



# Destinations, Places, People and Profiles of Tourism

ISSN: 2183-0800

[www.isce-turismo.com](http://www.isce-turismo.com)

Volume 9 | Número 1 | Setembro 2017  
Volume 9 | Number 1 | September 2017  
Volumen 9 | Número 1 | Septiembre 2017



Patrocinadores:



## EDITORIAL

Abranja, N. (2017). Editorial. *Tourism and Hospitality International Journal*, 9(1), 11.

Destinos, lugares, pessoas e perfis de turismo (*Destinations, Places, People and Profiles of Tourism*) foi o título atribuído a esta 16ª publicação do *Tourism and Hospitality International Journal*, por ser uma edição expressivamente rica em termos de diversidade de conteúdos de natureza turística.

Iniciamos com uma abordagem muito sólida à história da marca e ao seu processo evolutivo e adaptado à atividade turística, por via da necessidade de valorizar os lugares através das suas características únicas. Expõe-se o caso real da marca do destino turístico Madeira.

Analisamos em seguida, de forma muito consolidada, o impacto da metodologia de aprendizagem colaborativa sobre os estilos de aprendizagem de estudantes de graduação, a fim de otimizar o processo de ensino e aprendizagem mediante diferentes parâmetros de avaliação.

Seguidamente fazemos uma incursão pelo turismo cultural e a importância dos profissionais de informação turística como mediadores interculturais, defensores e promotores do património e das comunidades de acolhimento, bem como da imperativa necessidade de um desenho eficaz dos itinerários turísticos.

No mesmo contexto, analisamos o perfil dos visitantes dos centros de informação turísticos, com incidência no projeto Rota do Românico, numa análise

comparativa entre o turista nacional e o estrangeiro, e no levantamento das necessidades promocionais para potenciar a região e este produto em concreto.

Neste sentido, continuamos no estudo de casos reais com a investigação a incidir na aldeia do Colmeal, localizada na Região Centro, aludindo às dinâmicas de comunidades rurais, com organizações e vivências próprias, história, desenho de conjunto e recursos naturais aptos a potenciar no desenvolvimento do processo de revalorização do meio rural.

Aborda-se ainda nesta edição a quebra do contrato psicológico, baseado nas expectativas do consumidor, potencial promotor de comportamentos de retaliação através das queixas formais e *word-of-mouth* negativo, percebendo que os resultados obtidos ajudam ao reconhecimento da importância da gestão de expectativas dos visitantes, muitas vezes fora do controlo das organizações.

No mesmo registo, desenvolve-se por fim uma investigação sobre os residentes de áreas com alguma procura turística, neste caso concreto Portalegre, analisando as alterações que o turismo provoca nesta comunidade em termos ambientais, sociais e económicos, quer negativos, quer positivos.

Nuno Abranja

*Editor Executivo*

Instituto Superior de Ciências Educativa