalization in word history. In D. A. Yerxa, *World history and the history of the West - Historians in conversation* (pp. 67-78). South Carolina: University os South Carolina Press.
- Rosalem, V., & Santos, A. C. (mai/ago de 2010). Globalização social: desafios do século XXI. *Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, V3, nº2*, pp. 183-190.
- Saldanha, N. (2008). III Arte Popular, Arte Erudita e Multiculturalidade. In A. M. Alfredo Teixeira, *Portugal: percursos de interculturalidade* (pp. 105-154). Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI, I.P.).
- Santos, B. (2008). *Um discurso sobre as ciências- 5ª edição* . São Paulo: Cortez Editora.
- Santos, B. (Julho- Agosto - Setembro de 2011). A Encruzilhada da Universidade Europeia. *Ensino Superior 41 - Revista do SNESup*, pp. 1-8.

- Santos, B. S. (2004). *Reconhecer para libertar. Os caminhos do cosmopolitismo cultural*. (2. Afrontamento, Ed.) Obtido em 21 de 02 de 2012, de www.ces.uc.pt/emancipa/research/pt/texts.html
- Santos, B. S. (2008). *A universidade no século XXI - Para uma universidade nova*. Coimbra: Edições Almedina.
- Santos, B. S. (2012). The University at a Crossroads. *Human Architecture: Journal of the Sociology of Self-Knowledge*, pp. 7-16.
- Santos, M. (2001). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. São Paulo/Rio de Janeiro: Record.
- Schröttner, B. T. (Agosto de 2010). The effects of globalization phenomena on educational concepts. *US-China Education Review, Volume 7, No.8 (Serial No.69)*, pp. 50-61.
- Sennet, R. (2007). *A Corrosão do carácter - As consequência pessoais do trabalho no novo capitalismo - 2ª Edição*. Lisboa: Terramar.
- Serra, P. (2006). *Internet e interactividade*. Obtido em 14 de 04 de 2012, de Universidade da Beira Interior: <http://bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-internet-interactividade.pdf>
- Sheller, M., & Urry, J. (2004). *Tourism Mobilities - Places to Play, Places in Play*. London, New York: Routledge.
- Silva, C. A., Fialho, J., & Saragoça, J. (2013). Análise de redes sociais e sociologia da acção. Pressupostos teórico-metodológicos. *Revista Angolana de Sociologia 11*, pp. 91-106.
- Silva, M. P., & El-Aouar, W. A. (janeiro/março de 2003). Discutindo os efeitos sociais da globalização: uma proposta de enfrentamento. *Caderno de Pesquisas em Administração - São Paulo- v. 10, nº 1*, pp. 1-8.
- Silva, S. (Abri de 1996). A mobiillidade académiica nos programas comunitáriios de apoiio ao Ensiino Superior. *Millenium, 2* , pp. 16--19.

- Silva, S. C. (Janeiro a Julho de 2010). Aspectos do ensino de história antiga no Brasil - Algumas observações. *Alétheia: Revista de estudos sobre Antigüidade e Medievo*, Volume 1, pp. 145-155.
- Sousa, B., & Simões, C. (2010). Comportamento e perfil do consumidor de turismo de nichos. *Revista de Estudos Politécnicos*, Vol VIII, nº 14, pp. 137-146.
- Stearns, P. (2010). *Globalization in world history*. London: Routledge.
- Stebbins, R. (Outubro de 1996). Cultural Tourism as serious leisure. *Annals of tourism research*, 23 (4), pp. 948 - 950.
- Stendhal, H. B. (1854). *Mémoires d'un touriste- Volume 1*. France: Michel Lévy Frères - Libraires/ Editeurs.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2002). *O Comportamento do Consumidor no Turismo*. São Paulo: Editora Aleph.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. USA: Butterworth - Heinemann.
- Tadin, A. P., Rodrigues, J. A., Dalsoquio, P., Guabiraba, Z. R., & Miranda, I. T. (2005). O Conceito de motivação na teoria das relações humanas. 40-47.
- Taylor, F. W. (1990). *Princípios de Administração Científica*. Atlas.
- Teichler, U. (5-6 de Março de 2007). *Seminar "Globalizing Knowledge: European and North American Regions and Policies addressing the Priority Issues of other UNESCO Regions"*. Paris: UNESCO.
- Teixeira, P. R., Michelin, R. L., & Dall'Agnol, S. (25-26 de Agosto de 2008). Turismo e globalização: análise da relação com a identidade cultural. V - *Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo*. Belo Horizonte, Brasil.
- Teodoro, A. (1995). Breves sobre a transdisciplinaridade de um campo de estudo. *Revista de Humanidades e Tecnologia*, pp. 117-121.

- The Callup Organization. (2011). Youth on the move - Falsh Eurobarometer 319b. European Comission.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideologia e cultura*. São Paulo: Vozes.
- Toncar, M. F., & Cudmore, B. V. (2000). The overseas internship experience. *Journal of Marketing Education*, 22(1), pp. 54-63.
- UNESCO. (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*. Obtido em 10 de 06 de 2014, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>
- UNESCO. (2010). *Relatório Mundial Investindo na Diversidade Cultural e no Diálogo Intercultural*. Paris.
- UNWTO, & WYSE. (2012). *The power of youth travel*. Amsterdam: Unwto and wyse travel confederation.
- Urbano, C. (maio de 2011). *A (id)entidade do ensino superior politécnico em Portugal: da Lei de Bases do Sistema Educativo à Declaração de Bolonha*. (P. e.-1. Sociologia, Ed.) Obtido em 24 de 10 de 2012, de <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292011000200005&lng=pt&nrm=iso>. ISSN 0873-6529.
- Urry, J. (2000). *Sociology Beyond Societies: Mobilities for Twenty-First Century*. London: International Library of sociology.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge and Malden: Polity Press.
- Vieira, J. M. (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo - Uma Perspectiva Estratégica*. Verbo.
- Volli, U. (2003). *Semiótica da Publicidade (A criação do texto publicitário)*. Lisboa: Edições 70.
- Waters, M. (1999). *Globalização*. Oeiras: Celta Editora.
- Wearing, S., Stevenson, D., & Young, T. (2010). *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*. London: Sage Publications, Ltd.

- Wee, H. V. (28 de 01 de 2008). The International Economic History Association in the mirror of its Past. (P. Kurata, Entrevistador) Leuven University, Belgium.
- Wielewicki, H. d., & Oliveira, M. R. (2010). Internacionalização da educação superior: Processo de Bolonha. *Ensaio: aval. pol. públ. Educ - v. 18, n. 67*, pp. 215-234.
- Wood, R. M. (1996). *The Effects of Domestic Travel on the Attitudes of High School Seniors in the USA toward Travel as an Educational Tool*. (E. Clearinghouse, Ed.) Obtido em 24 de abril de 2012, de National Library of Australia:
<http://www.eric.ed.gov/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED407305>

Sites consultados

- <http://alea-estp.ine.pt/> -
- <http://claracoutinho.wikispaces.com/Métodos+e+Técnicas+de+Amostragem>
- <http://ec.europa.eu>
- http://ec.europa.eu/portugal/comissao/index_pt.htm
- <http://www.proalv.pt/>
- <http://www3.interscience.wiley.com>.
- www.elsevier.com
- www.sciencedirect.com
- www.turismodeportugal.pt
- www.world-tourism.org
- www.europa.eu/index_pt
- www.ine.pt
- www.esn.org

Anexos

Índice de Anexos

Anexo I -.Questionário o versão final – Português/Inglês.....I

Anexo II – Relatório de *SPSS/ Tstudent*..... XXX

Anexo I

Questionário o versão final – Português/Inglês

Inquérito por questionário

Com este questionário pretende-se recolher informação acerca das actividades de lazer e turismo educativo praticado pelos estudantes dos programas de mobilidade Erasmus, a nível nacional e internacional. Este instrumento metodológico enquadra-se numa investigação no âmbito do Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura bititulado pela Faculdade de Letras e pela Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade de Coimbra. O tratamento da informação recolhida protegerá o anonimato e a confidencialidade dos inquiridos, destinando-se exclusivamente ao tratamento estatístico da informação e à sua análise científica. Desde já, apresento-lhe os meus sinceros agradecimentos pela sua disponibilidade.

* Required

1. Idade*

2. Género*

- Masculino
- Feminino

3. Qual o país da sua residência principal? *

4. Qual a Universidade de origem? *

5. Qual a Universidade de acolhimento? *

6. Qual a duração da mobilidade?*

- 1 Semestre
- 2 Semestres

7. Situação académica*

- 1º Ciclo (licenciatura)
- 2º Ciclo (mestrado)
- Mestrado integrado

8. Ano académico*

- 1
- 2
- 3
- 4

9. Área de estudos *9.1 Designação do Curso

9. 2 Área de estudos *

- Programas gerais
- Ciências sociais, comércio e Direito
- Artes e Humanidades
- Engenharia, fabricação e construção
- Agricultura e Veterinária
- Educação
- Ciências, Matemática e Informática
- Saúde e Bem-estar
- Serviços
- Other:

10. Proveniência do sustento durante o período da permanência no país de acolhimento* indique por ordem de importância as três fontes mais importantes (1ª, 2ª, 3ª)

	0	1	2	3
Família	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bens Próprios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emprego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento ao abrigo de protocolos de cooperação internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento público do país de origem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento proveniente de programas europeus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bolsa de estudo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros trabalhos remunerados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Com quem vive no país de origem?*

- Pai
- Mãe
- Pai e mãe
- Other:

12. Qual a idade do pai/ outro sexo masculino?*

- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 a 75 anos
- Mais de 75 anos
- Pai falecido

13. Qual a idade da mãe/ outro sexo feminino?*

- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 a 75 anos
- Mais de 75 anos
- Mãe falecida
- Não se aplica

14. Qual o grau escolar do pai/ outro sexo masculino? *

- Ensino Básico
- Ensino secundário
- Ensino pós secundário
- Ensino superior
- Não se aplica

15. Qual o grau escolar da mãe/ outro sexo feminino? *

- Ensino Básico
- Ensino secundário
- Ensino pós secundário
- Ensino superior
- Não se aplica

16. Qual a profissão exercida pelo pai/ outro sexo masculino?*

- Quadros Superiores da Administração Pública, Dirigentes e Quadros Superiores de Empresa
- Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas
- Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio
- Pessoal Administrativo e Similares
- Pessoal dos Serviços e Vendedores

- Agricultores e Trabalhadores Qualificados da Agricultura e Pescas
- Operários, Artífices e Trabalhadores Similares
- Operadores de Instalações e Máquinas e Trabalhadores da Montagem
- Trabalhadores Não Qualificados

17. Qual a profissão exercida pela mãe/ outro sexo feminino?*

- Quadros Superiores da Administração Pública, Dirigentes e Quadros Superiores de Empresa
- Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas
- Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio
- Pessoal Administrativo e Similares
- Pessoal dos Serviços e Vendedores
- Agricultores e Trabalhadores Qualificados da Agricultura e Pescas
- Operários, Artífices e Trabalhadores Similares
- Operadores de Instalações e Máquinas e Trabalhadores da Montagem
- Trabalhadores Não Qualificados

18. Quantos elementos fazem parte do agregado familiar? *

- 1 pessoa
- 2 pessoas
- 3 a 5 pessoas
- 6 a 10 pessoas
- 10 ou mais pessoas

19. Qual o rendimento líquido mensal familiar? *Unidade monetária: euro

- > =5000
- 4500-4999
- 4000-4499
- 3500-3999
- 3000-3499
- 2500-2999
- 2000-2499
- 1500-1999
- 1000-1499
- 500-999
- < =499

20. Qual o grau de importância que atribui aos seguintes motivos académicos na sua decisão de fazer um programa de mobilidade? *classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; nem pouco nem muito importante; importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
Qualidade de ensino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interesse no plano de estudo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorização pessoal e curricular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notoriedade da instituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oportunidade de novos horizontes profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Currículo/carreira profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Créditos educacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Excelência da qualidade do ensino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estabelecer redes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Qual o grau de importância que atribui às seguintes razões culturais na sua decisão de fazer um programa de mobilidade? *classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; nem pouco nem muito importante; importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
Actividade científica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Razões Culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artesanato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrações do património étnico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrações Gastronómicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrações históricas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
Razões literárias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atrações recreativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atrações religiosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
City Breaks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espectáculos diversos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galeria de arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parques nacionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Património da Humanidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prática de desporto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sol e praia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. Qual o grau de importância que atribui aos motivos da sua decisão ligados aos destino?

*classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; nem pouco nem muito importante; importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Nem pouco nem muito	Importante	Muito importante
Clima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Custo de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiência europeia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Singularidade do destino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Qual o grau de importância que atribui aos motivos da sua decisão a nível pessoal? *classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; nem pouco nem muito importante; importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Nem pouco nem muito	Importante	Muito importante
--	-----------------	------------------	---------------------	------------	------------------

	Nada importante	Pouco importante	Nem pouco nem muito	Importante	Muito importante
Abertura a novas experiências	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
destino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desenvolver capacidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espírito de aventura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilidade de relacionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fuga à vigilância parental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interesse pelo desconhecido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mudança de ambientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Receptividade à mudança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser autónomo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser independente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Qual o grau de importância que atribui a cada uma das seguintes fontes de informação na sua escolha do país e instituição para fazer o programa de mobilidade? *classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; nem pouco nem muito importante; importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Pouco importante
Através de Website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Através do gabinete Erasmusno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Pouco importante
Fóruns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jornais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Press trips	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas especializadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Workshops	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Untitled Question*classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; nem pouco nem muito importante; importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Nem pouco nem muito	Importante	Muito importante
Competitividade da Instituição à escala mundial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Localização geográfica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preparar os jovens para o mercado de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reconhecimento nos mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recursos disponíveis para a actividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26.Classifique de acordo com a sua percepção, na seguinte lista, a frequência da realização das seguintes actividades na ocupação do tempo livre durante o período de mobilidade. *

	Muito frequente	Frequente	Pouco frequente	Nunca
Práticas culturais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práticas desportivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práticas de sociabilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Muito frequente	Frequente	Pouco frequente	Nunca
Práticas de consumo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Classifique de acordo com a sua percepção, na seguinte lista, a frequência da realização de consumo cultural, durante o período de mobilidade. *

	Muito frequente	Frequente	Pouco frequente	Nunca
Actividade de animação, entretenimento, vida nocturna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eventos culturais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eventos e Festividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Museus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Passeios na natureza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Património histórico e arquitectónico, monumentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praias e zonas balneares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Classifique de acordo com a sua percepção, na seguinte lista, a frequência da realização de práticas culturais na região e território nacional de acolhimento *

	Muito frequente	Frequente	Pouco frequente	Nunca
Circuito Cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito de artesanato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito étnico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito Gastronómico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito histórico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito literário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito recreativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Muito frequente	Frequente	Pouco frequente	Nunca
Circuito religioso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuito temático	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
City Breaks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espectáculos diversos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galeria de arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leisure Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parques nacionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Património da Humanidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prática de desporto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sol e praia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Qual a influência dos seguintes factores na decisão de realizar um programa de mobilidade
*classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; muito importante

	Nada importante	Pouco importante	Muito importante
Acessibilidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades sociais e culturais disponíveis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente propício à criatividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente propício à expressão cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente propício à inovação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a confiança em viajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecer a história de outros países	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecer costumes diferentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecer os monumentos do país	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nada importante	Pouco importante	Muito Importante
Conhecer regiões diferentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecimento prévio da língua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cosmopolitismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diversidade de nacionalidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estilo de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiência de viver noutra país	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiências e motivações individuais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilidade de circulação no espaço europeu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fazer face às consequências da crise económica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hospitalidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Integração social e cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ir para um país atractivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhoria dos conhecimentos técnicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Língua/conhecimento de línguas estrangeiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nível de preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presença de comunidades do país de origem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promover a expressão cultural e a criatividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sentimento de identidade e de pertença à Europa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Qual dos seguintes transportes utilizou durante o período do programa de mobilidade?

*classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; muito importante

	Nunca	Algumas vezes	Frequentemente
Autocarro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avião	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nunca	Algumas vezes	Frequentemente
Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bicicleta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comboio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eléctrico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Táxi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Qual dos seguintes alojamento utilizou durante o período do programa de mobilidade?

*classifique de acordo com a seguinte escala: nada importante; pouco importante; muito importante

	Nunca	Algumas vezes	Frequentemente
Hotel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Albergue Juvenil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Casa de famílias nos locais visitados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Residência estudantil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parque de Campismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Residencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

32. Classifique a frequência e o território em que realizou as actividades e visitas anteriormente descritas*

	Frequentemente	Algumas Vezes	Raramente	Nunca
Capital do país de acolhimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cidade acolhimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cidades distantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Frequentemente	Algumas Vezes	Raramente	Nunca
Cidades vizinhas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vilas ou aldeias distantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vilas ou aldeias vizinhas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. Classifique de acordo com a sua percepção, na seguinte lista, a frequência de assistência e visita das seguintes actividades ao longo da estadia. *

	Frequentemente	Algumas Vezes	Raramente	Nunca
Espectáculo de dança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espectáculo de música	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espectáculo transdisciplinar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espectáculos de teatro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participar em conferências	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visita a locais históricos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visitas a monumentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visitas culturais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34. Das questões acima colocadas, classifique o período em que realizou as actividades/visitas. *

	Frequentemente	Algumas Vezes	Raramente	Nunca
Fim-de-semana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Férias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interrupções das actividades lectivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durante o período das aulas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Após o período das aulas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durante o dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durante a noite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Never submit passwords through Google Forms.

Powered by [Google Docs](#)[Report Abuse](#)[Terms of Service](#)[Additional Terms](#)

“Students’ Questionnaire”

This questionnaire aims to collect information about the leisure and educational tourism practices of the students of the Erasmus mobility program, at a national and international level. This methodological tool is part of an investigation under a PhD degree in Tourism, Recreation and Culture, by the Faculty of Humanities and the School of Sport Sciences and Physical Education of the University of Coimbra. Please note that your response is confidential and that this questionnaire is designed purely to statistical information and their scientific analysis Please be as accurate as possible, in its fulfillment. Thank you for your cooperation.

* Required

1. Age *

2. Gender*

- Male
- Female

3. In which country do you live? *

4. Home higher education institution and country*

5. Host higher education institution and country*

6. Duration of your mobility program?*

- One Semester
- Two Semesters
- Other:

7. Academic situation*

- 1st cycle (Undergraduate - Bachelor)
- 2nd cycle (Postgraduate - Master)
- Other:

8. Which academic year are you attending? *

9. Course description*

9.1 What is your field of studies?*

- General programmes
- Education

- Humanities and Arts
- Social sciences, Business and Law
- Science, Mathematics and Computing
- Engineering, Manufacturing and Construction
- Agriculture and Veterinary
- Health and Welfare
- Services
- Not Know or Unspecified
- Other:

9.1.1 If you answer other write a field

10. Financial support during the exchange period*List in order of importance the three main sources (1^a, 2^a, 3^a)

	0	1	2	3
Family	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Own Goods	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Employment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Funding under the protocols of international cooperation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Public funding of the Home Country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Funding from the European Commission	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scholarship	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other paid jobs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Who lives in your primary house with you?*In other item indicates who (relationship)

- Father
- Mother
- Father and mother
- Alone
- Other:

12. What is your father's age/another male with who you live?*

- 35 to 44 years
- 45 to 54 years
- 55 to 64 years
- 65 to 75 years
- Over 75 years
- Not applicable
- Other:

13. What is your Mother's age/another female with who you live?*

- 35 to 44 years
- 45 to 54 years
- 55 to 64 years
- 65 to 75 years
- Over 75 years
- Not applicable
- Other:

14. Father's Qualifications/another male with who you live*

- Basic Education
- Secondary education
- Post-secondary education
- Higher education
- Not applicable
- Other:

15. Mother's Qualifications/another female with who you live*

- Basic Education
- Secondary education
- Post-secondary education
- Higher education
- Not applicable
- Other:

16. What is your father's profession/Father's Qualifications/another male with who you live?*

- Senior Public Administration, Managers and Senior Business

- Technicians and associate professionals
- Technical and Professional Level Intermediate
- Clerk
- Personal Service and Sales
- Farmers and skilled workers of Agriculture and Fisheries
- Workers, Craftsmen and similar workers
- Plant and Machine Operators and Workers of assembly
- Unqualified Workers
- Other:

16. 1 If you answer other write a profession

17. What is your Mother's profession/another female with who you live?*

- Senior Public Administration, Managers and Senior Business
- Technicians and associate professionals
- Technical and Professional Level Intermediate
- Clerk
- Personal Service and Sales
- Farmers and skilled workers of Agriculture and Fisheries
- Workers, Craftsmen and similar workers
- Plant and Machine Operators and Workers of assembly
- Unqualified Workers
- Other:

17. 1 If you answer other write a profession

18. How many elements are parts in your household?*

- 1 person
- 2 people
- 3 to 5 people
- 6 to 10 people
- 11 or more people

19. What is your monthly net family income? *Monetary unit: Euro

- > =5000
- 4500-4999

- 4000-4499
- 3500-3999
- 3000-3499
- 2500-2999
- 2000-2499
- 1500-1999
- 1000-1499
- 500-999
- < =499

20. what degree of importance do you attribute to the following academic reasons in your decision to do an exchange program?*Select according to the following scale

	Nothing important	Less important	Important	Very important
Quality of education	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interest in the study plan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valuing staff and curriculum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reputation of institution	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opportunity for new professional horizons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resume / career	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Educational credits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Excellence in teaching quality	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Subjects not available at home university	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Establish networks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. What degree of importance do you attribute to the following cultural factors in your decision to do an exchange program?*Select according to the following scale: not important, slightly important, important, very important

	Not important	Slightly important	Important	Very important

	Not important	Slightly important	Important	Very important
Scientific activity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultural reasons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crafts attractions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ethnic heritage attractions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomic attractions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Historal attractions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Literary reasons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recreational attractions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religious Circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thematic circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Several shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Art gallery	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leisure Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
National Parks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heritage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Practice of sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sun and Beach	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. What degree of importance do you attribute to the reasons for your decision to carry out an exchange program on the destination?*Select according to the following scale: not important, slightly important, more or less important, important, very important

	Not important	Slightly important	More or less important	Important	Very important
Climate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cost of living	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Not important	Slightly important	More or less important	Important	Very important
European experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uniqueness of the destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. What degree of importance do you attribute to the reasons for your decision to carry out an exchange program on a personal level? *Select according to the following scale: not important, slightly important, more or less important, important, very important

	Not important	Slightly important	More or less important	Important	Very important
Openness to new experiences	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Learning to solve problems in unexpected situations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Develop capabilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spirit of adventure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ease of relationship	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexibility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escape parental supervision will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interest in the unknown	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Changing environments	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
News	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Responsiveness to change	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autonomous	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Being independent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. What degree of importance do you attribute to each of the following sources of information in your choice of institution and country to attend the mobility program? *Select according to the following scale: not important, slightly important, important, very important

	Not important	Slightly important	Important	Very important
Through Website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Through the Erasmus office	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fairs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Press trips	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Networks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Magazines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Workshops	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. What degree of importance do you attribute to the reasons that led to your decision on the choice of the host institution? *Select according to the following scale: not important, slightly important, more or less important, important, very important

	Not important	Slightly important	More or less important	Important	Very important
Institution's competitiveness on a global scale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geographic Location	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preparing young people for today's job market	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quality of teaching and educational and social services offered	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recognition in international markets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resources available to the scientific activity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Rate according to your perception, in the following list, the frequency of performing the following tasks in the occupation of free time during mobility.*

	Very common	Common	Uncommon	Never

	Very common	Common	Uncommon	Never
Cultural practices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sporting activities	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Practices of sociability	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Consumption practices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

27. Rate according to your perception, in the following list, the frequency of cultural consumption during the mobility.*

	Very common	Common	Uncommon	Never
Activity animation, entertainment, nightlife	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Cultural Events	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Events & Festivals	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Gastronomy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Museums	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nature walks	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Historical and architectural monuments	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Beaches and bathing areas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Other	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

28. Rate according to your perception, in the following list, the frequency of cultural practices in the host region and country*

	Very common	Common	Uncommon	Never
Scientific activity	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Cultural Tour	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Crafts Circuit	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ethnic Circuit	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Gastronomic Circuit	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	Very common	Common	Uncommon	Never
History Circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Literary circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recreational Circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religious Circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rural Circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thematic circuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
City Breaks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Several shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Art gallery	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leisure Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
National Parks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heritage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Practice of sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sun and Beach	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Which of the following factors influenced the decision to perform a mobility program ?*Select according to the following scale: not important, slightly important, very important

	Nothing major	Shortly important	Very important
Accessibility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social and cultural activities available	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Environment conducive to creativity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Environment conducive to cultural expression	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Environment conducive to innovation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Increase confidence in travel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nothing major	Shortly important	Very important
Knowing the history of other countries	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Know different customs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
See the sights of the country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Knowing the different regions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prior knowledge of the language	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cosmopolitanism	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diversity of nationalities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lifestyle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experience of living in another country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiences and individual motivations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ease of movement within Europe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tackling the economic crisis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hospitality	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social and cultural integration	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Go to an attractive country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Know how	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Language / knowledge of foreign languages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Price level	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presence of communities in the country of origin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promote cultural expression and creativity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sense of identity and of belonging to Europe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Which of the following transport you used during the mobility program? *Select according to the following scale: not important, slightly important, very important

	never	sometimes	frequently
Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Boat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cycling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Car	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Train	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Electrical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Taxi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. . Which of the following accommodation you used during the mobility program?*Select according to the following scale: not important, slightly important, very important

	never	sometimes	frequently
Hotel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Youth hostel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
House of families in the places visited	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Student Residence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Campsite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Residential	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

32. Rate according to your perception, in the following list, the frequency of sites visited during the stay.*

	frequently	sometimes	rarely	never
Capital of the host country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	frequently	sometimes	rarely	never
Host City	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distant cities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nearby Cities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distant villages or town	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neighboring villages or towns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neighbours country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. How frequently, during your stay at the host country, did you attend the following activities?*

	frequently	sometimes	rarely	never
Dance show	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Music show	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
transdisciplinary show	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Performances theater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attend conferences	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visit historic places	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visits to monuments	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultural visits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34. . When did you attend the activities referred to in the previous question?*

	frequently	sometimes	rarely	never
Weekend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Holidays	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Breaks from school activities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
During the school	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
After the term ends	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	frequently	sometimes	rarely	never
During the day	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Overnight	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Never submit passwords through Google Forms.

Powered by [Google Docs](#)[Report Abuse](#)[Terms of Service](#)[Additional Terms](#)

Anexo II
Relatório de *SPSS/ Tstudent*

```

GET
FILE='C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav'.
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P20 P20.1 P20.2 P20.3 P20.4 P20.5 P20.6 P20.7 P20.8 P20.9 P20.10
/CRITERIA=CI(.95).

```

T-Test (HIPOTESE 1)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:49:17
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P20 P20.1 P20.2 P20.3 P20.4 P20.5 P20.6 P20.7 P20.8 P20.9 P20.10 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,062

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Gênero	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Qualidade de ensino	Feminino	570	2,84	,910	,038
	Masculino	310	2,78	,856	,049
Interesse no plano de estudo	Feminino	570	2,86	,907	,038
	Masculino	310	2,69	,805	,046
Valorização pessoal e curricular	Feminino	570	3,34	,829	,035
	Masculino	310	3,24	,900	,051
Notoriedade da instituição	Feminino	570	2,79	,820	,034
	Masculino	310	2,63	,785	,045
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Feminino	570	3,52	,702	,029
	Masculino	310	3,35	,776	,044
Currículo, carreira profissional	Feminino	570	3,40	,753	,032
	Masculino	310	3,20	,879	,050
Créditos educacionais	Feminino	570	2,83	,833	,035
	Masculino	310	2,55	,856	,049
Excelência da qualidade do ensino	Feminino	570	2,93	,803	,034
	Masculino	310	2,75	,778	,044
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Feminino	570	2,48	1,039	,044
	Masculino	310	2,22	,964	,055
Estabelecer redes	Feminino	570	3,08	,804	,034
	Masculino	310	3,01	,876	,050
Outros motivos acadêmicos	Feminino	570	2,04	1,188	,050
	Masculino	310	2,14	1,183	,067

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	9,261	,002
	Equal variances not assumed		
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	24,880	,000
	Equal variances not assumed		
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	1,949	,163
	Equal variances not assumed		
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	,153	,696
	Equal variances not assumed		
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	6,542	,011
	Equal variances not assumed		
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	6,259	,013
	Equal variances not assumed		
Créditos educacionais	Equal variances assumed	5,263	,022

	Equal variances not assumed		
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	1,173	,279
	Equal variances not assumed		
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	11,570	,001
	Equal variances not assumed		
Estabelecer redes	Equal variances assumed	,648	,421
	Equal variances not assumed		
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	,035	,852
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	,870	878	,385
	Equal variances not assumed	,886	668,295	,376
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	2,693	878	,007
	Equal variances not assumed	2,789	701,428	,005
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	1,744	878	,082
	Equal variances not assumed	1,702	591,233	,089
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	2,814	878	,005
	Equal variances not assumed	2,851	658,820	,004
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	3,420	878	,001
	Equal variances not assumed	3,320	582,464	,001
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	3,631	878	,000
	Equal variances not assumed	3,469	556,738	,001
Créditos educacionais	Equal variances assumed	4,601	878	,000
	Equal variances not assumed	4,564	619,989	,000
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	3,294	878	,001
	Equal variances not assumed	3,326	652,404	,001
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	3,606	878	,000
	Equal variances not assumed	3,687	676,249	,000
Estabelecer redes	Equal variances assumed	1,183	878	,237
	Equal variances not assumed	1,153	589,669	,249
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	-1,116	878	,265
	Equal variances not assumed	-1,117	636,927	,264

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	,055	,063
	Equal variances not assumed	,055	,062
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	,166	,062
	Equal variances not assumed	,166	,059
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	,105	,060
	Equal variances not assumed	,105	,062
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	,160	,057
	Equal variances not assumed	,160	,056
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	,176	,051
	Equal variances not assumed	,176	,053
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	,205	,056
	Equal variances not assumed	,205	,059
Créditos educacionais	Equal variances assumed	,273	,059
	Equal variances not assumed	,273	,060
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	,185	,056
	Equal variances not assumed	,185	,056
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	,258	,072
	Equal variances not assumed	,258	,070
Estabelecer redes	Equal variances assumed	,069	,059
	Equal variances not assumed	,069	,060
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	-,093	,084
	Equal variances not assumed	-,093	,084

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	-,069	,178
	Equal variances not assumed	-,067	,176
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	,045	,287
	Equal variances not assumed	,049	,283
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	-,013	,223
	Equal variances not assumed	-,016	,227
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	,049	,272
	Equal variances not assumed	,050	,271
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	,075	,277
	Equal variances not assumed	,072	,280
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	,094	,316
	Equal variances not assumed	,089	,321

Créditos educacionais	Equal variances assumed	,157	,390
	Equal variances not assumed	,156	,391
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	,075	,295
	Equal variances not assumed	,076	,294
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	,118	,398
	Equal variances not assumed	,121	,395
Estabelecer redes	Equal variances assumed	-,046	,184
	Equal variances not assumed	-,049	,187
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	-,258	,071
	Equal variances not assumed	-,258	,071

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P20 P20.1 P20.2 P20.3 P20.4 P20.5 P20.6 P20.7 P20.8 P20.9 P20.10
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPÓTESE 2)

Notes		20-Abr-2013 00:59:07
Output Created		
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P20 P20.1 P20.2 P20.3 P20.4 P20.5 P20.6 P20.7 P20.8 P20.9 P20.10 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,062
	Elapsed Time	00:00:00,078

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Qualidade de ensino	Incoming	463	2,80	,851	,040
	Outgoing	417	2,84	,935	,046
Interesse no plano de estudo	Incoming	463	2,76	,841	,039
	Outgoing	417	2,84	,912	,045
Valorização pessoal e curricular	Incoming	463	2,85	,890	,041
	Outgoing	417	3,82	,411	,020
Notoriedade da instituição	Incoming	463	2,58	,831	,039
	Outgoing	417	2,91	,752	,037
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Incoming	463	3,33	,794	,037
	Outgoing	417	3,60	,632	,031
Currículo, carreira profissional	Incoming	463	3,07	,870	,040
	Outgoing	417	3,62	,609	,030
Créditos educacionais	Incoming	463	2,65	,888	,041
	Outgoing	417	2,83	,799	,039
Excelência da qualidade do ensino	Incoming	463	2,70	,866	,040
	Outgoing	417	3,04	,674	,033
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Incoming	463	2,27	1,006	,047
	Outgoing	417	2,51	1,022	,050
Estabelecer redes	Incoming	463	2,87	,869	,040
	Outgoing	417	3,26	,731	,036
Outros motivos acadêmicos	Incoming	463	2,05	1,174	,055
	Outgoing	417	2,10	1,201	,059

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	28,534	,000
	Equal variances not assumed		
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	16,110	,000

	Equal variances not assumed		
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	225,673	,000
	Equal variances not assumed		
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	28,606	,000
	Equal variances not assumed		
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	30,209	,000
	Equal variances not assumed		
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	24,867	,000
	Equal variances not assumed		
Créditos educacionais	Equal variances assumed	15,922	,000
	Equal variances not assumed		
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	71,630	,000
	Equal variances not assumed		
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	1,146	,285
	Equal variances not assumed		
Estabelecer redes	Equal variances assumed	6,052	,014
	Equal variances not assumed		
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	2,958	,086
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	-,708	878	,479
	Equal variances not assumed	-,704	844,782	,482
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	-1,338	878	,181
	Equal variances not assumed	-1,332	848,604	,183
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	-20,406	878	,000
	Equal variances not assumed	-21,111	664,880	,000
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	-6,148	878	,000
	Equal variances not assumed	-6,180	877,977	,000
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	-5,384	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,447	865,300	,000
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	-10,743	878	,000
	Equal variances not assumed	-10,937	829,005	,000
Créditos educacionais	Equal variances assumed	-3,176	878	,002
	Equal variances not assumed	-3,193	878,000	,001
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	-6,430	878	,000
	Equal variances not assumed	-6,513	860,422	,000
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	-3,523	878	,000
	Equal variances not assumed	-3,520	865,533	,000
Estabelecer redes	Equal variances assumed	-7,218	878	,000
	Equal variances not assumed	-7,283	874,034	,000
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	-,610	878	,542
	Equal variances not assumed	-,609	864,006	,542

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Qualidade de ensino	Equal variances assumed	-,043	,060
	Equal variances not assumed	-,043	,060
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	-,079	,059
	Equal variances not assumed	-,079	,059
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	-,971	,048
	Equal variances not assumed	-,971	,046
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	-,330	,054
	Equal variances not assumed	-,330	,053
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	-,262	,049
	Equal variances not assumed	-,262	,048
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	-,550	,051
	Equal variances not assumed	-,550	,050
Créditos educacionais	Equal variances assumed	-,182	,057
	Equal variances not assumed	-,182	,057
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	-,339	,053
	Equal variances not assumed	-,339	,052
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	-,241	,068
	Equal variances not assumed	-,241	,068
Estabelecer redes	Equal variances assumed	-,393	,054
	Equal variances not assumed	-,393	,054
Outros motivos acadêmicos	Equal variances assumed	-,049	,080
	Equal variances not assumed	-,049	,080

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper

Qualidade de ensino	Equal variances assumed	-,161	,076
	Equal variances not assumed	-,161	,076
Interesse no plano de estudo	Equal variances assumed	-,195	,037
	Equal variances not assumed	-,196	,037
Valorização pessoal e curricular	Equal variances assumed	-1,064	-,878
	Equal variances not assumed	-1,061	-,881
Notoriedade da instituição	Equal variances assumed	-,435	-,225
	Equal variances not assumed	-,435	-,225
Oportunidade de novos horizontes profissionais	Equal variances assumed	-,358	-,167
	Equal variances not assumed	-,357	-,168
Currículo, carreira profissional	Equal variances assumed	-,650	-,449
	Equal variances not assumed	-,648	-,451
Créditos educacionais	Equal variances assumed	-,294	-,069
	Equal variances not assumed	-,293	-,070
Excelência da qualidade do ensino	Equal variances assumed	-,443	-,236
	Equal variances not assumed	-,441	-,237
Disciplinas não disponíveis na universidade de origem	Equal variances assumed	-,375	-,107
	Equal variances not assumed	-,375	-,107
Estabelecer redes	Equal variances assumed	-,500	-,286
	Equal variances not assumed	-,499	-,287
Outros motivos académicos	Equal variances assumed	-,206	,108
	Equal variances not assumed	-,206	,109

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P21 P21.1 P21.2 P21.3 P21.4 P21.5 P21.6 P21.7 P21.8 P21.9 P21.10 P21.11 P21.12 P21.13 P21.14 P21.15
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 3)

Notes		20-Abr-2013 01:02:38
Output Created		
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P21 P21.1 P21.2 P21.3 P21.4 P21.5 P21.6 P21.7 P21.8 P21.9 P21.10 P21.11 P21.12 P21.13 P21.14 P21.15 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,094

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Atividades científicas	Feminino	570	2,41	,988	,041
	Masculino	310	2,52	,916	,052
Razões culturais	Feminino	570	3,48	,655	,027
	Masculino	310	3,29	,762	,043
Artesanato	Feminino	570	2,18	,888	,037
	Masculino	310	2,03	,919	,052
Atrações do património étnico	Feminino	570	2,74	,937	,039
	Masculino	310	2,43	,976	,055
Atrações gastronómicas	Feminino	570	2,36	,911	,038
	Masculino	310	2,27	,919	,052
Atrações históricas	Feminino	570	2,91	,872	,037
	Masculino	310	2,77	,884	,050
Razões literárias	Feminino	570	2,27	,894	,037
	Masculino	310	1,99	,840	,048
Atrações recreativas	Feminino	570	2,75	,908	,038
	Masculino	310	2,63	,907	,052
Atrações religiosas	Feminino	570	1,67	,785	,033
	Masculino	310	1,50	,758	,043
Espectáculos diversos	Feminino	570	2,33	,933	,039
	Masculino	310	2,25	,932	,053

Galeria de arte	Feminino	570	2,31	,947	,040
	Masculino	310	2,13	,952	,054
Compras	Feminino	570	2,01	,899	,038
	Masculino	310	1,80	,833	,047
Parques nacionais	Feminino	570	2,59	,929	,039
	Masculino	310	2,40	,885	,050
Património da Humanidade	Feminino	570	2,72	,932	,039
	Masculino	310	2,48	,984	,056
Prática de desporto	Feminino	570	2,24	,946	,040
	Masculino	310	2,40	,986	,056
Sol e praia	Feminino	570	2,41	1,104	,046
	Masculino	310	2,22	1,066	,061

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Acitvidades científicas	Equal variances assumed	4,049	,044
	Equal variances not assumed		
Razões culturais	Equal variances assumed	3,850	,050
	Equal variances not assumed		
Artesanato	Equal variances assumed	,049	,824
	Equal variances not assumed		
Atrações do património étnico	Equal variances assumed	3,729	,054
	Equal variances not assumed		
Atrações gastronómicas	Equal variances assumed	,147	,702
	Equal variances not assumed		
Atrações históricas	Equal variances assumed	1,886	,170
	Equal variances not assumed		
Razões literárias	Equal variances assumed	14,567	,000
	Equal variances not assumed		
Atrações recreativas	Equal variances assumed	,473	,492
	Equal variances not assumed		
Atrações religiosas	Equal variances assumed	2,251	,134
	Equal variances not assumed		
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	,204	,651
	Equal variances not assumed		
Galeria de arte	Equal variances assumed	1,730	,189
	Equal variances not assumed		
Compras	Equal variances assumed	,002	,966
	Equal variances not assumed		
Parques nacionais	Equal variances assumed	,868	,352
	Equal variances not assumed		
Património da Humanidade	Equal variances assumed	5,334	,021
	Equal variances not assumed		
Prática de desporto	Equal variances assumed	3,252	,072
	Equal variances not assumed		
Sol e praia	Equal variances assumed	3,763	,053
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Acitvidades científicas	Equal variances assumed	-1,678	878	,094	-,114
	Equal variances not assumed	-1,716	676,475	,087	-,114
Razões culturais	Equal variances assumed	3,842	878	,000	,188
	Equal variances not assumed	3,675	558,282	,000	,188
Artesanato	Equal variances assumed	2,418	878	,016	,153
	Equal variances not assumed	2,394	616,638	,017	,153
Atrações do património étnico	Equal variances assumed	4,592	878	,000	,308
	Equal variances not assumed	4,537	613,047	,000	,308
Atrações gastronómicas	Equal variances assumed	1,320	878	,187	,085
	Equal variances not assumed	1,317	629,837	,188	,085
Atrações históricas	Equal variances assumed	2,366	878	,018	,146
	Equal variances not assumed	2,357	627,487	,019	,146
Razões literárias	Equal variances assumed	4,584	878	,000	,283
	Equal variances not assumed	4,669	668,957	,000	,283
Atrações recreativas	Equal variances assumed	1,875	878	,061	,120
	Equal variances not assumed	1,875	635,024	,061	,120
Atrações religiosas	Equal variances assumed	3,019	878	,003	,165
	Equal variances not assumed	3,050	653,636	,002	,165
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	1,161	878	,246	,076
	Equal variances not assumed	1,162	635,374	,246	,076
Galeria de arte	Equal variances assumed	2,810	878	,005	,188

	Equal variances not assumed	2,806	631,942	,005	,188
Compras	Equal variances assumed	3,457	878	,001	,214
	Equal variances not assumed	3,536	677,279	,000	,214
Parques nacionais	Equal variances assumed	3,041	878	,002	,196
	Equal variances not assumed	3,085	661,423	,002	,196
Patrimônio da Humanidade	Equal variances assumed	3,685	878	,000	,247
	Equal variances not assumed	3,625	605,380	,000	,247
Prática de desporto	Equal variances assumed	-2,429	878	,015	-,165
	Equal variances not assumed	-2,399	612,484	,017	-,165
Sol e praia	Equal variances assumed	2,460	878	,014	,189
	Equal variances not assumed	2,486	653,961	,013	,189

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Atividades científicas	Equal variances assumed	,068	-,248	,019
	Equal variances not assumed	,066	-,245	,016
Razões culturais	Equal variances assumed	,049	,092	,285
	Equal variances not assumed	,051	,088	,289
Artesanato	Equal variances assumed	,063	,029	,278
	Equal variances not assumed	,064	,028	,279
Atrações do património étnico	Equal variances assumed	,067	,176	,440
	Equal variances not assumed	,068	,175	,441
Atrações gastronómicas	Equal variances assumed	,065	-,041	,212
	Equal variances not assumed	,065	-,042	,212
Atrações históricas	Equal variances assumed	,062	,025	,268
	Equal variances not assumed	,062	,024	,268
Razões literárias	Equal variances assumed	,062	,162	,404
	Equal variances not assumed	,061	,164	,402
Atrações recreativas	Equal variances assumed	,064	-,006	,246
	Equal variances not assumed	,064	-,006	,246
Atrações religiosas	Equal variances assumed	,055	,058	,273
	Equal variances not assumed	,054	,059	,272
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	,066	-,053	,206
	Equal variances not assumed	,066	-,053	,206
Galeria de arte	Equal variances assumed	,067	,057	,320
	Equal variances not assumed	,067	,057	,320
Compras	Equal variances assumed	,062	,092	,335
	Equal variances not assumed	,060	,095	,332
Parques nacionais	Equal variances assumed	,065	,070	,323
	Equal variances not assumed	,064	,071	,321
Patrimônio da Humanidade	Equal variances assumed	,067	,116	,379
	Equal variances not assumed	,068	,113	,381
Prática de desporto	Equal variances assumed	,068	-,298	-,032
	Equal variances not assumed	,069	-,299	-,030
Sol e praia	Equal variances assumed	,077	,038	,341
	Equal variances not assumed	,076	,040	,339

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=P21 P21.1 P21.2 P21.3 P21.4 P21.5 P21.6 P21.7 P21.8 P21.9 P21.10 P21.11 P21.12 P21.13 P21.14 P21.15

/CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 4)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:03:27
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhad os\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P21 P21.1 P21.2 P21.3 P21.4 P21.5 P21.6 P21.7 P21.8 P21.9 P21.10 P21.11 P21.12 P21.13 P21.14 P21.15 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,078
	Elapsed Time	00:00:00,327

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Acitvidades científicas	Incoming	463	2,23	,994	,046
	Outgoing	417	2,68	,872	,043
Razões culturais	Incoming	463	3,38	,704	,033
	Outgoing	417	3,44	,695	,034
Artesanato	Incoming	463	2,39	,926	,043
	Outgoing	417	1,84	,777	,038
Atraçções do património étnico	Incoming	463	2,64	,979	,045
	Outgoing	417	2,62	,943	,046
Atraçções gastronómicas	Incoming	463	2,34	,931	,043
	Outgoing	417	2,31	,897	,044
Atraçções históricas	Incoming	463	2,69	,876	,041
	Outgoing	417	3,05	,842	,041
Razões literárias	Incoming	463	2,10	,884	,041
	Outgoing	417	2,25	,881	,043
Atraçções recreativas	Incoming	463	2,68	,956	,044
	Outgoing	417	2,73	,855	,042
Atraçções religiosas	Incoming	463	1,54	,772	,036
	Outgoing	417	1,69	,780	,038
Espectáculos diversos	Incoming	463	2,00	,874	,041
	Outgoing	417	2,64	,880	,043
Galeria de arte	Incoming	463	2,08	,937	,044
	Outgoing	417	2,44	,936	,046
Compras	Incoming	463	1,93	,922	,043
	Outgoing	417	1,94	,836	,041
Parques nacionais	Incoming	463	2,49	,949	,044
	Outgoing	417	2,56	,884	,043
Património da Humanidade	Incoming	463	2,45	,954	,044
	Outgoing	417	2,84	,918	,045
Prática de desporto	Incoming	463	2,33	1,014	,047
	Outgoing	417	2,25	,903	,044
Sol e praia	Incoming	463	2,88	1,011	,047
	Outgoing	417	1,75	,850	,042

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Acitvidades científicas	Equal variances assumed	9,588	,002
	Equal variances not assumed		
Razões culturais	Equal variances assumed	,086	,769
	Equal variances not assumed		
Artesanato	Equal variances assumed	34,684	,000
	Equal variances not assumed		
Atraçções do património étnico	Equal variances assumed	1,007	,316
	Equal variances not assumed		
Atraçções gastronómicas	Equal variances assumed	2,856	,091
	Equal variances not assumed		
Atraçções históricas	Equal variances assumed	11,290	,001
	Equal variances not assumed		
Razões literárias	Equal variances assumed	1,760	,185
	Equal variances not assumed		
Atraçções recreativas	Equal variances assumed	9,046	,003
	Equal variances not assumed		
Atraçções religiosas	Equal variances assumed	,021	,884
	Equal variances not assumed		
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	5,182	,023
	Equal variances not assumed		
Galeria de arte	Equal variances assumed	3,898	,049
	Equal variances not assumed		
Compras	Equal variances assumed	12,114	,001
	Equal variances not assumed		
Parques nacionais	Equal variances assumed	4,165	,042
	Equal variances not assumed		
Património da Humanidade	Equal variances assumed	7,183	,007
	Equal variances not assumed		
Prática de desporto	Equal variances assumed	12,334	,000
	Equal variances not assumed		
Sol e praia	Equal variances assumed	14,186	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Acitvidades científicas	Equal variances assumed	9,588	,002
	Equal variances not assumed		
Razões culturais	Equal variances assumed	,086	,769
	Equal variances not assumed		
Artesanato	Equal variances assumed	34,684	,000
	Equal variances not assumed		
Atrações do património étnico	Equal variances assumed	1,007	,316
	Equal variances not assumed		
Atrações gastronomicas	Equal variances assumed	2,856	,091
	Equal variances not assumed		
Atrações históricas	Equal variances assumed	11,290	,001
	Equal variances not assumed		
Razões literárias	Equal variances assumed	1,760	,185
	Equal variances not assumed		
Atrações recreativas	Equal variances assumed	9,046	,003
	Equal variances not assumed		
Atrações religiosas	Equal variances assumed	,021	,884
	Equal variances not assumed		
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	5,182	,023
	Equal variances not assumed		
Galeria de arte	Equal variances assumed	3,898	,049
	Equal variances not assumed		
Compras	Equal variances assumed	12,114	,001
	Equal variances not assumed		
Parques nacionais	Equal variances assumed	4,165	,042
	Equal variances not assumed		
Patrimonio da Humanidade	Equal variances assumed	7,183	,007
	Equal variances not assumed		
Prática de desporto	Equal variances assumed	12,334	,000
	Equal variances not assumed		
Sol e praia	Equal variances assumed	14,186	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Acitvidades científicas	Equal variances assumed	-7,143	878	,000	-,452
	Equal variances not assumed	-7,192	877,404	,000	-,452
Razões culturais	Equal variances assumed	-1,390	878	,165	-,066
	Equal variances not assumed	-1,391	870,602	,164	-,066
Artesanato	Equal variances assumed	9,558	878	,000	,554
	Equal variances not assumed	9,646	873,623	,000	,554
Atrações do património étnico	Equal variances assumed	,243	878	,808	,016
	Equal variances not assumed	,244	874,038	,807	,016
Atrações gastronomicas	Equal variances assumed	,590	878	,555	,036
	Equal variances not assumed	,591	874,000	,554	,036
Atrações históricas	Equal variances assumed	-6,227	878	,000	-,362
	Equal variances not assumed	-6,240	874,348	,000	-,362
Razões literárias	Equal variances assumed	-2,596	878	,010	-,155
	Equal variances not assumed	-2,597	869,051	,010	-,155
Atrações recreativas	Equal variances assumed	-,762	878	,447	-,047
	Equal variances not assumed	-,766	877,959	,444	-,047
Atrações religiosas	Equal variances assumed	-2,919	878	,004	-,153
	Equal variances not assumed	-2,917	866,430	,004	-,153
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	-10,810	878	,000	-,640
	Equal variances not assumed	-10,806	867,165	,000	-,640
Galeria de arte	Equal variances assumed	-5,674	878	,000	-,359
	Equal variances not assumed	-5,674	868,532	,000	-,359
Compras	Equal variances assumed	-,230	878	,818	-,014
	Equal variances not assumed	-,232	877,960	,817	-,014
Parques nacionais	Equal variances assumed	-,996	878	,320	-,062
	Equal variances not assumed	-1,000	876,988	,318	-,062
Patrimonio da Humanidade	Equal variances assumed	-6,205	878	,000	-,393
	Equal variances not assumed	-6,218	874,130	,000	-,393
Prática de desporto	Equal variances assumed	1,239	878	,216	,081
	Equal variances not assumed	1,247	877,885	,213	,081
Sol e praia	Equal variances assumed	17,823	878	,000	1,129
	Equal variances not assumed	17,984	873,959	,000	1,129

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
--	--	------------------------------	--	--	--

		95% Confidence Interval of the Difference		
		Std. Error Difference	Lower	Upper
Acitvidades científicas	Equal variances assumed	,063	-,577	-,328
	Equal variances not assumed	,063	-,576	-,329
Razões culturais	Equal variances assumed	,047	-,158	,027
	Equal variances not assumed	,047	-,158	,027
Artesanato	Equal variances assumed	,058	,440	,668
	Equal variances not assumed	,057	,441	,667
Atrações do património étnico	Equal variances assumed	,065	-,112	,143
	Equal variances not assumed	,065	-,111	,143
Atrações gastronómicas	Equal variances assumed	,062	-,085	,158
	Equal variances not assumed	,062	-,085	,157
Atrações históricas	Equal variances assumed	,058	-,476	-,248
	Equal variances not assumed	,058	-,475	-,248
Razões literárias	Equal variances assumed	,060	-,271	-,038
	Equal variances not assumed	,060	-,271	-,038
Atrações recreativas	Equal variances assumed	,061	-,167	,074
	Equal variances not assumed	,061	-,167	,073
Atrações religiosas	Equal variances assumed	,052	-,256	-,050
	Equal variances not assumed	,052	-,256	-,050
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	,059	-,756	-,524
	Equal variances not assumed	,059	-,756	-,524
Galeria de arte	Equal variances assumed	,063	-,483	-,235
	Equal variances not assumed	,063	-,483	-,235
Compras	Equal variances assumed	,060	-,131	,103
	Equal variances not assumed	,059	-,130	,103
Parques nacionais	Equal variances assumed	,062	-,183	,060
	Equal variances not assumed	,062	-,183	,059
Património da Humanidade	Equal variances assumed	,063	-,517	-,269
	Equal variances not assumed	,063	-,517	-,269
Prática de desporto	Equal variances assumed	,065	-,047	,208
	Equal variances not assumed	,065	-,046	,207
Sol e praia	Equal variances assumed	,063	1,004	1,253
	Equal variances not assumed	,063	1,006	1,252

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P22 P22.1 P22.3 P22.4
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 5)

Notes

Output Created	20-Abr-2013 01:05:01
Comments	
Input	Data C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset DataSet1
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File 880 Definition of Missing User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P22 P22.1 P22.3 P22.4 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time 00:00:00,016 Elapsed Time 00:00:00,031

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Custo de vida	Feminino	570	4,14	,881	,037
	Masculino	310	3,99	,992	,056
Experiência europeia	Feminino	570	4,27	,942	,039
	Masculino	310	4,31	,904	,051
Singularidade do destino	Feminino	570	3,95	1,002	,042
	Masculino	310	3,89	1,085	,062
Outros motivos ligados ao destino	Feminino	570	3,31	1,617	,068

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Custo de vida	Feminino	570	4,14	,881	,037
	Masculino	310	3,99	,992	,056
Experiência europeia	Feminino	570	4,27	,942	,039
	Masculino	310	4,31	,904	,051
Singularidade do destino	Feminino	570	3,95	1,002	,042
	Masculino	310	3,89	1,085	,062
Outros motivos ligados ao destino	Feminino	570	3,31	1,617	,068
	Masculino	310	3,30	1,563	,089

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Custo de vida	Equal variances assumed	,322	,571
	Equal variances not assumed		
Experiência europeia	Equal variances assumed	,108	,743
	Equal variances not assumed		
Singularidade do destino	Equal variances assumed	4,021	,045
	Equal variances not assumed		
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	2,455	,118
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Custo de vida	Equal variances assumed	2,329	878	,020
	Equal variances not assumed	2,249	573,960	,025
Experiência europeia	Equal variances assumed	-,576	878	,565
	Equal variances not assumed	-,583	657,486	,560
Singularidade do destino	Equal variances assumed	,811	878	,417
	Equal variances not assumed	,793	593,247	,428
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	,093	878	,926
	Equal variances not assumed	,094	653,202	,925

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Custo de vida	Equal variances assumed	,151	,065
	Equal variances not assumed	,151	,067
Experiência europeia	Equal variances assumed	-,038	,066
	Equal variances not assumed	-,038	,065
Singularidade do destino	Equal variances assumed	,059	,073
	Equal variances not assumed	,059	,075
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	,011	,113
	Equal variances not assumed	,011	,112

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Custo de vida	Equal variances assumed	,024	,279
	Equal variances not assumed	,019	,284
Experiência europeia	Equal variances assumed	-,166	,091
	Equal variances not assumed	-,165	,089
Singularidade do destino	Equal variances assumed	-,084	,202
	Equal variances not assumed	-,087	,205
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	-,211	,232
	Equal variances not assumed	-,209	,230

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P22 P22.1 P22.3 P22.4
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 6)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:06:32
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P22 P22.1 P22.3 P22.4 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,016
	Elapsed Time	00:00:00,031

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Custo de vida	Incoming	463	4,01	,980	,046
	Outgoing	417	4,17	,851	,042
Experiência europeia	Incoming	463	4,15	1,062	,049
	Outgoing	417	4,44	,725	,035
Singularidade do destino	Incoming	463	3,75	1,138	,053
	Outgoing	417	4,13	,859	,042
Outros motivos ligados ao destino	Incoming	463	2,38	1,503	,070
	Outgoing	417	4,33	,941	,046

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Custo de vida	Equal variances assumed	,605	,437
	Equal variances not assumed		
Experiência europeia	Equal variances assumed	29,037	,000
	Equal variances not assumed		
Singularidade do destino	Equal variances assumed	37,126	,000
	Equal variances not assumed		
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	184,222	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Custo de vida	Equal variances assumed	-2,452	878	,014
	Equal variances not assumed	-2,470	876,866	,014
Experiência europeia	Equal variances assumed	-4,640	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,729	820,037	,000
Singularidade do destino	Equal variances assumed	-5,482	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,561	852,632	,000
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	-22,736	878	,000
	Equal variances not assumed	-23,262	786,257	,000

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Custo de vida	Equal variances assumed	-,153	,062
	Equal variances not assumed	-,153	,062
Experiência europeia	Equal variances assumed	-,287	,062
	Equal variances not assumed	-,287	,061
Singularidade do destino	Equal variances assumed	-,376	,069
	Equal variances not assumed	-,376	,068
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	-1,946	,086
	Equal variances not assumed	-1,946	,084

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Custo de vida	Equal variances assumed	-,275	-,030
	Equal variances not assumed	-,274	-,031
Experiência europeia	Equal variances assumed	-,409	-,166
	Equal variances not assumed	-,407	-,168
Singularidade do destino	Equal variances assumed	-,510	-,241
	Equal variances not assumed	-,508	-,243
Outros motivos ligados ao destino	Equal variances assumed	-2,115	-1,778
	Equal variances not assumed	-2,111	-1,782

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P23 P23.1 P23.2 P23.3 P23.4 P23.5 P23.6 P23.7 P23.8 P23.9 P23.10 P23.11
/CRITERIA=CI(.95).
```

```
<head><style
type="text/css">p{color:0;font-family:Monospaced;font-size:14pt;font-style:normal;font-weight:normal;text-de
coration:none}</style></head>
```

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P23 P23.1 P23.2 P23.3 P23.4 P23.5 P23.6 P23.7 P23.8 P23.9 P23.10 P23.11
/CRITERIA=CI(.95).
```

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P23 P23.1 P23.2 P23.3 P23.4 P23.5 P23.6 P23.7 P23.8 P23.9 P23.10 P23.11 P23.12
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 7)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:10:31
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhad os\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P23 P23.1 P23.2 P23.3 P23.4 P23.5 P23.6 P23.7 P23.8 P23.9 P23.10 P23.11 P23.12 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,078
	Elapsed Time	00:00:00,078

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Feminino	570	4,48	,750	,031
	Masculino	310	4,31	,816	,046
Desenvolver capacidades	Feminino	570	4,56	,702	,029
	Masculino	310	4,34	,828	,047
Espírito de aventura	Feminino	570	4,56	,672	,028
	Masculino	310	4,37	,805	,046
Facilidade de realcionamento	Feminino	570	4,21	,955	,040
	Masculino	310	3,96	1,019	,058
Flexibilidade	Feminino	570	4,25	,830	,035
	Masculino	310	3,98	,919	,052
Fuga à vigilância parental	Feminino	570	3,09	1,497	,063
	Masculino	310	3,24	1,473	,084
Interesse pelo desconhecido	Feminino	570	4,14	,944	,040
	Masculino	310	4,04	,951	,054
Mudanças de ambientes	Feminino	570	4,26	,888	,037
	Masculino	310	4,18	,941	,053
Novidade	Feminino	570	4,01	1,050	,044
	Masculino	310	3,79	1,157	,066

Receptividade à mudança	Feminino	570	4,17	,911	,038
	Masculino	310	3,95	1,000	,057
Ser autônomo	Feminino	570	4,16	1,072	,045
	Masculino	310	3,93	1,110	,063
Outros motivos pessoais	Feminino	570	3,33	1,660	,070
	Masculino	310	3,27	1,568	,089
Abertura a novas experiências	Feminino	570	4,78	,497	,021
	Masculino	310	4,62	,636	,036

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	3,517	,061
	Equal variances not assumed		
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	12,530	,000
	Equal variances not assumed		
Espírito de aventura	Equal variances assumed	10,687	,001
	Equal variances not assumed		
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	,129	,720
	Equal variances not assumed		
Flexibilidade	Equal variances assumed	1,305	,254
	Equal variances not assumed		
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	,023	,880
	Equal variances not assumed		
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	1,530	,216
	Equal variances not assumed		
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	,750	,387
	Equal variances not assumed		
Novidade	Equal variances assumed	11,025	,001
	Equal variances not assumed		
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	,801	,371
	Equal variances not assumed		
Ser autônomo	Equal variances assumed	,932	,335
	Equal variances not assumed		
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	7,024	,008
	Equal variances not assumed		
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	44,315	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	3,158	878	,002
	Equal variances not assumed	3,080	590,450	,002
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	4,053	878	,000
	Equal variances not assumed	3,862	552,342	,000
Espírito de aventura	Equal variances assumed	3,672	878	,000
	Equal variances not assumed	3,482	544,665	,001
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	3,565	878	,000
	Equal variances not assumed	3,498	600,423	,001
Flexibilidade	Equal variances assumed	4,302	878	,000
	Equal variances not assumed	4,175	581,606	,000
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	-1,451	878	,147
	Equal variances not assumed	-1,458	643,081	,145
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	1,522	878	,128
	Equal variances not assumed	1,518	630,349	,129
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	1,179	878	,239
	Equal variances not assumed	1,159	603,570	,247
Novidade	Equal variances assumed	2,952	878	,003
	Equal variances not assumed	2,869	584,201	,004
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	3,331	878	,001
	Equal variances not assumed	3,240	586,055	,001
Ser autônomo	Equal variances assumed	3,010	878	,003
	Equal variances not assumed	2,980	616,359	,003
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	,515	878	,607
	Equal variances not assumed	,523	666,248	,601
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	3,984	878	,000
	Equal variances not assumed	3,710	517,796	,000

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Aprender a resolver problemas em	Equal variances assumed	,172	,055

situações imprevistas	Equal variances not assumed	,172	,056
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	,214	,053
	Equal variances not assumed	,214	,055
Espírito de aventura	Equal variances assumed	,187	,051
	Equal variances not assumed	,187	,054
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	,246	,069
	Equal variances not assumed	,246	,070
Flexibilidade	Equal variances assumed	,262	,061
	Equal variances not assumed	,262	,063
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	-,152	,105
	Equal variances not assumed	-,152	,105
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	,102	,067
	Equal variances not assumed	,102	,067
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	,075	,064
	Equal variances not assumed	,075	,065
Novidade	Equal variances assumed	,227	,077
	Equal variances not assumed	,227	,079
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	,222	,067
	Equal variances not assumed	,222	,068
Ser autônomo	Equal variances assumed	,231	,077
	Equal variances not assumed	,231	,077
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	,059	,115
	Equal variances not assumed	,059	,113
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	,155	,039
	Equal variances not assumed	,155	,042

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	,065	,280
	Equal variances not assumed	,062	,282
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	,110	,318
	Equal variances not assumed	,105	,323
Espírito de aventura	Equal variances assumed	,087	,287
	Equal variances not assumed	,081	,292
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	,111	,381
	Equal variances not assumed	,108	,384
Flexibilidade	Equal variances assumed	,142	,381
	Equal variances not assumed	,139	,385
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	-,359	,054
	Equal variances not assumed	-,358	,053
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	-,029	,233
	Equal variances not assumed	-,030	,233
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	-,050	,201
	Equal variances not assumed	-,052	,203
Novidade	Equal variances assumed	,076	,378
	Equal variances not assumed	,072	,382
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	,091	,352
	Equal variances not assumed	,087	,356
Ser autônomo	Equal variances assumed	,080	,381
	Equal variances not assumed	,079	,383
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	-,166	,285
	Equal variances not assumed	-,163	,281
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	,078	,231
	Equal variances not assumed	,073	,236

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P23 P23.1 P23.2 P23.3 P23.4 P23.5 P23.6 P23.7 P23.8 P23.9 P23.10 P23.11 P23.12
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 8)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:11:07
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhad os\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.

Syntax	T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P23 P23.1 P23.2 P23.3 P23.4 P23.5 P23.6 P23.7 P23.8 P23.9 P23.10 P23.11 P23.12 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,187

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Incoming	463	4,30	,851	,040
	Outgoing	417	4,55	,664	,032
Desenvolver capacidades	Incoming	463	4,28	,879	,041
	Outgoing	417	4,71	,501	,025
Espírito de aventura	Incoming	463	4,33	,836	,039
	Outgoing	417	4,67	,530	,026
Facilidade de realcionamento	Incoming	463	3,96	1,109	,052
	Outgoing	417	4,30	,787	,039
Flexibilidade	Incoming	463	4,03	,932	,043
	Outgoing	417	4,29	,777	,038
Fuga à vigilância parental	Incoming	463	2,59	1,452	,067
	Outgoing	417	3,76	1,271	,062
Interesse pelo desconhecido	Incoming	463	4,00	1,034	,048
	Outgoing	417	4,22	,827	,041
Mudanças de ambientes	Incoming	463	4,12	,984	,046
	Outgoing	417	4,35	,798	,039
Novidade	Incoming	463	3,50	1,204	,056
	Outgoing	417	4,41	,692	,034
Receptividade à mudança	Incoming	463	3,79	1,040	,048
	Outgoing	417	4,42	,703	,034
Ser autônomo	Incoming	463	3,72	1,189	,055
	Outgoing	417	4,47	,806	,039
Outros motivos pessoais	Incoming	463	2,35	1,507	,070
	Outgoing	417	4,38	,944	,046
Abertura a novas experiências	Incoming	463	4,63	,633	,029
	Outgoing	417	4,82	,432	,021

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	26,317	,000
	Equal variances not assumed		
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	109,619	,000
	Equal variances not assumed		
Espírito de aventura	Equal variances assumed	104,487	,000
	Equal variances not assumed		
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	18,179	,000
	Equal variances not assumed		
Flexibilidade	Equal variances assumed	2,086	,149
	Equal variances not assumed		
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	7,733	,006
	Equal variances not assumed		
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	4,520	,034
	Equal variances not assumed		
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	5,226	,022
	Equal variances not assumed		
Novidade	Equal variances assumed	138,794	,000
	Equal variances not assumed		
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	32,274	,000
	Equal variances not assumed		
Ser autônomo	Equal variances assumed	72,726	,000
	Equal variances not assumed		
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	203,043	,000
	Equal variances not assumed		
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	87,477	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

	t-test for Equality of Means
--	------------------------------

		t	df	Sig. (2-tailed)
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	-4,889	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,951	860,580	,000
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	-8,811	878	,000
	Equal variances not assumed	-9,049	747,385	,000
Espírito de aventura	Equal variances assumed	-6,946	878	,000
	Equal variances not assumed	-7,103	790,868	,000
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	-5,174	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,264	833,768	,000
Flexibilidade	Equal variances assumed	-4,310	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,350	872,831	,000
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	-12,736	878	,000
	Equal variances not assumed	-12,825	877,270	,000
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	-3,327	878	,001
	Equal variances not assumed	-3,365	866,119	,001
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	-3,769	878	,000
	Equal variances not assumed	-3,810	868,677	,000
Novidade	Equal variances assumed	-13,605	878	,000
	Equal variances not assumed	-13,968	750,886	,000
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	-10,367	878	,000
	Equal variances not assumed	-10,571	816,524	,000
Ser autónomo	Equal variances assumed	-10,821	878	,000
	Equal variances not assumed	-11,033	817,325	,000
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	-23,716	878	,000
	Equal variances not assumed	-24,264	786,452	,000
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	-5,013	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,109	819,392	,000

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	-,254	,052
	Equal variances not assumed	-,254	,051
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	-,431	,049
	Equal variances not assumed	-,431	,048
Espírito de aventura	Equal variances assumed	-,332	,048
	Equal variances not assumed	-,332	,047
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	-,339	,065
	Equal variances not assumed	-,339	,064
Flexibilidade	Equal variances assumed	-,251	,058
	Equal variances not assumed	-,251	,058
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	-1,177	,092
	Equal variances not assumed	-1,177	,092
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	-,212	,064
	Equal variances not assumed	-,212	,063
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	-,229	,061
	Equal variances not assumed	-,229	,060
Novidade	Equal variances assumed	-,914	,067
	Equal variances not assumed	-,914	,065
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	-,627	,061
	Equal variances not assumed	-,627	,059
Ser autónomo	Equal variances assumed	-,749	,069
	Equal variances not assumed	-,749	,068
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	-2,036	,086
	Equal variances not assumed	-2,036	,084
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	-,185	,037
	Equal variances not assumed	-,185	,036

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Aprender a resolver problemas em situações imprevistas	Equal variances assumed	-,355	-,152
	Equal variances not assumed	-,354	-,153
Desenvolver capacidades	Equal variances assumed	-,527	-,335
	Equal variances not assumed	-,524	-,337
Espírito de aventura	Equal variances assumed	-,426	-,238
	Equal variances not assumed	-,424	-,240
Facilidade de realcionamento	Equal variances assumed	-,467	-,210
	Equal variances not assumed	-,465	-,213
Flexibilidade	Equal variances assumed	-,365	-,137
	Equal variances not assumed	-,364	-,138
Fuga à vigilância parental	Equal variances assumed	-1,359	-,996
	Equal variances not assumed	-1,357	-,997
Interesse pelo desconhecido	Equal variances assumed	-,336	-,087
	Equal variances not assumed	-,335	-,088
Mudanças de ambientes	Equal variances assumed	-,349	-,110
	Equal variances not assumed	-,347	-,111
Novidade	Equal variances assumed	-1,046	-,782
	Equal variances not assumed	-1,042	-,785
Receptividade à mudança	Equal variances assumed	-,746	-,508

	Equal variances not assumed	-,744	-,511
Ser autônomo	Equal variances assumed	-,885	-,613
	Equal variances not assumed	-,882	-,616
Outros motivos pessoais	Equal variances assumed	-2,204	-1,867
	Equal variances not assumed	-2,201	-1,871
Abertura a novas experiências	Equal variances assumed	-,258	-,113
	Equal variances not assumed	-,256	-,114

T-TEST GROUPS=P2(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P24 P24.1 P24.2 P24.3 P24.4 P24.5 P24.6 P24.7 P24.8 P24.9
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 9)

Notes		20-Abr-2013 01:13:00
Output Created		
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P24 P24.1 P24.2 P24.3 P24.4 P24.5 P24.6 P24.7 P24.8 P24.9 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,061

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Gênero	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Através de Website	Feminino	570	3,22	,797	,033
	Masculino	310	2,98	,965	,055
Através do gabinete de Erasmus	Feminino	570	3,08	,915	,038
	Masculino	310	3,00	,899	,051
Feiras	Feminino	570	1,83	,818	,034
	Masculino	310	1,78	,781	,044
Fóruns	Feminino	570	1,98	,917	,038
	Masculino	310	1,89	,826	,047
Jornais	Feminino	570	1,82	,838	,035
	Masculino	310	1,76	,810	,046
Press Trips	Feminino	570	1,72	,784	,033
	Masculino	310	1,67	,733	,042
Redes Sociais	Feminino	570	2,53	,987	,041
	Masculino	310	2,38	1,007	,057
Revistas especializadas	Feminino	570	1,79	,830	,035
	Masculino	310	1,76	,855	,049
Workshops	Feminino	570	1,84	,909	,038
	Masculino	310	1,80	,896	,051
Outros motivos ligados à fonte de informação	Feminino	570	1,81	1,052	,044
	Masculino	310	1,85	1,072	,061

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Através de Website	Equal variances assumed	9,468	,002
	Equal variances not assumed		
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	1,798	,180
	Equal variances not assumed		
Feiras	Equal variances assumed	,621	,431
	Equal variances not assumed		

Fóruns	Equal variances assumed	4,213	,040
	Equal variances not assumed		
Jornais	Equal variances assumed	,697	,404
	Equal variances not assumed		
Press Trips	Equal variances assumed	2,231	,136
	Equal variances not assumed		
Redes Sociais	Equal variances assumed	,593	,442
	Equal variances not assumed		
Revistas especializadas	Equal variances assumed	,023	,881
	Equal variances not assumed		
Workshops	Equal variances assumed	,148	,701
	Equal variances not assumed		
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	,002	,968
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Através de Website	Equal variances assumed	3,932	878	,000
	Equal variances not assumed	3,718	540,392	,000
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	1,257	878	,209
	Equal variances not assumed	1,264	643,865	,207
Feiras	Equal variances assumed	,809	878	,419
	Equal variances not assumed	,820	659,860	,413
Fóruns	Equal variances assumed	1,440	878	,150
	Equal variances not assumed	1,485	692,827	,138
Jornais	Equal variances assumed	1,077	878	,282
	Equal variances not assumed	1,088	653,196	,277
Press Trips	Equal variances assumed	,931	878	,352
	Equal variances not assumed	,950	671,769	,343
Redes Sociais	Equal variances assumed	2,031	878	,043
	Equal variances not assumed	2,019	623,692	,044
Revistas especializadas	Equal variances assumed	,362	878	,717
	Equal variances not assumed	,359	618,679	,720
Workshops	Equal variances assumed	,600	878	,549
	Equal variances not assumed	,603	642,495	,547
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	-,573	878	,567
	Equal variances not assumed	-,570	624,554	,569

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Através de Website	Equal variances assumed	,239	,061
	Equal variances not assumed	,239	,064
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	,081	,064
	Equal variances not assumed	,081	,064
Feiras	Equal variances assumed	,046	,057
	Equal variances not assumed	,046	,056
Fóruns	Equal variances assumed	,090	,063
	Equal variances not assumed	,090	,061
Jornais	Equal variances assumed	,063	,058
	Equal variances not assumed	,063	,058
Press Trips	Equal variances assumed	,050	,054
	Equal variances not assumed	,050	,053
Redes Sociais	Equal variances assumed	,142	,070
	Equal variances not assumed	,142	,071
Revistas especializadas	Equal variances assumed	,021	,059
	Equal variances not assumed	,021	,060
Workshops	Equal variances assumed	,038	,064
	Equal variances not assumed	,038	,064
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	-,043	,075
	Equal variances not assumed	-,043	,075

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Através de Website	Equal variances assumed	,120	,358
	Equal variances not assumed	,113	,365
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	-,045	,207
	Equal variances not assumed	-,045	,206
Feiras	Equal variances assumed	-,066	,157
	Equal variances not assumed	-,064	,156
Fóruns	Equal variances assumed	-,033	,213
	Equal variances not assumed	-,029	,209
Jornais	Equal variances assumed	-,052	,178
	Equal variances not assumed	-,051	,177

Press Trips	Equal variances assumed	-,056	,157
	Equal variances not assumed	-,054	,154
Redes Sociais	Equal variances assumed	,005	,280
	Equal variances not assumed	,004	,281
Revistas especializadas	Equal variances assumed	-,095	,138
	Equal variances not assumed	-,096	,139
Workshops	Equal variances assumed	-,087	,164
	Equal variances not assumed	-,087	,163
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	-,190	,104
	Equal variances not assumed	-,190	,105

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P24 P24.1 P24.2 P24.3 P24.4 P24.5 P24.6 P24.7 P24.8 P24.9
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 10)

Notes		20-Abr-2013 01:14:33
Output Created		
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P24 P24.1 P24.2 P24.3 P24.4 P24.5 P24.6 P24.7 P24.8 P24.9 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,062
	Elapsed Time	00:00:00,062

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Através de Website	Incoming	463	3,10	,920	,043
	Outgoing	417	3,18	,804	,039
Através do gabinete de Erasmus	Incoming	463	3,00	,939	,044
	Outgoing	417	3,11	,874	,043
Feiras	Incoming	463	1,94	,861	,040
	Outgoing	417	1,67	,713	,035
Fóruns	Incoming	463	2,07	,940	,044
	Outgoing	417	1,81	,802	,039
Jornais	Incoming	463	1,82	,852	,040
	Outgoing	417	1,77	,802	,039
Press Trips	Incoming	463	1,74	,799	,037
	Outgoing	417	1,67	,728	,036
Redes Sociais	Incoming	463	2,54	1,001	,047
	Outgoing	417	2,40	,986	,048
Revistas especializadas	Incoming	463	1,75	,816	,038
	Outgoing	417	1,81	,862	,042
Workshops	Incoming	463	1,87	,944	,044
	Outgoing	417	1,77	,857	,042
Outros motivos ligados à fonte de informação	Incoming	463	1,79	1,027	,048
	Outgoing	417	1,86	1,093	,054

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Através de Website	Equal variances assumed	3,759	,053
	Equal variances not assumed		
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	,324	,569

	Equal variances not assumed		
Feiras	Equal variances assumed	5,551	,019
	Equal variances not assumed		
Fóruns	Equal variances assumed	10,108	,002
	Equal variances not assumed		
Jornais	Equal variances assumed	1,160	,282
	Equal variances not assumed		
Press Trips	Equal variances assumed	3,184	,075
	Equal variances not assumed		
Redes Sociais	Equal variances assumed	,024	,877
	Equal variances not assumed		
Revistas especializadas	Equal variances assumed	,541	,462
	Equal variances not assumed		
Workshops	Equal variances assumed	6,035	,014
	Equal variances not assumed		
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	2,801	,095
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Através de Website	Equal variances assumed	-1,372	878	,170
	Equal variances not assumed	-1,381	877,238	,168
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	-1,873	878	,061
	Equal variances not assumed	-1,880	877,024	,060
Feiras	Equal variances assumed	4,954	878	,000
	Equal variances not assumed	5,002	872,060	,000
Fóruns	Equal variances assumed	4,482	878	,000
	Equal variances not assumed	4,520	875,370	,000
Jornais	Equal variances assumed	,907	878	,365
	Equal variances not assumed	,909	876,324	,363
Press Trips	Equal variances assumed	1,387	878	,166
	Equal variances not assumed	1,394	877,885	,164
Redes Sociais	Equal variances assumed	2,075	878	,038
	Equal variances not assumed	2,077	871,012	,038
Revistas especializadas	Equal variances assumed	-1,160	878	,246
	Equal variances not assumed	-1,157	856,042	,248
Workshops	Equal variances assumed	1,539	878	,124
	Equal variances not assumed	1,547	877,947	,122
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	-1,049	878	,295
	Equal variances not assumed	-1,045	854,181	,296

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Através de Website	Equal variances assumed	-,080	,059
	Equal variances not assumed	-,080	,058
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	-,115	,061
	Equal variances not assumed	-,115	,061
Feiras	Equal variances assumed	,266	,054
	Equal variances not assumed	,266	,053
Fóruns	Equal variances assumed	,266	,059
	Equal variances not assumed	,266	,059
Jornais	Equal variances assumed	,051	,056
	Equal variances not assumed	,051	,056
Press Trips	Equal variances assumed	,072	,052
	Equal variances not assumed	,072	,051
Redes Sociais	Equal variances assumed	,139	,067
	Equal variances not assumed	,139	,067
Revistas especializadas	Equal variances assumed	-,066	,057
	Equal variances not assumed	-,066	,057
Workshops	Equal variances assumed	,094	,061
	Equal variances not assumed	,094	,061
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	-,075	,071
	Equal variances not assumed	-,075	,072

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Através de Website	Equal variances assumed	-,195	,035
	Equal variances not assumed	-,194	,034
Através do gabinete de Erasmus	Equal variances assumed	-,235	,006
	Equal variances not assumed	-,235	,005
Feiras	Equal variances assumed	,160	,371
	Equal variances not assumed	,161	,370
Fóruns	Equal variances assumed	,149	,382

	Equal variances not assumed	,150	,381
Jornais	Equal variances assumed	-,059	,161
	Equal variances not assumed	-,059	,160
Press Trips	Equal variances assumed	-,030	,173
	Equal variances not assumed	-,029	,173
Redes Sociais	Equal variances assumed	,008	,271
	Equal variances not assumed	,008	,271
Revistas especializadas	Equal variances assumed	-,177	,045
	Equal variances not assumed	-,177	,046
Workshops	Equal variances assumed	-,026	,214
	Equal variances not assumed	-,025	,213
Outros motivos ligados à fonte de informação	Equal variances assumed	-,215	,065
	Equal variances not assumed	-,216	,066

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P25 P25.1 P25.2 P25.3 P25.4 P25.5 P25.6
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 11)

Notes		20-Abr-2013 01:15:42
Output Created		
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P25 P25.1 P25.2 P25.3 P25.4 P25.5 P25.6 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,031
	Elapsed Time	00:00:00,031

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Competitividade da instituição à escala mundial	Feminino	570	3,14	1,178	,049
	Masculino	310	3,01	1,191	,068
Localização	Feminino	570	4,04	,964	,040
	Masculino	310	3,89	1,063	,060
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Feminino	570	3,50	1,201	,050
	Masculino	310	3,21	1,213	,069
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Feminino	570	3,82	1,050	,044
	Masculino	310	3,42	1,117	,063
Reconhecimento nos mercados	Feminino	570	3,50	1,204	,050
	Masculino	310	3,22	1,175	,067
Recursos disponíveis para a actividade	Feminino	570	3,50	1,251	,052
	Masculino	310	3,34	1,179	,067
Outros motivos ligados à instituição	Feminino	570	2,33	1,519	,064
	Masculino	310	2,46	1,463	,083

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	,130	,718
	Equal variances not assumed		
Localização	Equal variances assumed	7,327	,007
	Equal variances not assumed		
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	,022	,881
	Equal variances not assumed		
Qualidade do ensino e dos serviços	Equal variances assumed	4,838	,028

educativos e sociais propostos	Equal variances not assumed		
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	,696	,405
	Equal variances not assumed		
Recursos disponíveis para a actividade	Equal variances assumed	2,236	,135
	Equal variances not assumed		
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	3,602	,058
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	1,563	878	,118
	Equal variances not assumed	1,558	628,748	,120
Localização	Equal variances assumed	2,031	878	,043
	Equal variances not assumed	1,973	583,324	,049
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	3,472	878	,001
	Equal variances not assumed	3,462	629,042	,001
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	5,254	878	,000
	Equal variances not assumed	5,159	601,784	,000
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	3,370	878	,001
	Equal variances not assumed	3,394	647,874	,001
Recursos disponíveis para a actividade	Equal variances assumed	1,827	878	,068
	Equal variances not assumed	1,859	667,232	,064
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	-1,226	878	,221
	Equal variances not assumed	-1,240	655,256	,216

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	,130	,083
	Equal variances not assumed	,130	,084
Localização	Equal variances assumed	,143	,071
	Equal variances not assumed	,143	,073
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	,295	,085
	Equal variances not assumed	,295	,085
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	,398	,076
	Equal variances not assumed	,398	,077
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	,284	,084
	Equal variances not assumed	,284	,084
Recursos disponíveis para a actividade	Equal variances assumed	,158	,087
	Equal variances not assumed	,158	,085
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	-,130	,106
	Equal variances not assumed	-,130	,105

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	-,033	,294
	Equal variances not assumed	-,034	,295
Localização	Equal variances assumed	,005	,282
	Equal variances not assumed	,001	,286
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	,128	,462
	Equal variances not assumed	,128	,463
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	,249	,547
	Equal variances not assumed	,247	,550
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	,119	,449
	Equal variances not assumed	,120	,448
Recursos disponíveis para a actividade	Equal variances assumed	-,012	,328
	Equal variances not assumed	-,009	,325
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	-,337	,078
	Equal variances not assumed	-,335	,076

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P25 P25.1 P25.2 P25.3 P25.4 P25.5 P25.6
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 12)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:16:30
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P25 P25.1 P25.2 P25.3 P25.4 P25.5 P25.6 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,032
	Elapsed Time	00:00:00,329

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Competitividade da instituição à escala mundial	Incoming	463	2,90	1,217	,057
	Outgoing	417	3,30	1,109	,054
Localização	Incoming	463	3,91	1,086	,050
	Outgoing	417	4,07	,892	,044
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Incoming	463	3,13	1,303	,061
	Outgoing	417	3,70	1,023	,050
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Incoming	463	3,43	1,173	,055
	Outgoing	417	3,95	,917	,045
Reconhecimento nos mercados	Incoming	463	3,08	1,284	,060
	Outgoing	417	3,76	,987	,048
Recursos disponíveis para a actividade	Incoming	463	2,97	1,274	,059
	Outgoing	417	3,97	,925	,045
Outros motivos ligados à instituição	Incoming	463	2,30	1,442	,067
	Outgoing	417	2,46	1,558	,076

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	3,464	,063
	Equal variances not assumed		
Localização	Equal variances assumed	17,196	,000
	Equal variances not assumed		
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	36,142	,000
	Equal variances not assumed		
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	59,241	,000
	Equal variances not assumed		
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	39,681	,000
	Equal variances not assumed		
Recursos disponíveis para a actividade	Equal variances assumed	74,486	,000
	Equal variances not assumed		
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	11,406	,001
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	-5,037	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,062	877,885	,000
Localização	Equal variances assumed	-2,344	878	,019
	Equal variances not assumed	-2,368	870,684	,018
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	-7,224	878	,000
	Equal variances not assumed	-7,314	862,243	,000
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	-7,237	878	,000
	Equal variances not assumed	-7,329	861,344	,000
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	-8,678	878	,000

	Equal variances not assumed	-8,796	857,148	,000
Recursos disponíveis para a atividade	Equal variances assumed	-13,221	878	,000
	Equal variances not assumed	-13,437	841,026	,000
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	-1,608	878	,108
	Equal variances not assumed	-1,601	850,074	,110

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	-,397	,079
	Equal variances not assumed	-,397	,078
Localização	Equal variances assumed	-,158	,067
	Equal variances not assumed	-,158	,067
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	-,575	,080
	Equal variances not assumed	-,575	,079
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	-,518	,072
	Equal variances not assumed	-,518	,071
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	-,675	,078
	Equal variances not assumed	-,675	,077
Recursos disponíveis para a atividade	Equal variances assumed	-1,001	,076
	Equal variances not assumed	-1,001	,075
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	-,163	,101
	Equal variances not assumed	-,163	,102

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Competitividade da instituição à escala mundial	Equal variances assumed	-,552	-,242
	Equal variances not assumed	-,551	-,243
Localização	Equal variances assumed	-,290	-,026
	Equal variances not assumed	-,289	-,027
Preparar os jovens para o mercado de trabalho	Equal variances assumed	-,731	-,419
	Equal variances not assumed	-,729	-,421
Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Equal variances assumed	-,658	-,377
	Equal variances not assumed	-,656	-,379
Reconhecimento nos mercados	Equal variances assumed	-,828	-,523
	Equal variances not assumed	-,826	-,525
Recursos disponíveis para a atividade	Equal variances assumed	-1,150	-,853
	Equal variances not assumed	-1,148	-,855
Outros motivos ligados à instituição	Equal variances assumed	-,361	,036
	Equal variances not assumed	-,362	,037

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P26 P26.2 P26.3 P26.4
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 13)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:18:07
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\os\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P26 P26.2 P26.3 P26.4 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,031
	Elapsed Time	00:00:00,032

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Práticas culturais	Feminino	570	3,40	,690	,029
	Masculino	310	3,13	,735	,042
Práticas desportivas	Feminino	570	2,58	,882	,037
	Masculino	310	2,77	,873	,050
Práticas de sociabilidade	Feminino	570	3,57	,625	,026
	Masculino	310	3,48	,695	,039
Práticas de consumo	Feminino	570	2,88	,782	,033
	Masculino	310	2,76	,742	,042

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Práticas culturais	Equal variances assumed	2,031	,155
	Equal variances not assumed		
Práticas desportivas	Equal variances assumed	,568	,451
	Equal variances not assumed		
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	6,829	,009
	Equal variances not assumed		
Práticas de consumo	Equal variances assumed	,012	,913
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Práticas culturais	Equal variances assumed	5,473	878	,000
	Equal variances not assumed	5,372	601,425	,000
Práticas desportivas	Equal variances assumed	-3,044	878	,002
	Equal variances not assumed	-3,054	640,609	,002
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	1,874	878	,061
	Equal variances not assumed	1,816	579,149	,070
Práticas de consumo	Equal variances assumed	2,105	878	,036
	Equal variances not assumed	2,138	663,390	,033

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Práticas culturais	Equal variances assumed	,273	,050
	Equal variances not assumed	,273	,051
Práticas desportivas	Equal variances assumed	-,189	,062
	Equal variances not assumed	-,189	,062
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	,086	,046
	Equal variances not assumed	,086	,047
Práticas de consumo	Equal variances assumed	,114	,054
	Equal variances not assumed	,114	,053

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Práticas culturais	Equal variances assumed	,175	,371
	Equal variances not assumed	,173	,372
Práticas desportivas	Equal variances assumed	-,311	-,067
	Equal variances not assumed	-,310	-,067
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	-,004	,176
	Equal variances not assumed	-,007	,179
Práticas de consumo	Equal variances assumed	,008	,221
	Equal variances not assumed	,009	,219

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P26 P26.2 P26.3 P26.4
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 14)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:19:17
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P26 P26.2 P26.3 P26.4 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,046

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Práticas culturais	Incoming	463	3,25	,733	,034
	Outgoing	417	3,37	,695	,034
Práticas desportivas	Incoming	463	2,77	,878	,041
	Outgoing	417	2,51	,869	,043
Práticas de sociabilidade	Incoming	463	3,45	,675	,031
	Outgoing	417	3,63	,610	,030
Práticas de consumo	Incoming	463	2,90	,778	,036
	Outgoing	417	2,76	,756	,037

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Práticas culturais	Equal variances assumed	,020	,888
	Equal variances not assumed		
Práticas desportivas	Equal variances assumed	,905	,342
	Equal variances not assumed		
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	16,955	,000
	Equal variances not assumed		
Práticas de consumo	Equal variances assumed	3,192	,074
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Práticas culturais	Equal variances assumed	-2,503	878	,012
	Equal variances not assumed	-2,510	875,669	,012
Práticas desportivas	Equal variances assumed	4,416	878	,000
	Equal variances not assumed	4,418	870,236	,000
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	-4,221	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,243	877,989	,000
Práticas de consumo	Equal variances assumed	2,665	878	,008
	Equal variances not assumed	2,669	872,964	,008

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Práticas culturais	Equal variances assumed	-,121	,048
	Equal variances not assumed	-,121	,048
Práticas desportivas	Equal variances assumed	,261	,059
	Equal variances not assumed	,261	,059
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	-,184	,044
	Equal variances not assumed	-,184	,043
Práticas de consumo	Equal variances assumed	,138	,052
	Equal variances not assumed	,138	,052

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means
--	--	------------------------------

		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Práticas culturais	Equal variances assumed	-,216	-,026
	Equal variances not assumed	-,215	-,026
Práticas desportivas	Equal variances assumed	,145	,376
	Equal variances not assumed	,145	,376
Práticas de sociabilidade	Equal variances assumed	-,269	-,098
	Equal variances not assumed	-,269	-,099
Práticas de consumo	Equal variances assumed	,036	,240
	Equal variances not assumed	,037	,240

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P27 P27.2 P27.3 P27.4 P27.5 P27.6 P27.7 P27.8 P27.9
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 15)

		Notes
Output Created		20-Abr-2013 01:20:19
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P27 P27.2 P27.3 P27.4 P27.5 P27.6 P27.7 P27.8 P27.9 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,047

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Feminino	570	3,44	,705	,030
	Masculino	310	3,43	,710	,040
Eventos culturais	Feminino	570	3,19	,690	,029
	Masculino	310	2,97	,724	,041
Eventos e Festividades	Feminino	570	3,20	,684	,029
	Masculino	310	3,12	,792	,045
Gastronomia	Feminino	570	2,84	,763	,032
	Masculino	310	2,77	,805	,046
Museus	Feminino	570	2,79	,821	,034
	Masculino	310	2,62	,803	,046
Passeios na natureza	Feminino	570	3,18	,779	,033
	Masculino	310	3,00	,784	,045
Património histórico e arquitectónico, monumento	Feminino	570	3,27	,691	,029
	Masculino	310	3,09	,743	,042
Praias e zonas balneares	Feminino	570	2,58	1,119	,047
	Masculino	310	2,31	1,085	,062
Outros	Feminino	570	2,65	1,206	,051
	Masculino	310	2,45	1,124	,064

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	,116	,733
	Equal variances not assumed		
Eventos culturais	Equal variances assumed	3,634	,057
	Equal variances not assumed		
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	2,774	,096
	Equal variances not assumed		
Gastronomia	Equal variances assumed	5,531	,019

	Equal variances not assumed		
Museus	Equal variances assumed	,332	,564
	Equal variances not assumed		
Passeios na natureza	Equal variances assumed	3,932	,048
	Equal variances not assumed		
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	1,451	,229
	Equal variances not assumed		
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	1,307	,253
	Equal variances not assumed		
Outros	Equal variances assumed	6,105	,014
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	,262	878	,793
	Equal variances not assumed	,262	630,241	,794
Eventos culturais	Equal variances assumed	4,310	878	,000
	Equal variances not assumed	4,250	609,278	,000
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	1,710	878	,088
	Equal variances not assumed	1,638	560,619	,102
Gastronomia	Equal variances assumed	1,269	878	,205
	Equal variances not assumed	1,249	606,076	,212
Museus	Equal variances assumed	2,953	878	,003
	Equal variances not assumed	2,973	646,860	,003
Passeios na natureza	Equal variances assumed	3,342	878	,001
	Equal variances not assumed	3,336	631,292	,001
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	3,727	878	,000
	Equal variances not assumed	3,647	595,959	,000
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	3,464	878	,001
	Equal variances not assumed	3,496	651,654	,001
Outros	Equal variances assumed	2,432	878	,015
	Equal variances not assumed	2,483	673,708	,013

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	,013	,050
	Equal variances not assumed	,013	,050
Eventos culturais	Equal variances assumed	,214	,050
	Equal variances not assumed	,214	,050
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	,087	,051
	Equal variances not assumed	,087	,053
Gastronomia	Equal variances assumed	,070	,055
	Equal variances not assumed	,070	,056
Museus	Equal variances assumed	,170	,058
	Equal variances not assumed	,170	,057
Passeios na natureza	Equal variances assumed	,184	,055
	Equal variances not assumed	,184	,055
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	,187	,050
	Equal variances not assumed	,187	,051
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	,271	,078
	Equal variances not assumed	,271	,077
Outros	Equal variances assumed	,202	,083
	Equal variances not assumed	,202	,081

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	-,085	,111
	Equal variances not assumed	-,085	,111
Eventos culturais	Equal variances assumed	,116	,311
	Equal variances not assumed	,115	,312
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	-,013	,188
	Equal variances not assumed	-,017	,192
Gastronomia	Equal variances assumed	-,038	,177
	Equal variances not assumed	-,040	,179
Museus	Equal variances assumed	,057	,283
	Equal variances not assumed	,058	,282
Passeios na natureza	Equal variances assumed	,076	,292
	Equal variances not assumed	,076	,293
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	,088	,285
	Equal variances not assumed	,086	,287
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	,117	,424
	Equal variances not assumed	,119	,423
Outros	Equal variances assumed	,039	,365
	Equal variances not assumed	,042	,362

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P27 P27.2 P27.3 P27.4 P27.5 P27.6 P27.7 P27.8 P27.9
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test (HIPOTESE 16)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:20:53
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P27 P27.2 P27.3 P27.4 P27.5 P27.6 P27.7 P27.8 P27.9 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,297

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	Incoming	463	3,48	,689	,032
	Outgoing	417	3,39	,723	,035
Eventos culturais	Incoming	463	3,16	,685	,032
	Outgoing	417	3,06	,732	,036
Eventos e Festividades	Incoming	463	3,18	,744	,035
	Outgoing	417	3,17	,704	,034
Gastronomia	Incoming	463	2,95	,752	,035
	Outgoing	417	2,67	,781	,038
Museus	Incoming	463	2,62	,794	,037
	Outgoing	417	2,85	,828	,041
Passeios na natureza	Incoming	463	3,12	,797	,037
	Outgoing	417	3,12	,774	,038
Patrimônio histórico e arquitectónico, monumento	Incoming	463	3,09	,737	,034
	Outgoing	417	3,34	,667	,033
Praias e zonas balneares	Incoming	463	3,11	,873	,041
	Outgoing	417	1,79	,930	,046
Outros	Incoming	463	2,69	1,140	,053
	Outgoing	417	2,45	1,214	,059

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Atividades de animação, entretenimento, vida noturna	Equal variances assumed	2,315	,128
	Equal variances not assumed		
Eventos culturais	Equal variances assumed	,024	,877
	Equal variances not assumed		
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	1,391	,239
	Equal variances not assumed		
Gastronomia	Equal variances assumed	17,386	,000
	Equal variances not assumed		
Museus	Equal variances assumed	,899	,343
	Equal variances not assumed		
Passeios na natureza	Equal variances assumed	,155	,694
	Equal variances not assumed		
Patrimônio histórico e	Equal variances assumed	1,446	,230

arquitectónico, monumento	Equal variances not assumed		
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	4,495	,034
	Equal variances not assumed		
Outros	Equal variances assumed	8,600	,003
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	1,860	878	,063
	Equal variances not assumed	1,856	858,214	,064
Eventos culturais	Equal variances assumed	2,186	878	,029
	Equal variances not assumed	2,179	853,348	,030
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	,189	878	,850
	Equal variances not assumed	,189	875,793	,850
Gastronomia	Equal variances assumed	5,435	878	,000
	Equal variances not assumed	5,424	860,267	,000
Museus	Equal variances assumed	-4,264	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,255	859,545	,000
Passeios na natureza	Equal variances assumed	,065	878	,948
	Equal variances not assumed	,065	872,959	,948
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	-5,105	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,131	877,981	,000
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	21,672	878	,000
	Equal variances not assumed	21,600	854,017	,000
Outros	Equal variances assumed	3,115	878	,002
	Equal variances not assumed	3,105	854,109	,002

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	,089	,048
	Equal variances not assumed	,089	,048
Eventos culturais	Equal variances assumed	,104	,048
	Equal variances not assumed	,104	,048
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	,009	,049
	Equal variances not assumed	,009	,049
Gastronomia	Equal variances assumed	,281	,052
	Equal variances not assumed	,281	,052
Museus	Equal variances assumed	-,233	,055
	Equal variances not assumed	-,233	,055
Passeios na natureza	Equal variances assumed	,003	,053
	Equal variances not assumed	,003	,053
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	-,243	,048
	Equal variances not assumed	-,243	,047
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	1,317	,061
	Equal variances not assumed	1,317	,061
Outros	Equal variances assumed	,247	,079
	Equal variances not assumed	,247	,080

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	Equal variances assumed	-,005	,182
	Equal variances not assumed	-,005	,182
Eventos culturais	Equal variances assumed	,011	,198
	Equal variances not assumed	,010	,199
Eventos e Festividades	Equal variances assumed	-,087	,105
	Equal variances not assumed	-,087	,105
Gastronomia	Equal variances assumed	,180	,382
	Equal variances not assumed	,179	,383
Museus	Equal variances assumed	-,341	-,126
	Equal variances not assumed	-,341	-,126
Passeios na natureza	Equal variances assumed	-,101	,108
	Equal variances not assumed	-,101	,107
Património histórico e arquitectónico, monumento	Equal variances assumed	-,336	-,149
	Equal variances not assumed	-,336	-,150
Praias e zonas balneares	Equal variances assumed	1,198	1,436
	Equal variances not assumed	1,197	1,437
Outros	Equal variances assumed	,091	,403
	Equal variances not assumed	,091	,404

T-TEST GROUPS=P2(1 2)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=P29 P29.1 P29.2 P29.3 P29.4 P29.5 P29.6 P29.7 P29.8 P29.9 P29.10 P29.11 P29.12 P29.13 P29.14 P29.15 P29.16 P29.17 P29.1

8 P29.19 P29.20 P29.21 P29.22 P29.23 P29.24 P29.25

T-Test (HIPOTESE 17)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:31:26
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P29 P29.1 P29.2 P29.3 P29.4 P29.5 P29.6 P29.7 P29.8 P29.9 P29.10 P29.11 P29.12 P29.13 P29.14 P29.15 P29.16 P29.17 P29.18 P29.19 P29.20 P29.21 P29.22 P29.23 P29.24 P29.25 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,109
	Elapsed Time	00:00:00,125

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Acessibilidades	Feminino	570	2,53	,647	,027
	Masculino	310	2,38	,685	,039
Actividades sociais e culturais disponíveis	Feminino	570	2,60	,585	,025
	Masculino	310	2,47	,632	,036
Ambiente propício à expressão cultural	Feminino	570	2,50	,634	,027
	Masculino	310	2,41	,666	,038
Ambiente propício à inovação	Feminino	570	2,44	,634	,027
	Masculino	310	2,38	,662	,038
Aumento a confiança de viajar	Feminino	570	2,56	,677	,028
	Masculino	310	2,51	,652	,037
Conhecer a história de outros países	Feminino	570	2,62	,612	,026
	Masculino	310	2,53	,621	,035
Conhecer costumes diferentes	Feminino	570	2,79	,477	,020
	Masculino	310	2,65	,592	,034
Conhecer os monumentos do país	Feminino	570	2,75	,506	,021
	Masculino	310	2,55	,630	,036
Conhecer regiões diferentes	Feminino	570	2,73	,531	,022
	Masculino	310	2,60	,644	,037
Conhecimento prévio da língua	Feminino	570	2,34	,758	,032
	Masculino	310	2,15	,780	,044
Cosmopolitismo	Feminino	570	2,27	,698	,029
	Masculino	310	2,16	,698	,040
Diversidade de nacionalidades	Feminino	570	2,67	,566	,024
	Masculino	310	2,54	,616	,035
Estilo de vida	Feminino	570	2,66	,546	,023
	Masculino	310	2,52	,632	,036
Experiência de viver noutra país	Feminino	570	2,88	,396	,017
	Masculino	310	2,81	,480	,027
Experiência e motivação individuais	Feminino	570	2,83	,447	,019
	Masculino	310	2,73	,533	,030
Facilidade de circulação no espaço europeu	Feminino	570	2,63	,603	,025
	Masculino	310	2,57	,629	,036
Fazer face às consequências da crise económica	Feminino	570	2,00	,764	,032
	Masculino	310	1,89	,740	,042
Hospitalidade	Feminino	570	2,37	,684	,029
	Masculino	310	2,21	,705	,040
Integração social e cultural	Feminino	570	2,67	,554	,023
	Masculino	310	2,49	,627	,036
Ir para um país atractivo	Feminino	570	2,62	,575	,024
	Masculino	310	2,44	,630	,036
Melhoria dos conhecimentos técnicos	Feminino	570	2,45	,685	,029
	Masculino	310	2,36	,696	,040
Lingua/conhecimento de linguas	Feminino	570	2,71	,568	,024

estrangeiras	Masculino	310	2,60	,597	,034
Nível de preços	Feminino	570	2,46	,613	,026
	Masculino	310	2,33	,659	,037
Presença de comunidade do país de origem	Feminino	570	1,95	,772	,032
	Masculino	310	1,86	,735	,042
Promover a expressão cultural e criativa	Feminino	570	2,40	,685	,029
	Masculino	310	2,26	,702	,040
Sentimento de identidade e de pertença à europa	Feminino	570	2,22	,756	,032
	Masculino	310	2,26	,745	,042

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Acessibilidades	Equal variances assumed	3,516	,061	3,276	878	,001	,153	,047	,061	,244
	Equal variances not assumed			3,220	603,818	,001	,153	,047	,060	,246
Actividades sociais e culturais disponíveis	Equal variances assumed	8,961	,003	2,996	878	,003	,127	,042	,044	,211
	Equal variances not assumed			2,929	594,751	,004	,127	,043	,042	,213
Ambiente propício à expressão cultural	Equal variances assumed	1,933	,165	1,874	878	,061	,085	,046	-,004	,175
	Equal variances not assumed			1,846	607,973	,065	,085	,046	-,005	,176
Ambiente propício à inovação	Equal variances assumed	,801	,371	1,282	878	,200	,058	,045	-,031	,147
	Equal variances not assumed			1,266	611,576	,206	,058	,046	-,032	,149
Aumento a confiança de viajar	Equal variances assumed	,003	,956	1,053	878	,292	,050	,047	-,043	,142
	Equal variances not assumed			1,065	654,900	,287	,050	,047	-,042	,141
Conhecer a história de outros países	Equal variances assumed	2,897	,089	1,925	878	,055	,084	,043	-,002	,169
	Equal variances not assumed			1,916	626,336	,056	,084	,044	-,002	,169
Conhecer costumes diferentes	Equal variances assumed	42,663	,000	3,707	878	,000	,136	,037	,064	,208
	Equal variances not assumed			3,480	529,459	,001	,136	,039	,059	,213
Conhecer os monumentos do país	Equal variances assumed	61,362	,000	5,116	878	,000	,200	,039	,123	,276
	Equal variances not assumed			4,800	528,549	,000	,200	,042	,118	,281
Conhecer regiões diferentes	Equal variances assumed	31,239	,000	3,129	878	,002	,127	,040	,047	,206
	Equal variances not assumed			2,957	539,549	,003	,127	,043	,043	,211
Conhecimento prévio da língua	Equal variances assumed	,419	,517	3,395	878	,001	,183	,054	,077	,290
	Equal variances not assumed			3,367	619,448	,001	,183	,054	,076	,290
Cosmopolitismo	Equal variances assumed	2,439	,119	2,216	878	,027	,109	,049	,012	,206
	Equal variances not assumed			2,216	634,542	,027	,109	,049	,012	,206
Diversidade de nacionalidades	Equal variances assumed	15,842	,000	3,226	878	,001	,133	,041	,052	,214
	Equal variances not assumed			3,147	590,688	,002	,133	,042	,050	,216
Estilo de vida	Equal variances assumed	25,549	,000	3,405	878	,001	,139	,041	,059	,219
	Equal variances not assumed			3,262	560,790	,001	,139	,043	,055	,222
Experiência de viver noutra país	Equal variances assumed	16,468	,000	2,130	878	,033	,064	,030	,005	,124
	Equal variances not assumed			2,015	540,489	,044	,064	,032	,002	,127
Experiência e motivação individuais	Equal variances assumed	28,243	,000	2,973	878	,003	,101	,034	,034	,167
	Equal variances not assumed			2,824	547,582	,005	,101	,036	,031	,170
Facilidade de circulação no espaço europeu	Equal variances assumed	3,699	,055	1,478	878	,140	,064	,043	-,021	,149
	Equal variances not assumed			1,460	612,097	,145	,064	,044	-,022	,150
Fazer face às consequências da	Equal variances assumed	,145	,703	2,118	878	,034	,113	,053	,008	,218

crise económica	Equal variances not assumed			2,138	652,255	,033	,113	,053	,009	,217
Hospitalidade	Equal variances assumed	,870	,351	3,217	878	,001	,157	,049	,061	,253
	Equal variances not assumed			3,190	618,873	,001	,157	,049	,060	,254
Integração social e cultural	Equal variances assumed	25,734	,000	4,224	878	,000	,173	,041	,093	,254
	Equal variances not assumed			4,073	571,207	,000	,173	,043	,090	,257
Ir para um país atractivo	Equal variances assumed	13,525	,000	4,224	878	,000	,177	,042	,095	,260
	Equal variances not assumed			4,113	587,704	,000	,177	,043	,093	,262
Melhoria dos conhecimentos técnicos	Equal variances assumed	,071	,790	1,843	878	,066	,090	,049	-,006	,185
	Equal variances not assumed			1,835	626,381	,067	,090	,049	-,006	,185
Lingua/conhecimento de linguas estrangeiras	Equal variances assumed	11,374	,001	2,585	878	,010	,106	,041	,025	,186
	Equal variances not assumed			2,547	608,060	,011	,106	,041	,024	,187
Nível de preços	Equal variances assumed	,924	,337	3,053	878	,002	,136	,044	,048	,223
	Equal variances not assumed			2,989	596,508	,003	,136	,045	,046	,225
Presença de comunidade do país de origem	Equal variances assumed	,158	,691	1,738	878	,083	,093	,054	-,012	,198
	Equal variances not assumed			1,763	661,252	,078	,093	,053	-,011	,197
Promover a expressão cultural e criativa	Equal variances assumed	,180	,671	2,779	878	,006	,135	,049	,040	,231
	Equal variances not assumed			2,758	621,148	,006	,135	,049	,039	,232
Sentimento de identidade e de pertença à europa	Equal variances assumed	,033	,856	-,631	878	,528	-,034	,053	-,138	,071
	Equal variances not assumed			-,634	642,853	,526	-,034	,053	-,137	,070

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P29 P29.1 P29.2 P29.3 P29.4 P29.5 P29.6 P29.7 P29.8 P29.9 P29.10 P29.11 P29.12 P29.13 P29.14 P29.15
P29.16 P29.17 P29.18
8 P29.19 P29.20 P29.21 P29.22 P29.23 P29.24 P29.25
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test (HIPOTESE 18)

Notes

Output Created		20-Abr-2013 01:32:12
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P29 P29.1 P29.2 P29.3 P29.4 P29.5 P29.6 P29.7 P29.8 P29.9 P29.10 P29.11 P29.12 P29.13 P29.14 P29.15 P29.16 P29.17 P29.18 P29.19 P29.20 P29.21 P29.22 P29.23 P29.24 P29.25 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,094
	Elapsed Time	00:00:00,375

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Acessibilidades	Incoming	463	2,35	,704	,033

	Outgoing	417	2,63	,583	,029
Actividades sociais e culturais disponíveis	Incoming	463	2,47	,640	,030
	Outgoing	417	2,64	,550	,027
Ambiente propício à expressão cultural	Incoming	463	2,32	,671	,031
	Outgoing	417	2,64	,572	,028
Ambiente propício à inovação	Incoming	463	2,25	,652	,030
	Outgoing	417	2,61	,578	,028
Aumento a confiança de viajar	Incoming	463	2,45	,697	,032
	Outgoing	417	2,64	,620	,030
Conhecer a história de outros países	Incoming	463	2,38	,683	,032
	Outgoing	417	2,81	,431	,021
Conhecer costumes diferentes	Incoming	463	2,58	,626	,029
	Outgoing	417	2,92	,288	,014
Conhecer os monumentos do país	Incoming	463	2,64	,597	,028
	Outgoing	417	2,73	,514	,025
Conhecer regiões diferentes	Incoming	463	2,57	,633	,029
	Outgoing	417	2,81	,475	,023
Conhecimento prévio da língua	Incoming	463	2,37	,759	,035
	Outgoing	417	2,16	,767	,038
Cosmopolitismo	Incoming	463	2,17	,725	,034
	Outgoing	417	2,30	,665	,033
Diversidade de nacionalidades	Incoming	463	2,52	,637	,030
	Outgoing	417	2,74	,501	,025
Estilo de vida	Incoming	463	2,52	,641	,030
	Outgoing	417	2,72	,487	,024
Experiência de viver noutro país	Incoming	463	2,77	,523	,024
	Outgoing	417	2,95	,259	,013
Experiência e motivação individuais	Incoming	463	2,66	,580	,027
	Outgoing	417	2,93	,278	,014
Facilidade de circulação no espaço europeu	Incoming	463	2,45	,678	,032
	Outgoing	417	2,79	,469	,023
Fazer face às consequências da crise económica	Incoming	463	1,75	,718	,033
	Outgoing	417	2,20	,728	,036
Hospitalidade	Incoming	463	2,22	,720	,033
	Outgoing	417	2,41	,652	,032
Integração social e cultural	Incoming	463	2,51	,631	,029
	Outgoing	417	2,72	,511	,025
Ir para um país atractivo	Incoming	463	2,48	,647	,030
	Outgoing	417	2,64	,533	,026
Melhoria dos conhecimentos técnicos	Incoming	463	2,20	,718	,033
	Outgoing	417	2,66	,566	,028
Lingua/conhecimento de línguas estrangeiras	Incoming	463	2,59	,645	,030
	Outgoing	417	2,76	,483	,024
Nível de preços	Incoming	463	2,35	,643	,030
	Outgoing	417	2,49	,613	,030
Presença de comunidade do país de origem	Incoming	463	1,91	,755	,035
	Outgoing	417	1,93	,766	,038
Promover a expressão cultural e criativa	Incoming	463	2,25	,699	,032
	Outgoing	417	2,46	,672	,033
Sentimento de identidade e de pertença à europa	Incoming	463	2,11	,783	,036
	Outgoing	417	2,37	,692	,034

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Acessibilidades	Equal variances assumed	35,041	,000	-6,450	878	,000	-,283	,044	-,369	-,197
	Equal variances not assumed			-6,513	872,049	,000	-,283	,043	-,368	-,198
Actividades sociais e culturais disponíveis	Equal variances assumed	30,778	,000	-4,195	878	,000	-,170	,040	-,249	-,090
	Equal variances not assumed			-4,228	876,035	,000	-,170	,040	-,248	-,091
Ambiente propício à expressão cultural	Equal variances assumed	21,799	,000	-7,630	878	,000	-,323	,042	-,406	-,240
	Equal variances not assumed			-7,693	875,476	,000	-,323	,042	-,405	-,240
Ambiente propício à inovação	Equal variances assumed	3,770	,052	-8,762	878	,000	-,366	,042	-,447	-,284
	Equal variances not assumed			-8,817	877,768	,000	-,366	,041	-,447	-,284
Aumento a confiança de viajar	Equal variances assumed	25,233	,000	-4,324	878	,000	-,193	,045	-,281	-,106
	Equal variances not assumed			-4,351	877,876	,000	-,193	,044	-,280	-,106
Conhecer a história de outros	Equal variances assumed	226,657	,000	-11,047	878	,000	-,431	,039	-,507	-,354

países	Equal variances not assumed			-11,298	789,978	,000	-,431	,038	-,505	-,356
Conhecer costumes diferentes	Equal variances assumed	474,742	,000	-10,293	878	,000	-,344	,033	-,410	-,279
	Equal variances not assumed			-10,650	663,364	,000	-,344	,032	-,408	-,281
Conhecer os monumentos do país	Equal variances assumed	19,782	,000	-2,383	878	,017	-,090	,038	-,164	-,016
	Equal variances not assumed			-2,402	876,292	,017	-,090	,037	-,163	-,016
Conhecer regiões diferentes	Equal variances assumed	114,283	,000	-6,255	878	,000	-,238	,038	-,313	-,163
	Equal variances not assumed			-6,347	851,000	,000	-,238	,038	-,312	-,165
Conhecimento prévio da língua	Equal variances assumed	1,845	,175	4,227	878	,000	,218	,052	,117	,319
	Equal variances not assumed			4,225	866,507	,000	,218	,052	,117	,319
Cosmopolitismo	Equal variances assumed	,652	,420	-2,703	878	,007	-,127	,047	-,220	-,035
	Equal variances not assumed			-2,715	877,707	,007	-,127	,047	-,219	-,035
Diversidade de nacionalidades	Equal variances assumed	80,458	,000	-5,711	878	,000	-,222	,039	-,299	-,146
	Equal variances not assumed			-5,782	862,637	,000	-,222	,038	-,298	-,147
Estilo de vida	Equal variances assumed	79,889	,000	-5,136	878	,000	-,199	,039	-,275	-,123
	Equal variances not assumed			-5,209	854,356	,000	-,199	,038	-,274	-,124
Experiência de viver noutro país	Equal variances assumed	179,892	,000	-6,388	878	,000	-,181	,028	-,236	-,125
	Equal variances not assumed			-6,594	691,359	,000	-,181	,027	-,235	-,127
Experiência e motivação individuais	Equal variances assumed	342,953	,000	-8,646	878	,000	-,270	,031	-,331	-,209
	Equal variances not assumed			-8,934	678,512	,000	-,270	,030	-,329	-,210
Facilidade de circulação no espaço europeu	Equal variances assumed	169,072	,000	-8,608	878	,000	-,342	,040	-,420	-,264
	Equal variances not assumed			-8,768	824,557	,000	-,342	,039	-,418	-,265
Fazer face às consequências da crise económica	Equal variances assumed	,068	,794	-9,305	878	,000	-,454	,049	-,550	-,358
	Equal variances not assumed			-9,298	865,712	,000	-,454	,049	-,550	-,358
Hospitalidade	Equal variances assumed	,898	,343	-4,132	878	,000	-,192	,047	-,283	-,101
	Equal variances not assumed			-4,154	877,967	,000	-,192	,046	-,283	-,101
Integração social e cultural	Equal variances assumed	65,847	,000	-5,432	878	,000	-,212	,039	-,288	-,135
	Equal variances not assumed			-5,492	868,505	,000	-,212	,039	-,287	-,136
Ir para um país atractivo	Equal variances assumed	39,152	,000	-3,944	878	,000	-,159	,040	-,238	-,080
	Equal variances not assumed			-3,984	871,043	,000	-,159	,040	-,237	-,080
Melhoria dos conhecimentos técnicos	Equal variances assumed	27,819	,000	-10,496	878	,000	-,461	,044	-,547	-,375
	Equal variances not assumed			-10,625	863,111	,000	-,461	,043	-,546	-,376
Língua/conhecimento de línguas estrangeiras	Equal variances assumed	73,817	,000	-4,582	878	,000	-,178	,039	-,254	-,101
	Equal variances not assumed			-4,650	850,199	,000	-,178	,038	-,252	-,103
Nível de preços	Equal variances assumed	,387	,534	-3,276	878	,001	-,139	,042	-,222	-,056
	Equal variances not assumed			-3,284	875,201	,001	-,139	,042	-,222	-,056
Presença de comunidade do país de origem	Equal variances assumed	,047	,828	-4,17	878	,677	-,021	,051	-,122	,079
	Equal variances not assumed			-4,17	865,686	,677	-,021	,051	-,122	,079
Promover a expressão cultural e criativa	Equal variances assumed	,052	,820	-4,538	878	,000	-,210	,046	-,301	-,119
	Equal variances not assumed			-4,547	874,240	,000	-,210	,046	-,301	-,119
Sentimento de identidade e de pertença à europa	Equal variances assumed	1,734	,188	-5,141	878	,000	-,257	,050	-,355	-,159
	Equal variances not assumed			-5,174	877,724	,000	-,257	,050	-,355	-,160

T-TEST GROUPS=P2(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P20 P20.1 P20.2 P20.3 P20.4 P20.5 P20.6 P20.7 P20.8 P20.9 P20.10
 /CRITERIA=CI(.95).
 GET


```

FILE='C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav'.
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P28 P28.1 P28.2 P28.3 P28.4 P28.5 P28.6 P28.7 P28.8 P28.9 P28.10 P28.11 P28.12 P28.13 P28.14 P28.15
/CRITERIA=CI(.95).

```

T-Test

Notes		03-Jul-2013 23:18:34
Output Created		
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P28 P28.1 P28.2 P28.3 P28.4 P28.5 P28.6 P28.7 P28.8 P28.9 P28.10 P28.11 P28.12 P28.13 P28.14 P28.15 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,063
	Elapsed Time	00:00:00,078

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Circuito Cultural	Feminino	570	3,18	,688	,029
	Masculino	310	2,95	,764	,043
Circuito de artesanato	Feminino	570	2,34	,836	,035
	Masculino	310	2,17	,823	,047
Circuito étnico	Feminino	570	2,45	,833	,035
	Masculino	310	2,22	,856	,049
Circuito histórico	Feminino	570	3,03	,795	,033
	Masculino	310	2,81	,792	,045
Circuito literário	Feminino	570	2,26	,814	,034
	Masculino	310	2,10	,802	,046
Circuito recreativo	Feminino	570	2,85	,837	,035
	Masculino	310	2,77	,876	,050
Circuito religioso	Feminino	570	2,12	,936	,039
	Masculino	310	1,92	,867	,049
Circuito rural	Feminino	570	2,39	,871	,036
	Masculino	310	2,38	,830	,047
Circuito temático	Feminino	570	2,42	,858	,036
	Masculino	310	2,37	,896	,051
City Breaks	Feminino	570	2,70	,882	,037
	Masculino	310	2,56	,893	,051
Espectáculos diversos	Feminino	570	2,83	,826	,035
	Masculino	310	2,84	,792	,045
Parques Nacionais	Feminino	570	2,84	,860	,036
	Masculino	310	2,69	,832	,047
Prática de desporto	Feminino	570	2,61	,920	,039
	Masculino	310	2,82	,886	,050
Galeria de arte	Feminino	570	2,41	,810	,034
	Masculino	310	2,34	,819	,046
Património da Humanidade	Feminino	570	2,36	,770	,032
	Masculino	310	2,52	,766	,044
Sol e praia (frequência)	Feminino	570	2,11	,812	,034
	Masculino	310	1,98	,810	,046

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Circuito Cultural	Equal variances assumed	,113	,737

	Equal variances not assumed		
Circuito de artesanato	Equal variances assumed	2,444	,118
	Equal variances not assumed		
Circuito étnico	Equal variances assumed	,382	,537
	Equal variances not assumed		
Circuito histórico	Equal variances assumed	1,506	,220
	Equal variances not assumed		
Circuito literário	Equal variances assumed	2,746	,098
	Equal variances not assumed		
Circuito recreativo	Equal variances assumed	2,752	,097
	Equal variances not assumed		
Circuito religioso	Equal variances assumed	1,205	,273
	Equal variances not assumed		
Circuito rural	Equal variances assumed	,896	,344
	Equal variances not assumed		
Circuito temático	Equal variances assumed	1,207	,272
	Equal variances not assumed		
City Breaks	Equal variances assumed	,947	,331
	Equal variances not assumed		
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	1,491	,222
	Equal variances not assumed		
Parques Nacionais	Equal variances assumed	,049	,825
	Equal variances not assumed		
Prática de desporto	Equal variances assumed	3,530	,061
	Equal variances not assumed		
Galeria de arte	Equal variances assumed	,046	,830
	Equal variances not assumed		
Património da Humanidade	Equal variances assumed	,106	,745
	Equal variances not assumed		
Sol e praia (frequência)	Equal variances assumed	,398	,528
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Circuito Cultural	Equal variances assumed	4,468	878	,000	,226
	Equal variances not assumed	4,332	580,273	,000	,226
Circuito de artesanato	Equal variances assumed	2,912	878	,004	,171
	Equal variances not assumed	2,925	643,138	,004	,171
Circuito étnico	Equal variances assumed	3,953	878	,000	,235
	Equal variances not assumed	3,922	620,028	,000	,235
Circuito histórico	Equal variances assumed	3,898	878	,000	,218
	Equal variances not assumed	3,903	636,649	,000	,218
Circuito literário	Equal variances assumed	2,829	878	,005	,162
	Equal variances not assumed	2,842	642,739	,005	,162
Circuito recreativo	Equal variances assumed	1,297	878	,195	,078
	Equal variances not assumed	1,279	610,002	,201	,078
Circuito religioso	Equal variances assumed	3,083	878	,002	,198
	Equal variances not assumed	3,154	677,379	,002	,198
Circuito rural	Equal variances assumed	,146	878	,884	,009
	Equal variances not assumed	,148	660,811	,882	,009
Circuito temático	Equal variances assumed	,810	878	,418	,050
	Equal variances not assumed	,799	611,300	,424	,050
City Breaks	Equal variances assumed	2,112	878	,035	,132
	Equal variances not assumed	2,104	628,008	,036	,132
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	-,155	878	,877	-,009
	Equal variances not assumed	-,157	657,762	,876	-,009
Parques Nacionais	Equal variances assumed	2,417	878	,016	,145
	Equal variances not assumed	2,441	652,974	,015	,145
Prática de desporto	Equal variances assumed	-3,262	878	,001	-,209
	Equal variances not assumed	-3,299	655,548	,001	-,209
Galeria de arte	Equal variances assumed	1,216	878	,224	,070
	Equal variances not assumed	1,212	628,847	,226	,070
Património da Humanidade	Equal variances assumed	-2,911	878	,004	-,158
	Equal variances not assumed	-2,916	637,445	,004	-,158
Sol e praia (frequência)	Equal variances assumed	2,385	878	,017	,137
	Equal variances not assumed	2,387	636,074	,017	,137

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Circuito Cultural	Equal variances assumed	,050	,126	,325
	Equal variances not assumed	,052	,123	,328
Circuito de artesanato	Equal variances assumed	,059	,056	,286

	Equal variances not assumed	,058	,056	,286
Circuito étnico	Equal variances assumed	,059	,118	,351
	Equal variances not assumed	,060	,117	,352
Circuito histórico	Equal variances assumed	,056	,108	,328
	Equal variances not assumed	,056	,109	,328
Circuito literário	Equal variances assumed	,057	,050	,274
	Equal variances not assumed	,057	,050	,273
Circuito recreativo	Equal variances assumed	,060	-,040	,196
	Equal variances not assumed	,061	-,042	,197
Circuito religioso	Equal variances assumed	,064	,072	,325
	Equal variances not assumed	,063	,075	,322
Circuito rural	Equal variances assumed	,060	-,110	,128
	Equal variances not assumed	,060	-,108	,126
Circuito temático	Equal variances assumed	,061	-,071	,170
	Equal variances not assumed	,062	-,073	,172
City Breaks	Equal variances assumed	,063	,009	,255
	Equal variances not assumed	,063	,009	,255
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	,057	-,122	,104
	Equal variances not assumed	,057	-,120	,103
Parques Nacionais	Equal variances assumed	,060	,027	,263
	Equal variances not assumed	,059	,028	,262
Prática de desporto	Equal variances assumed	,064	-,335	-,083
	Equal variances not assumed	,063	-,334	-,085
Galeria de arte	Equal variances assumed	,057	-,043	,182
	Equal variances not assumed	,058	-,043	,183
Património da Humanidade	Equal variances assumed	,054	-,264	-,051
	Equal variances not assumed	,054	-,264	-,052
Sol e praia (frequência)	Equal variances assumed	,057	,024	,249
	Equal variances not assumed	,057	,024	,249

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P28 P28.1 P28.2 P28.3 P28.4 P28.5 P28.6 P28.7 P28.8 P28.9 P28.10 P28.11 P28.12 P28.13 P28.14 P28.15
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:19:07
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P28 P28.1 P28.2 P28.3 P28.4 P28.5 P28.6 P28.7 P28.8 P28.9 P28.10 P28.11 P28.12 P28.13 P28.14 P28.15 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,078
	Elapsed Time	00:00:00,266

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Circuito Cultural	Incoming	463	3,08	,677	,031
	Outgoing	417	3,12	,771	,038
Circuito de artesanato	Incoming	463	2,43	,837	,039
	Outgoing	417	2,11	,802	,039
Circuito étnico	Incoming	463	2,48	,839	,039
	Outgoing	417	2,25	,844	,041
Circuito histórico	Incoming	463	2,84	,805	,037
	Outgoing	417	3,08	,776	,038
Circuito literário	Incoming	463	2,29	,817	,038
	Outgoing	417	2,11	,799	,039
Circuito recreativo	Incoming	463	2,89	,840	,039

	Outgoing	417	2,73	,857	,042
Circuito religioso	Incoming	463	2,05	,921	,043
	Outgoing	417	2,05	,913	,045
Circuito rural	Incoming	463	2,49	,834	,039
	Outgoing	417	2,28	,868	,042
Circuito temático	Incoming	463	2,36	,859	,040
	Outgoing	417	2,44	,884	,043
City Breaks	Incoming	463	2,84	,850	,040
	Outgoing	417	2,44	,881	,043
Espectáculos diversos	Incoming	463	2,72	,808	,038
	Outgoing	417	2,96	,803	,039
Parques Nacionais	Incoming	463	2,73	,842	,039
	Outgoing	417	2,85	,862	,042
Prática de desporto	Incoming	463	2,82	,903	,042
	Outgoing	417	2,53	,901	,044
Galeria de arte	Incoming	463	2,21	,670	,031
	Outgoing	417	2,58	,909	,045
Património da Humanidade	Incoming	463	2,32	,618	,029
	Outgoing	417	2,53	,901	,044
Sol e praia (frequência)	Incoming	463	2,33	,589	,027
	Outgoing	417	1,77	,922	,045

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Circuito Cultural	Equal variances assumed	16,613	,000
	Equal variances not assumed		
Circuito de artesanato	Equal variances assumed	12,519	,000
	Equal variances not assumed		
Circuito étnico	Equal variances assumed	1,536	,216
	Equal variances not assumed		
Circuito histórico	Equal variances assumed	1,750	,186
	Equal variances not assumed		
Circuito literário	Equal variances assumed	4,367	,037
	Equal variances not assumed		
Circuito recreativo	Equal variances assumed	4,210	,040
	Equal variances not assumed		
Circuito religioso	Equal variances assumed	,803	,370
	Equal variances not assumed		
Circuito rural	Equal variances assumed	,042	,837
	Equal variances not assumed		
Circuito temático	Equal variances assumed	1,250	,264
	Equal variances not assumed		
City Breaks	Equal variances assumed	10,505	,001
	Equal variances not assumed		
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	7,966	,005
	Equal variances not assumed		
Parques Nacionais	Equal variances assumed	,115	,734
	Equal variances not assumed		
Prática de desporto	Equal variances assumed	1,546	,214
	Equal variances not assumed		
Galeria de arte	Equal variances assumed	72,015	,000
	Equal variances not assumed		
Património da Humanidade	Equal variances assumed	87,517	,000
	Equal variances not assumed		
Sol e praia (frequência)	Equal variances assumed	74,166	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Circuito Cultural	Equal variances assumed	-,770	878	,442	-,038
	Equal variances not assumed	-,765	833,049	,445	-,038
Circuito de artesanato	Equal variances assumed	5,686	878	,000	,315
	Equal variances not assumed	5,698	874,546	,000	,315
Circuito étnico	Equal variances assumed	3,975	878	,000	,226
	Equal variances not assumed	3,973	867,522	,000	,226
Circuito histórico	Equal variances assumed	-4,553	878	,000	-,243
	Equal variances not assumed	-4,562	874,000	,000	-,243
Circuito literário	Equal variances assumed	3,317	878	,001	,181
	Equal variances not assumed	3,321	871,948	,001	,181
Circuito recreativo	Equal variances assumed	2,801	878	,005	,160
	Equal variances not assumed	2,798	864,507	,005	,160

Circuito religioso	Equal variances assumed	-.050	878	,960	-.003
	Equal variances not assumed	-.050	869,943	,960	-.003
Circuito rural	Equal variances assumed	3,661	878	,000	,210
	Equal variances not assumed	3,653	860,186	,000	,210
Circuito temático	Equal variances assumed	-1,411	878	,159	-.083
	Equal variances not assumed	-1,409	862,657	,159	-.083
City Breaks	Equal variances assumed	6,873	878	,000	,401
	Equal variances not assumed	6,860	861,207	,000	,401
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	-4,413	878	,000	-.240
	Equal variances not assumed	-4,414	869,489	,000	-.240
Parques Nacionais	Equal variances assumed	-2,111	878	,035	-.121
	Equal variances not assumed	-2,108	863,817	,035	-.121
Prática de desporto	Equal variances assumed	4,777	878	,000	,291
	Equal variances not assumed	4,778	868,806	,000	,291
Galeria de arte	Equal variances assumed	-6,922	878	,000	-.370
	Equal variances not assumed	-6,816	759,096	,000	-.370
Património da Humanidade	Equal variances assumed	-4,066	878	,000	-.210
	Equal variances not assumed	-3,990	725,568	,000	-.210
Sol e praia (frequência)	Equal variances assumed	10,810	878	,000	,558
	Equal variances not assumed	10,575	694,031	,000	,558

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Circuito Cultural	Equal variances assumed	,049	-,133	,058
	Equal variances not assumed	,049	-,134	,059
Circuito de artesanato	Equal variances assumed	,055	,206	,424
	Equal variances not assumed	,055	,206	,423
Circuito étnico	Equal variances assumed	,057	,114	,337
	Equal variances not assumed	,057	,114	,337
Circuito histórico	Equal variances assumed	,053	-,348	-,138
	Equal variances not assumed	,053	-,348	-,139
Circuito literário	Equal variances assumed	,055	,074	,288
	Equal variances not assumed	,055	,074	,288
Circuito recreativo	Equal variances assumed	,057	,048	,273
	Equal variances not assumed	,057	,048	,273
Circuito religioso	Equal variances assumed	,062	-,125	,118
	Equal variances not assumed	,062	-,125	,118
Circuito rural	Equal variances assumed	,057	,098	,323
	Equal variances not assumed	,058	,097	,323
Circuito temático	Equal variances assumed	,059	-,198	,032
	Equal variances not assumed	,059	-,199	,033
City Breaks	Equal variances assumed	,058	,287	,516
	Equal variances not assumed	,059	,287	,516
Espectáculos diversos	Equal variances assumed	,054	-,347	-,133
	Equal variances not assumed	,054	-,347	-,133
Parques Nacionais	Equal variances assumed	,057	-,234	-,009
	Equal variances not assumed	,058	-,234	-,008
Prática de desporto	Equal variances assumed	,061	,171	,411
	Equal variances not assumed	,061	,171	,411
Galeria de arte	Equal variances assumed	,054	-,475	-,265
	Equal variances not assumed	,054	-,477	-,264
Património da Humanidade	Equal variances assumed	,052	-,311	-,109
	Equal variances not assumed	,053	-,313	-,107
Sol e praia (frequência)	Equal variances assumed	,052	,457	,660
	Equal variances not assumed	,053	,455	,662

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P30 P30.1 P30.2 P30.3 P30.4 P30.5 P30.6 P30.7 P30.8 P30.9
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:20:09
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.

Syntax	T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P30 P30.1 P30.2 P30.3 P30.4 P30.5 P30.6 P30.7 P30.8 P30.9 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00,078
	Elapsed Time	00:00:00,078

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Autocarro	Feminino	570	1,82	,966	,040
	Masculino	310	1,90	,967	,055
Avião	Feminino	570	2,45	,829	,035
	Masculino	310	2,49	,783	,044
Barco	Feminino	570	2,20	,432	,018
	Masculino	310	2,26	,477	,027
Bicicleta	Feminino	570	2,07	,531	,022
	Masculino	310	2,02	,623	,035
Carro	Feminino	570	2,30	,682	,029
	Masculino	310	2,38	,680	,039
Comboio	Feminino	570	2,06	,885	,037
	Masculino	310	2,05	,896	,051
Eléctrico	Feminino	570	2,05	,603	,025
	Masculino	310	2,06	,680	,039
Metro	Feminino	570	1,99	,857	,036
	Masculino	310	2,00	,826	,047
Moto	Feminino	570	2,06	,362	,015
	Masculino	310	2,10	,405	,023
Taxi	Feminino	570	2,48	,707	,030
	Masculino	310	2,47	,681	,039

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Autocarro	Equal variances assumed	,002	,963
	Equal variances not assumed		
Avião	Equal variances assumed	3,693	,055
	Equal variances not assumed		
Barco	Equal variances assumed	14,881	,000
	Equal variances not assumed		
Bicicleta	Equal variances assumed	4,892	,027
	Equal variances not assumed		
Carro	Equal variances assumed	,389	,533
	Equal variances not assumed		
Comboio	Equal variances assumed	,302	,583
	Equal variances not assumed		
Eléctrico	Equal variances assumed	10,070	,002
	Equal variances not assumed		
Metro	Equal variances assumed	2,852	,092
	Equal variances not assumed		
Moto	Equal variances assumed	7,805	,005
	Equal variances not assumed		
Taxi	Equal variances assumed	,705	,401
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Autocarro	Equal variances assumed	-1,162	878	,246	-,079
	Equal variances not assumed	-1,162	634,272	,246	-,079
Avião	Equal variances assumed	-,657	878	,512	-,038
	Equal variances not assumed	-,668	666,239	,504	-,038
Barco	Equal variances assumed	-1,927	878	,054	-,061
	Equal variances not assumed	-1,872	583,612	,062	-,061
Bicicleta	Equal variances assumed	1,231	878	,219	,049
	Equal variances not assumed	1,174	554,348	,241	,049
Carro	Equal variances assumed	-1,749	878	,081	-,084
	Equal variances not assumed	-1,751	636,028	,080	-,084
Comboio	Equal variances assumed	,235	878	,814	,015
	Equal variances not assumed	,235	627,721	,815	,015

Eléctrico	Equal variances assumed	-.425	878	,671	-.019
	Equal variances not assumed	-.410	573,105	,682	-.019
Metro	Equal variances assumed	-.063	878	,949	-.004
	Equal variances not assumed	-.064	654,649	,949	-.004
Moto	Equal variances assumed	-1,437	878	,151	-.038
	Equal variances not assumed	-1,390	576,780	,165	-.038
Taxi	Equal variances assumed	,091	878	,928	,004
	Equal variances not assumed	,092	655,050	,927	,004

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Autocarro	Equal variances assumed	,068	-.213	,055
	Equal variances not assumed	,068	-.213	,055
Avião	Equal variances assumed	,057	-.150	,075
	Equal variances not assumed	,056	-.148	,073
Barco	Equal variances assumed	,032	-.123	,001
	Equal variances not assumed	,033	-.125	,003
Bicicleta	Equal variances assumed	,040	-.029	,127
	Equal variances not assumed	,042	-.033	,131
Carro	Equal variances assumed	,048	-.179	,010
	Equal variances not assumed	,048	-.179	,010
Comboio	Equal variances assumed	,063	-.108	,138
	Equal variances not assumed	,063	-.109	,138
Eléctrico	Equal variances assumed	,045	-.106	,068
	Equal variances not assumed	,046	-.109	,072
Metro	Equal variances assumed	,060	-.121	,113
	Equal variances not assumed	,059	-.120	,112
Moto	Equal variances assumed	,027	-.091	,014
	Equal variances not assumed	,028	-.092	,016
Taxi	Equal variances assumed	,049	-.092	,101
	Equal variances not assumed	,049	-.091	,100

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P30 P30.1 P30.2 P30.3 P30.4 P30.5 P30.6 P30.7 P30.8 P30.9
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:20:33
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P30 P30.1 P30.2 P30.3 P30.4 P30.5 P30.6 P30.7 P30.8 P30.9 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,281

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Autocarro	Incoming	463	1,87	,968	,045
	Outgoing	417	1,81	,965	,047
Avião	Incoming	463	2,41	,845	,039
	Outgoing	417	2,53	,772	,038
Barco	Incoming	463	2,25	,474	,022
	Outgoing	417	2,19	,418	,020
Bicicleta	Incoming	463	2,12	,495	,023
	Outgoing	417	1,97	,625	,031
Carro	Incoming	463	2,33	,760	,035

	Outgoing	417	2,32	,585	,029
Comboio	Incoming	463	2,07	,865	,040
	Outgoing	417	2,05	,915	,045
Eléctrico	Incoming	463	2,16	,549	,026
	Outgoing	417	1,94	,692	,034
Metro	Incoming	463	2,07	,867	,040
	Outgoing	417	1,91	,814	,040
Moto	Incoming	463	2,13	,494	,023
	Outgoing	417	2,03	,160	,008
Taxi	Incoming	463	2,52	,711	,033
	Outgoing	417	2,42	,679	,033

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Autocarro	Equal variances assumed	,110	,740
	Equal variances not assumed		
Avião	Equal variances assumed	15,161	,000
	Equal variances not assumed		
Barco	Equal variances assumed	21,916	,000
	Equal variances not assumed		
Bicicleta	Equal variances assumed	6,444	,011
	Equal variances not assumed		
Carro	Equal variances assumed	60,476	,000
	Equal variances not assumed		
Comboio	Equal variances assumed	9,233	,002
	Equal variances not assumed		
Eléctrico	Equal variances assumed	13,593	,000
	Equal variances not assumed		
Metro	Equal variances assumed	7,645	,006
	Equal variances not assumed		
Moto	Equal variances assumed	223,456	,000
	Equal variances not assumed		
Taxi	Equal variances assumed	,185	,668
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Autocarro	Equal variances assumed	,947	878	,344	,062
	Equal variances not assumed	,947	868,971	,344	,062
Avião	Equal variances assumed	-2,140	878	,033	-,117
	Equal variances not assumed	-2,150	877,824	,032	-,117
Barco	Equal variances assumed	2,081	878	,038	,063
	Equal variances not assumed	2,095	877,585	,036	,063
Bicicleta	Equal variances assumed	3,893	878	,000	,147
	Equal variances not assumed	3,846	791,143	,000	,147
Carro	Equal variances assumed	,297	878	,767	,014
	Equal variances not assumed	,300	857,829	,764	,014
Comboio	Equal variances assumed	,392	878	,695	,024
	Equal variances not assumed	,391	855,995	,696	,024
Eléctrico	Equal variances assumed	5,304	878	,000	,222
	Equal variances not assumed	5,241	792,450	,000	,222
Metro	Equal variances assumed	2,936	878	,003	,167
	Equal variances not assumed	2,946	876,537	,003	,167
Moto	Equal variances assumed	3,906	878	,000	,099
	Equal variances not assumed	4,076	567,926	,000	,099
Taxi	Equal variances assumed	1,998	878	,046	,094
	Equal variances not assumed	2,003	874,970	,046	,094

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
	Lower		Upper	
Autocarro	Equal variances assumed	,065	-,066	,190
	Equal variances not assumed	,065	-,066	,190
Avião	Equal variances assumed	,055	-,225	-,010
	Equal variances not assumed	,055	-,224	-,010
Barco	Equal variances assumed	,030	,004	,122
	Equal variances not assumed	,030	,004	,122
Bicicleta	Equal variances assumed	,038	,073	,222
	Equal variances not assumed	,038	,072	,223
Carro	Equal variances assumed	,046	-,077	,104
	Equal variances not assumed	,045	-,076	,103
Comboio	Equal variances assumed	,060	-,094	,141

	Equal variances not assumed	,060	-,095	,142
Eléctrico	Equal variances assumed	,042	,140	,305
	Equal variances not assumed	,042	,139	,306
Metro	Equal variances assumed	,057	,055	,279
	Equal variances not assumed	,057	,056	,278
Moto	Equal variances assumed	,025	,049	,149
	Equal variances not assumed	,024	,051	,147
Taxi	Equal variances assumed	,047	,002	,186
	Equal variances not assumed	,047	,002	,186

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P31 P31.1 P31.2 P31.3 P31.4 P31.5 P31.6
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:21:39
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhad os\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P31 P31.1 P31.2 P31.3 P31.4 P31.5 P31.6 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,047

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hotel	Feminino	570	2,26	,467	,020
	Masculino	310	2,26	,470	,027
Albergue Juvenil	Feminino	570	2,34	,647	,027
	Masculino	310	2,34	,658	,037
Casa de famílias nos locais visitados	Feminino	570	2,15	,546	,023
	Masculino	310	2,19	,487	,028
Residência estudantil	Feminino	570	1,82	,664	,028
	Masculino	310	1,80	,729	,041
Parque campismo	Feminino	570	2,07	,322	,013
	Masculino	310	2,11	,355	,020
Residencia	Feminino	570	1,82	,622	,026
	Masculino	310	1,87	,705	,040
Outro	Feminino	570	1,96	,619	,026
	Masculino	310	2,03	,593	,034

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Hotel	Equal variances assumed	,053	,818
	Equal variances not assumed		
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	,212	,645
	Equal variances not assumed		
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	1,374	,241
	Equal variances not assumed		
Residência estudantil	Equal variances assumed	8,961	,003
	Equal variances not assumed		

Parque campismo	Equal variances assumed	7,818	,005
	Equal variances not assumed		
Residencia	Equal variances assumed	6,300	,012
	Equal variances not assumed		
Outro	Equal variances assumed	1,329	,249
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Hotel	Equal variances assumed	-,094	878	,925
	Equal variances not assumed	-,094	630,810	,925
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	-,035	878	,972
	Equal variances not assumed	-,034	625,299	,973
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	-,929	878	,353
	Equal variances not assumed	-,961	699,276	,337
Residência estudantil	Equal variances assumed	,536	878	,592
	Equal variances not assumed	,522	586,224	,602
Parque campismo	Equal variances assumed	-1,664	878	,097
	Equal variances not assumed	-1,616	582,849	,107
Residencia	Equal variances assumed	-,937	878	,349
	Equal variances not assumed	-,904	570,830	,367
Outro	Equal variances assumed	-1,611	878	,107
	Equal variances not assumed	-1,632	658,076	,103

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Hotel	Equal variances assumed	-,003	,033
	Equal variances not assumed	-,003	,033
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	-,002	,046
	Equal variances not assumed	-,002	,046
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	-,034	,037
	Equal variances not assumed	-,034	,036
Residência estudantil	Equal variances assumed	,026	,049
	Equal variances not assumed	,026	,050
Parque campismo	Equal variances assumed	-,039	,024
	Equal variances not assumed	-,039	,024
Residencia	Equal variances assumed	-,043	,046
	Equal variances not assumed	-,043	,048
Outro	Equal variances assumed	-,069	,043
	Equal variances not assumed	-,069	,043

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Hotel	Equal variances assumed	-,068	,062
	Equal variances not assumed	-,068	,062
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	-,092	,089
	Equal variances not assumed	-,092	,089
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	-,107	,038
	Equal variances not assumed	-,105	,036
Residência estudantil	Equal variances assumed	-,069	,121
	Equal variances not assumed	-,072	,124
Parque campismo	Equal variances assumed	-,085	,007
	Equal variances not assumed	-,087	,008
Residencia	Equal variances assumed	-,134	,047
	Equal variances not assumed	-,137	,051
Outro	Equal variances assumed	-,154	,015
	Equal variances not assumed	-,153	,014

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P31 P31.1 P31.2 P31.3 P31.4 P31.5 P31.6
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:21:54
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhad os\Base_clusters.sav

Active Dataset	DataSet1	
Filter	<none>	
Weight	<none>	
Split File	<none>	
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
Cases Used		Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P31 P31.1 P31.2 P31.3 P31.4 P31.5 P31.6 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,312

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hotel	Incoming	463	2,28	,483	,022
	Outgoing	417	2,24	,449	,022
Albergue Juvenil	Incoming	463	2,41	,697	,032
	Outgoing	417	2,26	,585	,029
Casa de famílias nos locais visitados	Incoming	463	2,20	,576	,027
	Outgoing	417	2,13	,463	,023
Residência estudantil	Incoming	463	1,92	,718	,033
	Outgoing	417	1,69	,630	,031
Parque campismo	Incoming	463	2,12	,407	,019
	Outgoing	417	2,05	,224	,011
Residencia	Incoming	463	1,92	,660	,031
	Outgoing	417	1,75	,633	,031
Outro	Incoming	463	2,00	,635	,029
	Outgoing	417	1,97	,583	,029

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Hotel	Equal variances assumed	9,467	,002
	Equal variances not assumed		
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	40,109	,000
	Equal variances not assumed		
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	36,562	,000
	Equal variances not assumed		
Residência estudantil	Equal variances assumed	,006	,936
	Equal variances not assumed		
Parque campismo	Equal variances assumed	83,322	,000
	Equal variances not assumed		
Residencia	Equal variances assumed	4,328	,038
	Equal variances not assumed		
Outro	Equal variances assumed	1,569	,211
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Hotel	Equal variances assumed	1,366	878	,172
	Equal variances not assumed	1,371	877,104	,171
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	3,464	878	,001
	Equal variances not assumed	3,495	873,848	,000
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	1,891	878	,059
	Equal variances not assumed	1,913	866,985	,056
Residência estudantil	Equal variances assumed	5,108	878	,000
	Equal variances not assumed	5,143	877,391	,000
Parque campismo	Equal variances assumed	2,938	878	,003
	Equal variances not assumed	3,022	732,782	,003
Residencia	Equal variances assumed	3,983	878	,000
	Equal variances not assumed	3,992	874,554	,000
Outro	Equal variances assumed	,814	878	,416
	Equal variances not assumed	,818	877,629	,414

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Hotel	Equal variances assumed	,043	,032
	Equal variances not assumed	,043	,031
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	,151	,044
	Equal variances not assumed	,151	,043
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	,067	,035
	Equal variances not assumed	,067	,035
Residência estudantil	Equal variances assumed	,234	,046
	Equal variances not assumed	,234	,045
Parque campismo	Equal variances assumed	,066	,022
	Equal variances not assumed	,066	,022
Residencia	Equal variances assumed	,174	,044
	Equal variances not assumed	,174	,044
Outro	Equal variances assumed	,034	,041
	Equal variances not assumed	,034	,041

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Hotel	Equal variances assumed	-,019	,105
	Equal variances not assumed	-,019	,105
Albergue Juvenil	Equal variances assumed	,066	,237
	Equal variances not assumed	,066	,236
Casa de famílias nos locais visitados	Equal variances assumed	-,003	,137
	Equal variances not assumed	-,002	,136
Residência estudantil	Equal variances assumed	,144	,324
	Equal variances not assumed	,145	,323
Parque campismo	Equal variances assumed	,022	,110
	Equal variances not assumed	,023	,109
Residencia	Equal variances assumed	,088	,260
	Equal variances not assumed	,088	,260
Outro	Equal variances assumed	-,047	,115
	Equal variances not assumed	-,047	,114

T-TEST GROUPS=P2(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P32 P32.1 P32.2 P32.3 P32.4 P32.5
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:22:29
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P32 P32.1 P32.2 P32.3 P32.4 P32.5 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,016
	Elapsed Time	00:00:00,313

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Capital do país de acolhimento	Feminino	570	2,85	1,078	,045
	Masculino	310	2,82	1,064	,060
Cidade de acolhimento	Feminino	570	3,81	,486	,020

	Masculino	310	3,75	,542	,031
Cidades distantes	Feminino	570	2,63	,868	,036
	Masculino	310	2,64	,807	,046
Cidades vizinhas	Feminino	570	2,99	,794	,033
	Masculino	310	2,87	,817	,046
Vilas ou aldeias distantes	Feminino	570	2,31	,946	,040
	Masculino	310	2,25	,899	,051
Vilas ou aldeias vizinhas	Feminino	570	2,66	,942	,039
	Masculino	310	2,49	,891	,051

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	,214	,644
	Equal variances not assumed		
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	11,602	,001
	Equal variances not assumed		
Cidades distantes	Equal variances assumed	2,738	,098
	Equal variances not assumed		
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	5,407	,020
	Equal variances not assumed		
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	2,430	,119
	Equal variances not assumed		
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	,377	,539
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	,463	878	,644
	Equal variances not assumed	,464	641,522	,643
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	1,927	878	,054
	Equal variances not assumed	1,866	577,828	,063
Cidades distantes	Equal variances assumed	-,144	878	,886
	Equal variances not assumed	-,147	674,795	,883
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	2,129	878	,034
	Equal variances not assumed	2,112	619,651	,035
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	,867	878	,386
	Equal variances not assumed	,880	662,377	,379
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	2,599	878	,010
	Equal variances not assumed	2,642	665,376	,008

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	,035	,076
	Equal variances not assumed	,035	,075
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	,069	,036
	Equal variances not assumed	,069	,037
Cidades distantes	Equal variances assumed	-,009	,060
	Equal variances not assumed	-,009	,058
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	,121	,057
	Equal variances not assumed	,121	,057
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	,057	,066
	Equal variances not assumed	,057	,065
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	,170	,065
	Equal variances not assumed	,170	,064

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	-,114	,184
	Equal variances not assumed	-,113	,183
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	-,001	,139
	Equal variances not assumed	-,004	,141
Cidades distantes	Equal variances assumed	-,126	,109
	Equal variances not assumed	-,123	,106
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	,009	,232
	Equal variances not assumed	,008	,233
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	-,072	,186
	Equal variances not assumed	-,070	,184
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	,042	,298
	Equal variances not assumed	,044	,296

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P32 P32.1 P32.2 P32.3 P32.4 P32.5
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:22:43
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P32 P32.1 P32.2 P32.3 P32.4 P32.5 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,031
	Elapsed Time	00:00:00,031

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Capital do país de acolhimento	Incoming	463	2,90	,999	,046
	Outgoing	417	2,78	1,147	,056
Cidade de acolhimento	Incoming	463	3,72	,565	,026
	Outgoing	417	3,87	,421	,021
Cidades distantes	Incoming	463	2,73	,821	,038
	Outgoing	417	2,53	,863	,042
Cidades vizinhas	Incoming	463	3,07	,764	,036
	Outgoing	417	2,82	,828	,041
Vilas ou aldeias distantes	Incoming	463	2,55	,888	,041
	Outgoing	417	1,99	,887	,043
Vilas ou aldeias vizinhas	Incoming	463	2,79	,839	,039
	Outgoing	417	2,39	,975	,048

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	25,636	,000
	Equal variances not assumed		
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	65,378	,000
	Equal variances not assumed		
Cidades distantes	Equal variances assumed	5,978	,015
	Equal variances not assumed		
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	4,837	,028
	Equal variances not assumed		
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	3,435	,064
	Equal variances not assumed		
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	32,240	,000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	1,583	878	,114
	Equal variances not assumed	1,572	829,863	,116
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	-4,393	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,459	848,916	,000
Cidades distantes	Equal variances assumed	3,481	878	,001

	Equal variances not assumed	3,472	857,481	,001
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	4,595	878	,000
	Equal variances not assumed	4,576	849,297	,000
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	9,275	878	,000
	Equal variances not assumed	9,277	868,833	,000
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	6,603	878	,000
	Equal variances not assumed	6,552	825,608	,000

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	,115	,072
	Equal variances not assumed	,115	,073
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	-,149	,034
	Equal variances not assumed	-,149	,033
Cidades distantes	Equal variances assumed	,198	,057
	Equal variances not assumed	,198	,057
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	,247	,054
	Equal variances not assumed	,247	,054
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	,556	,060
	Equal variances not assumed	,556	,060
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	,404	,061
	Equal variances not assumed	,404	,062

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Capital do país de acolhimento	Equal variances assumed	-,027	,257
	Equal variances not assumed	-,028	,258
Cidade de acolhimento	Equal variances assumed	-,215	-,082
	Equal variances not assumed	-,214	-,083
Cidades distantes	Equal variances assumed	,086	,309
	Equal variances not assumed	,086	,309
Cidades vizinhas	Equal variances assumed	,141	,352
	Equal variances not assumed	,141	,352
Vilas ou aldeias distantes	Equal variances assumed	,438	,673
	Equal variances not assumed	,438	,673
Vilas ou aldeias vizinhas	Equal variances assumed	,284	,524
	Equal variances not assumed	,283	,525

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P33 P33.1 P33.2 P33.3 P33.4 P33.5 P33.6 P33.7
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:23:18
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P33 P33.1 P33.2 P33.3 P33.4 P33.5 P33.6 P33.7 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,312

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
----------	---	------	----------------	-----------------

Espectáculos de dança	Feminino	570	2,28	1,033	,043
	Masculino	310	2,14	1,053	,060
Espectáculos de música	Feminino	570	2,89	,901	,038
	Masculino	310	2,80	,958	,054
Espectáculos transdisciplinar	Feminino	570	2,08	,910	,038
	Masculino	310	2,13	,959	,054
Espectáculos de teatro	Feminino	570	1,87	,919	,039
	Masculino	310	1,80	,912	,052
Participar em conferências	Feminino	570	2,03	,921	,039
	Masculino	310	2,00	,930	,053
Visita a locais históricos	Feminino	570	3,49	,669	,028
	Masculino	310	3,31	,733	,042
Visitas a monumentos	Feminino	570	3,50	,677	,028
	Masculino	310	3,27	,778	,044
Visitas culturais	Feminino	570	3,53	,658	,028
	Masculino	310	3,18	,828	,047

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	,249	,618
	Equal variances not assumed		
Espectáculos de música	Equal variances assumed	3,764	,053
	Equal variances not assumed		
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	1,369	,242
	Equal variances not assumed		
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	,098	,755
	Equal variances not assumed		
Participar em conferências	Equal variances assumed	,027	,871
	Equal variances not assumed		
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	1,247	,264
	Equal variances not assumed		
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	4,075	,044
	Equal variances not assumed		
Visitas culturais	Equal variances assumed	10,338	,001
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	1,979	878	,048
	Equal variances not assumed	1,968	624,447	,050
Espectáculos de música	Equal variances assumed	1,457	878	,145
	Equal variances not assumed	1,431	601,997	,153
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-,716	878	,474
	Equal variances not assumed	-,705	606,946	,481
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	1,089	878	,276
	Equal variances not assumed	1,092	638,947	,275
Participar em conferências	Equal variances assumed	,462	878	,644
	Equal variances not assumed	,460	629,415	,645
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	3,820	878	,000
	Equal variances not assumed	3,718	586,989	,000
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	4,475	878	,000
	Equal variances not assumed	4,294	563,444	,000
Visitas culturais	Equal variances assumed	6,817	878	,000
	Equal variances not assumed	6,374	523,842	,000

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	,145	,073
	Equal variances not assumed	,145	,074
Espectáculos de música	Equal variances assumed	,095	,065
	Equal variances not assumed	,095	,066
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-,047	,065
	Equal variances not assumed	-,047	,066
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	,070	,065
	Equal variances not assumed	,070	,065
Participar em conferências	Equal variances assumed	,030	,065
	Equal variances not assumed	,030	,065
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	,187	,049
	Equal variances not assumed	,187	,050
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	,226	,050
	Equal variances not assumed	,226	,053
Visitas culturais	Equal variances assumed	,347	,051

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	,145	,073
	Equal variances not assumed	,145	,074
Espectáculos de música	Equal variances assumed	,095	,065
	Equal variances not assumed	,095	,066
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-,047	,065
	Equal variances not assumed	-,047	,066
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	,070	,065
	Equal variances not assumed	,070	,065
Participar em conferências	Equal variances assumed	,030	,065
	Equal variances not assumed	,030	,065
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	,187	,049
	Equal variances not assumed	,187	,050
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	,226	,050
	Equal variances not assumed	,226	,053
Visitas culturais	Equal variances assumed	,347	,051
	Equal variances not assumed	,347	,055

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	,001	,289
	Equal variances not assumed	,000	,290
Espectáculos de música	Equal variances assumed	-,033	,222
	Equal variances not assumed	-,035	,225
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-,175	,082
	Equal variances not assumed	-,177	,084
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	-,057	,197
	Equal variances not assumed	-,056	,197
Participar em conferências	Equal variances assumed	-,098	,158
	Equal variances not assumed	-,098	,158
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	,091	,282
	Equal variances not assumed	,088	,285
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	,127	,324
	Equal variances not assumed	,122	,329
Visitas culturais	Equal variances assumed	,247	,447
	Equal variances not assumed	,240	,454

```
T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P33 P33.1 P33.2 P33.3 P33.4 P33.5 P33.6 P33.7
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:23:28
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	880
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P33 P33.1 P33.2 P33.3 P33.4 P33.5 P33.6 P33.7 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,047
	Elapsed Time	00:00:00,281

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
-------	---	------	----------------	-----------------

Espectáculos de dança	Incoming	463	2,44	1,113	,052
	Outgoing	417	1,99	,899	,044
Espectáculos de música	Incoming	463	3,00	,908	,042
	Outgoing	417	2,71	,914	,045
Espectáculos transdisciplinar	Incoming	463	2,00	,926	,043
	Outgoing	417	2,20	,920	,045
Espectáculos de teatro	Incoming	463	1,86	,940	,044
	Outgoing	417	1,84	,891	,044
Participar em conferências	Incoming	463	1,90	,876	,041
	Outgoing	417	2,16	,957	,047
Visita a locais históricos	Incoming	463	3,26	,745	,035
	Outgoing	417	3,62	,586	,029
Visitas a monumentos	Incoming	463	3,27	,773	,036
	Outgoing	417	3,59	,619	,030
Visitas culturais	Incoming	463	3,28	,764	,036
	Outgoing	417	3,54	,689	,034

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	66,242	,000
	Equal variances not assumed		
Espectáculos de música	Equal variances assumed	7,385	,007
	Equal variances not assumed		
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	4,450	,035
	Equal variances not assumed		
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	2,398	,122
	Equal variances not assumed		
Participar em conferências	Equal variances assumed	9,485	,002
	Equal variances not assumed		
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	16,762	,000
	Equal variances not assumed		
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	18,336	,000
	Equal variances not assumed		
Visitas culturais	Equal variances assumed	4,692	,031
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	6,619	878	,000
	Equal variances not assumed	6,692	867,881	,000
Espectáculos de música	Equal variances assumed	4,682	878	,000
	Equal variances not assumed	4,680	867,165	,000
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-3,087	878	,002
	Equal variances not assumed	-3,088	869,615	,002
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	,293	878	,770
	Equal variances not assumed	,293	875,743	,769
Participar em conferências	Equal variances assumed	-4,096	878	,000
	Equal variances not assumed	-4,077	846,723	,000
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	-7,894	878	,000
	Equal variances not assumed	-7,992	862,474	,000
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	-6,719	878	,000
	Equal variances not assumed	-6,796	866,147	,000
Visitas culturais	Equal variances assumed	-5,258	878	,000
	Equal variances not assumed	-5,287	877,999	,000

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	,455	,069
	Equal variances not assumed	,455	,068
Espectáculos de música	Equal variances assumed	,288	,062
	Equal variances not assumed	,288	,062
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-,192	,062
	Equal variances not assumed	-,192	,062
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	,018	,062
	Equal variances not assumed	,018	,062
Participar em conferências	Equal variances assumed	-,253	,062
	Equal variances not assumed	-,253	,062
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	-,359	,046
	Equal variances not assumed	-,359	,045
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	-,319	,048
	Equal variances not assumed	-,319	,047

Visitas culturais	Equal variances assumed	-,259	,049
	Equal variances not assumed	-,259	,049

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Espectáculos de dança	Equal variances assumed	,320	,589
	Equal variances not assumed	,321	,588
Espectáculos de música	Equal variances assumed	,167	,409
	Equal variances not assumed	,167	,409
Espectáculos transdisciplinar	Equal variances assumed	-,315	-,070
	Equal variances not assumed	-,315	-,070
Espectáculos de teatro	Equal variances assumed	-,103	,140
	Equal variances not assumed	-,103	,139
Participar em conferências	Equal variances assumed	-,374	-,132
	Equal variances not assumed	-,375	-,131
Visita a locais históricos	Equal variances assumed	-,449	-,270
	Equal variances not assumed	-,448	-,271
Visitas a monumentos	Equal variances assumed	-,413	-,226
	Equal variances not assumed	-,412	-,227
Visitas culturais	Equal variances assumed	-,356	-,162
	Equal variances not assumed	-,355	-,163

```
T-TEST GROUPS=P2(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=P34 P34.1 P34.2 P34.3 P34.4 P34.5 P34.6
/CRITERIA=CI(.95).
```

T-Test

Notes

Output Created		03-Jul-2013 23:23:52
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=P2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P34 P34.1 P34.2 P34.3 P34.4 P34.5 P34.6 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,062
	Elapsed Time	00:00:00,063

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhados\Base_clusters.sav

Group Statistics

	2 Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Fim de semana	Feminino	570	3,81	,445	,019
	Masculino	310	3,68	,579	,033
Férias	Feminino	570	3,15	1,075	,045
	Masculino	310	3,10	1,058	,060
Interrupções das actividades lectivas	Feminino	570	3,16	,982	,041
	Masculino	310	3,14	,899	,051
Após o período das aulas	Feminino	570	2,34	,989	,041
	Masculino	310	2,48	,923	,052
Durante o período das aulas	Feminino	570	2,78	1,035	,043
	Masculino	310	2,75	,958	,054
Durante o dia	Feminino	570	3,32	,806	,034
	Masculino	310	3,16	,853	,048
Durante a noite	Feminino	570	3,03	,894	,037
	Masculino	310	2,95	,891	,051

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Fim de semana	Equal variances assumed	43,965	,000
	Equal variances not assumed		
Férias	Equal variances assumed	,567	,452
	Equal variances not assumed		
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	4,780	,029
	Equal variances not assumed		
Após o período das aulas	Equal variances assumed	2,919	,088
	Equal variances not assumed		
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	3,327	,068
	Equal variances not assumed		
Durante o dia	Equal variances assumed	,204	,652
	Equal variances not assumed		
Durante a noite	Equal variances assumed	,376	,540
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Fim de semana	Equal variances assumed	3,698	878	,000
	Equal variances not assumed	3,426	510,677	,001
Férias	Equal variances assumed	,628	878	,530
	Equal variances not assumed	,631	643,293	,528
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	,289	878	,772
	Equal variances not assumed	,297	683,993	,767
Após o período das aulas	Equal variances assumed	-2,032	878	,042
	Equal variances not assumed	-2,073	672,613	,039
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	,290	878	,772
	Equal variances not assumed	,296	677,646	,767
Durante o dia	Equal variances assumed	2,636	878	,009
	Equal variances not assumed	2,593	604,708	,010
Durante a noite	Equal variances assumed	1,246	878	,213
	Equal variances not assumed	1,247	636,096	,213

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Fim de semana	Equal variances assumed	,130	,035
	Equal variances not assumed	,130	,038
Férias	Equal variances assumed	,047	,075
	Equal variances not assumed	,047	,075
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	,019	,067
	Equal variances not assumed	,019	,066
Após o período das aulas	Equal variances assumed	-,139	,068
	Equal variances not assumed	-,139	,067
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	,021	,071
	Equal variances not assumed	,021	,070
Durante o dia	Equal variances assumed	,153	,058
	Equal variances not assumed	,153	,059
Durante a noite	Equal variances assumed	,078	,063
	Equal variances not assumed	,078	,063

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Fim de semana	Equal variances assumed	,061	,198
	Equal variances not assumed	,055	,204
Férias	Equal variances assumed	-,101	,195
	Equal variances not assumed	-,100	,195
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	-,113	,152
	Equal variances not assumed	-,109	,148
Após o período das aulas	Equal variances assumed	-,272	-,005
	Equal variances not assumed	-,270	-,007
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	-,119	,160
	Equal variances not assumed	-,116	,157
Durante o dia	Equal variances assumed	,039	,267
	Equal variances not assumed	,037	,269
Durante a noite	Equal variances assumed	-,045	,202
	Equal variances not assumed	-,045	,202

T-TEST GROUPS=fonte(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=P34 P34.1 P34.2 P34.3 P34.4 P34.5 P34.6

T-Test**Notes**

Output Created		03-Jul-2013 23:24:04
Comments		
Input	Data	C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhos\Base_clusters.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	880
	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=fonte(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=P34 P34.1 P34.2 P34.3 P34.4 P34.5 P34.6 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,031
	Elapsed Time	00:00:00,313

[DataSet1] C:\Users\Bruno Nunes\Desktop\VMachado\Resultados\Trabalhos\Base_clusters.sav

Group Statistics

	Fonte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Fim de semana	Incoming	463	3,71	,537	,025
	Outgoing	417	3,82	,450	,022
Férias	Incoming	463	3,44	,837	,039
	Outgoing	417	2,79	1,188	,058
Interrupções das actividades lectivas	Incoming	463	3,17	,910	,042
	Outgoing	417	3,13	1,001	,049
Após o período das aulas	Incoming	463	2,37	,975	,045
	Outgoing	417	2,42	,960	,047
Durante o período das aulas	Incoming	463	2,58	1,047	,049
	Outgoing	417	2,98	,918	,045
Durante o dia	Incoming	463	3,04	,871	,040
	Outgoing	417	3,51	,694	,034
Durante a noite	Incoming	463	2,95	,927	,043
	Outgoing	417	3,07	,851	,042

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Fim de semana	Equal variances assumed	33,217	,000
	Equal variances not assumed		
Férias	Equal variances assumed	102,581	,000
	Equal variances not assumed		
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	2,451	,118
	Equal variances not assumed		
Após o período das aulas	Equal variances assumed	,073	,787
	Equal variances not assumed		
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	40,081	,000
	Equal variances not assumed		
Durante o dia	Equal variances assumed	2,528	,112
	Equal variances not assumed		
Durante a noite	Equal variances assumed	4,148	,042
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Fim de semana	Equal variances assumed	-3,190	878	,001
	Equal variances not assumed	-3,220	873,472	,001
Férias	Equal variances assumed	9,442	878	,000
	Equal variances not assumed	9,277	738,360	,000
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	,598	878	,550
	Equal variances not assumed	,595	844,446	,552

Após o período das aulas	Equal variances assumed	-,766	878	,444
	Equal variances not assumed	-,767	871,118	,443
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	-5,988	878	,000
	Equal variances not assumed	-6,030	877,373	,000
Durante o dia	Equal variances assumed	-8,788	878	,000
	Equal variances not assumed	-8,891	865,357	,000
Durante a noite	Equal variances assumed	-2,017	878	,044
	Equal variances not assumed	-2,026	877,681	,043

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Mean Difference	Std. Error Difference
Fim de semana	Equal variances assumed	-,107	,034
	Equal variances not assumed	-,107	,033
Férias	Equal variances assumed	,649	,069
	Equal variances not assumed	,649	,070
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	,038	,064
	Equal variances not assumed	,038	,065
Após o período das aulas	Equal variances assumed	-,050	,065
	Equal variances not assumed	-,050	,065
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	-,400	,067
	Equal variances not assumed	-,400	,066
Durante o dia	Equal variances assumed	-,470	,053
	Equal variances not assumed	-,470	,053
Durante a noite	Equal variances assumed	-,121	,060
	Equal variances not assumed	-,121	,060

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
Fim de semana	Equal variances assumed	-,173	-,041
	Equal variances not assumed	-,172	-,042
Férias	Equal variances assumed	,514	,784
	Equal variances not assumed	,512	,787
Interrupções das actividades lectivas	Equal variances assumed	-,088	,165
	Equal variances not assumed	-,089	,166
Após o período das aulas	Equal variances assumed	-,178	,078
	Equal variances not assumed	-,178	,078
Durante o período das aulas	Equal variances assumed	-,531	-,269
	Equal variances not assumed	-,530	-,270
Durante o dia	Equal variances assumed	-,575	-,365
	Equal variances not assumed	-,573	-,366
Durante a noite	Equal variances assumed	-,240	-,003
	Equal variances not assumed	-,239	-,004