



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

EDILENE ADELINO PEQUENO

**ENSINO SUPERIOR EM TURISMO: UMA ANÁLISE DA RELAÇÃO
DOS CURSOS ACADÊMICOS DE TURISMO DA CIDADE DO NATAL-
RN E O MERCADO DE TRABALHO NA PERCEPÇÃO DOS
EGRESSOS DOS ANOS DE 2009 E 2010**

NATAL
2012

Edilene Adelino Pequeno

**ENSINO SUPERIOR EM TURISMO: UMA ANÁLISE DA RELAÇÃO
DOS CURSOS ACADÊMICOS DE TURISMO DA CIDADE DO NATAL-
RN E O MERCADO DE TRABALHO NA PERCEPÇÃO DOS
EGRESSOS NOS ANOS DE 2009 E 2010**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como pré-requisito para obtenção do Grau de Mestre em Turismo. Área de concentração: Turismo e desenvolvimento regional.

Orientador: Prof. Wayne Thomas Enders, Ph. D.

NATAL
2012

Edilene Adelino Pequeno

**ENSINO SUPERIOR EM TURISMO: UMA ANÁLISE DA RELAÇÃO
DOS CURSOS ACADÊMICOS DE TURISMO DA CIDADE DO NATAL-
RN E O MERCADO DE TRABALHO NA PERCEPÇÃO DOS
EGRESSOS NOS ANOS DE 2009 E 2010**

Natal/RN, 11 de Abril de 2012

Wayne Thomas Enders, Ph. D. Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Orientador

Lissa Valeria Fernandes Ferreira, Ph. D. Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Examinadora

Juliana Vieira de Almeida, D.Sc. Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Examinadora

Sérgio Rodrigues Leal, Ph.D. Universidade Federal de Pernambuco
Examinador

Dedico esta conquista àqueles que sempre estiveram ao meu lado: meus pais, Edmilson e Socorro, e minha irmã, Edma.

AGRADECIMENTOS

Ficar longe da família não é fácil. São muitos momentos de solidão, mas que eu sei que são necessários, pois fazem parte do caminho que resolvi trilhar para ser alguém na vida. Por isso, agradeço aos meus pais, Edmilson e Socorro, que, mesmo “contra vontade”, me permitiram morar sozinha em Natal. Agradeço, ainda, por depositarem total confiança em minha pessoa.

A minha irmã, Edma, por todas as conversas durante a madrugada no *messenger*, por acreditar no meu potencial (mesmo quando eu duvido de mim mesma) e por me fazer acreditar que sou capaz de conquistar os meus sonhos. A minha família é meu estímulo para continuar caminhando, a base para dar continuidade aos meus projetos de vida.

Aos amigos, Jussara Danielle Martins Aires, por todas as palavras de apoio e compartilhamento de angústias e correção do trabalho, a Christiano Henrique S. Maranhão, pelas conversas, Aline Tiburcio de Lima, por todo o apoio, à Flávia Melo, pelas preocupações compartilhadas e à Shirley Cunha – amizades construídas durante a graduação e que permaneceram durante o mestrado (e que tenho a pretensão de que perdurem por muitos e muitos anos). À Pamela Brandão, por todas as discussões que serviram de reflexão para a pesquisa.

A toda a equipe do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN (PPGTUR) e em especial a Juliane Medeiros, pela presteza com que sempre me atendeu na secretaria daquele departamento. Aos professores que contribuíram para o meu crescimento acadêmico e pessoal – especialmente à Juliana Vieira, que, em muitos momentos, acreditou mais no meu trabalho e capacidade do que eu mesma, ao professor Sérgio Leal, que esteve sempre disposto a me ajudar (tendo, inclusive, olhado meu projeto durante as suas férias) e à professora Lissa Ferreira, que me cedeu alguns materiais –, pessoas por quem tenho profunda admiração e carinho.

Ao meu orientador, Thomas, pela paciência, dedicação e ajuda na construção da minha pesquisa.

Agradeço, ainda, a todos os egressos dos cursos de Turismo de Natal, que se prontificaram a responder meu instrumento de pesquisa, fazendo com que meu estudo se tornasse viável e realizável.

À Layanna Pinheiro, por ter me ajudado com a aplicação de alguns questionários, assim como a professora Patrícia Amaral, o prof. Vagner Costa, ao Márcio Bensusaschi e

tantas outras pessoas que encaminharam meu instrumento de pesquisa para os seus contatos. Sou muito grata por cada mensagem ou email enviado.

Aos amigos fora do âmbito acadêmico, Diego Bruno Medeiros, pela cobrança para que eu acabasse logo a dissertação, a Gleydson Albano, por todas as conversas e palavras de conforto e coragem nos meus momentos de desespero, e Bruno Netto Lopes, pelas palavras de força e incentivo. A Miguel Félix pela ajuda na correção gramatical desta pesquisa.

E por fim, mas não menos importante: *“eu te agradeço, Deus, por se lembrar de mim e pelo teu favor e o que me faz crescer. [...] Você mudou a minha história e fez o que ninguém podia imaginar, Você acreditou e isso é tudo.”*

Enfim, gostaria de agradecer a todos que me ajudaram direta ou indiretamente na construção desta pesquisa.

Obrigada!

“O formando [...] deve se assumir como sujeito também da produção do saber, e se convencer definitivamente de que ensinar não é *transferir conhecimento*, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção [...] Quem ensina aprende ao ensinar e quem aprende ensina ao aprender. [...] É nesse sentido que reinsisto em que *formar* é muito mais do que puramente *treinar* o educando no desempenho de destrezas.”

Paulo Freire

RESUMO

O processo de desenvolvimento de qualquer área está estreitamente ligado ao ensino e à pesquisa, e no Turismo não é diferente. Dessa forma, nessa área – na qual a prestação de serviços é um dos fatores intrinsecamente relacionados ao seu sucesso –, percebe-se a necessidade de pessoas com formação crítica e mais aprofundada nos diversos aspectos da atividade atuando no setor. Porém, nota-se a existência de diferenças entre o que é oferecido pela academia e o que é exigido pelo mercado. Assim sendo, constitui objetivo desta pesquisa, verificar a relação entre o ensino superior em Turismo e o mercado de trabalho na percepção do bacharel na área formado na cidade de Natal-RN, posto que é o turismólogo quem faz o elo entre os dois campos. Para conhecimento da percepção dos turismólogos foi necessário realizar a aplicação de um questionário com os egressos formados nos anos de 2009 e 2010. Em conformidade com o objetivo desse estudo, a pesquisa foi exploratório-descritiva. Quanto aos procedimentos técnicos, tratou-se de uma pesquisa documental, bibliográfica e de campo. Para análise, foram aplicadas técnicas qualitativas e quantitativas, conforme os objetivos específicos e os tipos de dados coletados, tais como: análise de conteúdo, análise fatorial para sintetizar as informações e identificar as dimensões básicas que representam as diversas variáveis estudadas, desvio-padrão para verificar a variação das respostas em alguns itens e a técnica de correlação que permite fazer análises de relação entre duas variáveis. Como resposta aos objetivos propostos pode-se concluir que: as matrizes curriculares dos cursos em atividade são generalistas e os próprios egressos as consideram assim. Foi diagnosticado que os egressos 1) são, em sua maioria, do sexo feminino, 2) uma pequena parte deles está trabalhando na área em que se formou e 3) nem todos recebem salários satisfatórios – o que contribui para que tenham uma visão negativa do curso. Ademais, a IES onde estudaram não foi fator decisório para conseguir um emprego. Foi diagnosticado, ainda, que a maioria destes não têm percepção positiva quando pensam no futuro profissional enquanto bacharéis em Turismo. Muitos, inclusive, se pudessem mudar algo em sua trajetória até o momento, teriam optado por outro curso superior. Foi verificado que embora exista uma percepção negativa quanto ao futuro profissional, quase metade acredita que o curso atendeu às necessidades do mercado. Todavia, os que não estão trabalhando tiveram uma visão mais positiva com relação a aplicabilidade do ensino superior. Por outro lado, os que já trabalharam na área tem uma visão mais negativa e não acreditam que o curso atenda às necessidades do mercado. Em suma, este estudo permitiu a compreensão da existência de algumas lacunas que existem entre o ensino superior em Turismo e as necessidades do mercado, no âmbito profissional, contribuindo ainda para a disseminação de ideias sobre o referido assunto para os professores, pesquisadores e os atuais e futuros estudantes da área.

Palavras-chave: Ensino Superior em Turismo. Mercado. Turismólogo.

ABSTRACT

The process of development of any area is closely linked to teaching and research, and in Tourism it is not different. Thus, in this area – in which service is one of the factors intrinsically related to its success –, it is observed the need for people with deep and critical training in the various aspects of this activity acting in this sector. However, we can see the existence of some differences between what is offered by the academy from what is required by the market. Therefore, the objective of this research is to verify the relationship between higher education in Tourism and labor market through the perception of the bachelor in this area, graduated in Natal-RN, since it is the tourismologist who makes the link between this two fields. To know the perception of these tourismologists, it was necessary to apply a questionnaire to those ones graduated in the years 2009 and 2010. In accordance with the aim of this study, this research was exploratory-descriptive. Related to the technical procedures, it was a documentary, literature and field research. To have it analyzed, some qualitative and quantitative techniques were applied according to our specific objectives and the types of data collected, such as: content analysis, factorial analysis to synthesize the information and identify the basic dimensions that represent the different variables studied, the standard deviation to verify the variation of the responses in some items and the correlation technique that allows the analysis of the relationship between two variables. In response to the objectives proposed here, we could finally conclude that: the syllabuses of these courses are too general and the graduates themselves consider them so. It was diagnosed that the graduates 1) are mostly female, 2) a very small part of them is working in the area that they are graduated in, and 3) not all of them receive satisfactory wages – which contributes to having a negative view of their degree course. Moreover, the educational institution where they studied was not a decisive factor to get a job. It was still diagnosed that most part of them do not have positive perceptions when thinking about the future of their careers as bachelors in Tourism. Many of them, including, if it was possible to change something in their careers so far, they could have chosen another college degree. It was found that, although there is a negative perception about their professional future, almost half of them believe that the course met the needs of the market. However, those ones that are not working have a more positive point of view related to the applicability of higher education. On the other hand, the other ones who already worked in this area have a more negative perception about it and do not believe that the course meets the market's needs. In summary, this study allowed the understanding of the existence of some gaps that exist between higher education in Tourism and the market needs, professionally speaking, thus contributing to the spreading of ideas on that subject for teachers, researchers and the current and future students of the area.

Key-words: Higher Education in Tourism. Market. Tourismologist.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Aspectos do fenômeno turístico	28
FIGURA 2: Turismo, Conhecimento e Currículo	29
QUADRO 1: Cheers x Reflex	44
QUADRO 2: Competências e habilidades que um curso de graduação em Turismo no Brasil deve proporcionar aos seus egressos	46
FIGURA 3: Participantes da educação superior em Turismo	56
Fórmula 1: Cálculo do tamanho da amostra	62
Fórmula 2: Cálculo do tamanho da amostra dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal	62
QUADRO 3: Relação entre os objetivos, itens do questionário e métodos para o tratamento dos dados referentes aos egressos dos cursos superiores de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010	66
QUADRO 4: Primeiro ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal	72
QUADRO 5: Segundo ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal	74
QUADRO 6: Terceiro ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal	75
QUADRO 7: Quarto ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal QUADRO 1. Competências e habilidades que um curso de graduação em Turismo no Brasil deve proporcionar aos seus egressos.....	77
GRÁFICO 1: Estado Civil dos bacharéis em Turismo formados em Natal nos anos de 2009 e 2010.....	85
GRÁFICO 2: Onde os formados em Turismo na cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 cursaram o ensino médio.....	86
GRÁFICO 3: Como os graduados em Turismo nos anos de 2009 e 2010 da cidade do Natal classificam seu desempenho no Curso.....	88
GRÁFICO 4: Renda salarial dos egressos dos cursos superiores de Turismo em Natal formados nos anos de 2009 e 2010.....	96
GRÁFICO 5: Percepção dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal de 2009 e 2010 sobre como era o mercado de trabalho quando escolheu ser turismólogo	98
QUADRO 8: Perfil profissional dos egressos dos cursos de Turismo desejado pelas IES da cidade do Natal	123

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 Número de Cursos Presenciais de Graduação de Turismo no Brasil	36
TABELA 2 Número de matrículas e concluintes em Turismo (Brasil).....	38
TABELA 3 Número de concluintes por IES públicas e privadas no Brasil	40
TABELA 4 Número de matrículas por IES públicas e privadas.....	41
TABELA 5 Notas do ENADE das IES que oferecem o curso de Turismo em Natal	42
TABELA 6 Estimativas de Emprego Turístico por nível de escolaridade no Rio Grande do Norte – 2006	57
TABELA 7 Amostra das IES – 2009 e 2010	63
TABELA 8 Cronologia dos Cursos Superiores de Turismo em atividade da cidade de Natal- RN	69
TABELA 9 Conteúdos abordados pelos docentes dos cursos de Turismo das IES nos anos de 2009 e 2010	79
TABELA 10 Como os bacharéis em Turismo da cidade do Natal avaliam o currículo da IES onde se formaram	80
TABELA 11 Percepção dos entrevistados sobre a proposta político pedagógica dos cursos em que estudaram	81
TABELA 12 Escores nas dimensões básicas que diferenciam propostas curriculares na percepção de egressos de cinco IES na cidade de Natal/RN.....	82
TABELA 13 Valores TEFI nas IES que oferecem o curso de Turismo em Natal	83
TABELA 14 Média de idade dos egressos dos cursos de Turismo em Natal nos anos de 2009 e 2010.....	84
TABELA 15 Média de anos para conclusão do curso pelos egressos das graduações em Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010	86
TABELA 16 Nível de conhecimento da proposta curricular do curso em que estudou na percepção dos egressos de Turismo formados em Natal nos anos de 2009 e 2010	87
TABELA 17 Por que os bacharéis em Turismo formados em Natal nos anos de 2009 e 2010 não se identificavam com o curso	87
TABELA 18 Motivos que levaram os concluintes de Turismo nos anos de 2009 e 2010 na cidade do Natal a escolher o curso de Turismo para estudar	88
TABELA 19 Relação entre o motivo para ter escolhido o curso de Turismo e se está trabalhando na área profissão	90

TABELA 20 Área em que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 realizaram estágio	91
TABELA 21 Relação entre o sexo dos egressos dos cursos de Turismo nos anos de 2009 e 2010 e se estão trabalhando atualmente	92
TABELA 22 Relação entre a Instituição de Ensino Superior em que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal se formaram e se estão trabalhando atualmente	93
TABELA 23 Relação entre a IES em que se formaram e a área da profissão dos formados em Turismo na cidade do Natal nos de 2009 e 2010	94
TABELA 24 Atual área de atuação dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal formados nos anos de 2009 e 2010	95
TABELA 25 Função exercida na área de trabalho pelos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal formados nos anos de 2009 e 2010	95
TABELA 26 Relação entre renda salarial dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal dos anos de 2009 e 2010 e a atuação na área da profissão estudada	97
TABELA 27 Relação entre o sexo dos formados em Turismo na cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 e a renda salarial obtida no trabalho que exercem atualmente	97
TABELA 28 Área em que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal dos anos de 2009 e 2010 já trabalharam	98
TABELA 29 Fatores considerados mais importantes para conseguir um lugar no mercado de trabalho na área de Turismo na percepção dos concluintes da área formados em Natal nos anos de 2009 e 2010	99
TABELA 30 Mudança em relação às expectativas profissionais comparando quando os egressos em turismo dos anos de 2009 e 2010 da cidade do Natal entraram no curso e depois que se formaram	100
TABELA 31 O que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 mudariam na trajetória de preparação profissional até o momento	100
TABELA 32 Por que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 mudariam algo em sua trajetória	101
TABELA 33 Como os concluintes dos cursos de Turismo da cidade do Natal dos anos de 2009 e 2010 se sentem quando pensam no futuro profissional enquanto turismólogos	101
TABELA 34 Relação entre a IES em que o graduado em Turismo de Natal se formou nos anos de 2009 e 2010 e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado	103

TABELA 35 Associação entre se já trabalhou na área e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado	105
TABELA 36 Índice geral de satisfação com o mercado de trabalho no setor turístico	113
TABELA 37 Relação entre a IES em que se formou e o índice geral de satisfação com o mercado de trabalho no setor turístico	114
TABELA 38 Benefícios que o curso superior em Turismo proporcionou aos egressos da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010	114
TABELA 39 Nível de relevância com relação ao mercado de trabalho que atribui à proposta curricular do curso em que estudou	115
TABELA 40 Relação entre as competências e habilidades que um bacharel em Turismo deve ter ao concluir o referido curso e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado	116
TABELA 41 Análise fatorial das competências e habilidades requeridas por um indivíduo graduado em turismo	119
TABELA 42 Medidas de dimensões básicas de avaliação das competências e habilidades dos bacharéis em Turismo por IES	121
TABELA 43 Relação entre as IES que oferecem o curso de Turismo em Natal e se o que os egressos aprenderam na universidade serviu para utilizarem no trabalho que desenvolvem atualmente	126
TABELA 44 Tipos de experiências, na graduação, que ajudaram os egressos dos cursos de Turismo na função que exercem atualmente. Número de matrículas por IES públicas e privadas	126
TABELA 45 Tipos de experiências educativas que faltaram na preparação para o mercado de trabalho para os graduados em Turismo	127
TABELA 46 Sugestões para a criação de um novo curso de Turismo na percepção dos egressos dos anos de 2009 e 2010	128

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABP	Aprendizagem Baseada em Problemas
ACT	Atividades Características do Turismo
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONSEPE	Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão
CONSUNI	Conselho Universitário
DOU	Diário Oficial da União
EACH	Escola de Artes, Ciências e Humanidades
ECA	Escola de Comunicações e Artes
ENADE	Exame Nacional de Desempenho de Estudantes
FACEX	Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão
FAL	Faculdade de Natal
FANEC	Faculdade Natalense de Ensino e Cultura
FCC	Faculdade Câmara Cascudo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES	Instituições de Nível Superior
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MEC	Ministério da Educação
MTUR	Ministério do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
RN	Rio Grande do Norte
TEFI	<i>Tourism Education Future Initiative</i>
UERN	Universidade Estadual do Rio Grande do Norte

UFRN Universidade Federal do Rio Grande do Norte

UNP Universidade Potiguar

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
1.1 PROBLEMA	18
1.2 JUSTIFICATIVA	20
1.3 OBJETIVOS.....	22
1.3.1 Objetivo Geral	22
1.3.2 Objetivos Específicos	22
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	22
2 A EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO	23
2.1 CONHECIMENTO, CURRÍCULO, APRENDIZAGEM E TURISMO.....	25
2.2 ENSINO SUPERIOR EM TURISMO: o cenário brasileiro no contexto mundial.....	31
2.3 TENDÊNCIAS DA EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO	42
2.4 O ENSINO SUPERIOR EM TURISMO E O MERCADO DE TRABALHO	53
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	61
3.1 TIPO DE ESTUDO.....	61
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	61
3.3 COLETA DE DADOS	63
3.4 TRATAMENTO DOS DADOS	65
4 ANÁLISE DOS DADOS E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	68
4.1 CRONOLOGIA DOS CURSOS DE TURISMO	68
4.2 CURRÍCULOS DOS CURSOS SUPERIORES EM TURISMO DA CIDADE DO NATAL	71
4.2.1 Primeiro Ano	71
4.2.2 Segundo Ano	73
4.2.3 Terceiro Ano	75
4.2.4 Quarto Ano	77
4.2.5 PERCEPÇÃO DOS BACHARÉIS SOBRE A MATRIZ CURRICULAR DOS SEUS CURSOS	78
4.3 PERFIL PESSOAL E PROFISSIONAL DOS BACHARÉIS FORMADOS EM TURISMO NOS ANOS DE 2009 E 2010 NA CIDADE DO NATAL.....	84
4.4 APLICABILIDADE DO ENSINO SUPERIOR EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO	102
4.5 SUGESTÕES PARA O REALINHAMENTO DOS CURSOS DE TURISMO.....	127

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 133

REFERÊNCIAS..... 136

APÊNDICE A 144

1 INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMA

O turismo tem sido objeto de estudo nos mais variados campos de pesquisa, tais como: economia, geografia, sociologia, antropologia, entre outros. No entanto, alguns deles reduzem essa área multidisciplinar, ao avaliá-la apenas na perspectiva dos impactos sociais ou ambientais negativos. Já outros, analisam apenas o crescimento e o movimento de capital a partir dos gastos gerados pelos turistas, deixando, assim, espaço para o desenvolvimento e avanço de novas pesquisas. Panosso Neto (2005, p. 45), corrobora afirmando que, “o campo dos estudos em Turismo é extremamente abrangente e carece de pesquisas que analisem o turismo não apenas como um *fato* gerador de renda, mas também como um *fenômeno* que envolve inúmeras facetas do existir humano”.

Considerando que o processo de desenvolvimento de qualquer área do conhecimento está ligado ao ensino e à pesquisa, torna-se relevante a compreensão do quadro turístico por meio da evolução e do desenvolvimento do seu ensino superior, bem como a relação entre a academia e o mercado de trabalho na área de turismo. Assim, nessa área – na qual a prestação de serviços é um dos fatores intrinsecamente relacionados ao seu sucesso – percebe-se a necessidade de pessoas com formação crítica, multidisciplinar e mais aprofundada nos diversos aspectos da atividade atuando no setor. Desse modo, para os que pretendem trabalhar na área em questão, a educação é demandada de forma mais efetiva.

Contudo, segundo Barretto (2001, p. 145) “em muitas empresas valoriza-se mais a experiência adquirida no dia-a-dia do que um diploma de curso de terceiro grau, numa demonstração evidente de que ainda não houve um acordo entre o mercado e o sistema de ensino”. Zulauf (2006), por meio dessa percepção, ressalta que os empregadores afirmam a existência de uma lacuna entre a concepção que os responsáveis pelo ensino superior têm sobre aquilo que os empregadores querem e o que eles realmente necessitam.

Em um estudo sobre a educação em Turismo na América Latina, Pizam (1999) através da percepção dos participantes da pesquisa – órgãos empresariais e governamentais – destaca que existe certa deficiência na formação de recursos humanos que trabalham com turismo, isto é, não há uma educação suficiente para o setor e a maioria das instituições de formação existentes foi percebida como inadequada às necessidades das empresas do setor turístico.

O ensino do turismo no Brasil, em nível superior, iniciou-se na década de 1970 e apresenta um número considerável de formados na área. Conforme dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP (2012) foram 92.114 concluintes entre os anos de 2000 e 2010. No entanto, não se sabe o que acontece com essas pessoas depois que saem das universidades. Em função de uma série de motivos, a tarefa de contatar todos os bacharéis e fazer um diagnóstico da situação em que se encontram (se estão trabalhando, se continuam ou se mudaram de área) torna-se, pois, inviável.

É nesse contexto que se mostra necessária a busca pelo estabelecimento de relações entre a teoria, a prática, o ensino e a discussão sobre o atual processo de formação superior em Turismo, bem como a situação e relação mercadológica dos estudantes e formados na área.

Cabe destacar que, para efeitos dessa pesquisa, para compreender o sentido de ensino superior faz-se necessário antes entender como funciona a educação superior no Brasil. Conforme a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDB (2011) a educação escolar no Brasil é composta, em primeiro lugar pela Educação básica, formada pela educação infantil, ensino fundamental e ensino médio e subsequentemente pela Educação superior. Esta, por sua vez, abrange os seguintes cursos e programas: 1) cursos sequenciais abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos pelas instituições de ensino, desde que tenham concluído o ensino médio ou equivalente; 2) graduação, abertos a candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente e tenham sido classificados em processo seletivo, comumente chamado vestibular; 3) pós-graduação, esta, por sua vez compreende programas de mestrado e doutorado, cursos de especialização, entre outros, abertos a candidatos que tenham concluído cursos de graduação; e 4) extensão, abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos pelas instituições de ensino.

Desta forma, ensino superior no presente estudo significa ter concluído a graduação em Turismo. Aos egressos desses cursos dá-se o nome de bacharel em Turismo. Como mercado de trabalho, considera-se o ambiente onde se realiza a troca de serviços e salários, onde o profissional formado em nível superior procura emprego em sua área de formação e as pessoas jurídicas oferecem colocações profissionais neste campo.

Existem alguns fatores que podem ser relevantes e que possivelmente influenciam na permanência ou na evasão dos egressos do curso superior de Turismo da referida área, bem como dificultar ou facilitar a entrada destes no mercado de trabalho, como: 1) características pessoais, exigindo profissionais audaciosos, comunicativos, persistentes, comprometidos, entre outras; 2) tipos de trabalho na área de Turismo (sabe-se que esta área frequentemente

apresenta empregos sazonais, carga horária elevada e remuneração baixa); e 3) características dos cursos (sendo alguns mais teóricos, sem enfoque na praticidade, com ausência de laboratórios que estimulem uma preparação prática para a atividade turística, biblioteca com poucos livros referentes à área e professores despreparados).

Assim, diante de tantos aspectos que podem contribuir para o sucesso ou fracasso de um bacharel em Turismo – no que tange a sua empregabilidade e em função de um expressivo número de graduados na área em todo o Brasil –, o presente estudo se detém apenas a uma determinada localidade. Ou seja, limita-se à abordagem dos bacharéis formados em faculdades e universidades localizadas na cidade do Natal – Rio Grande do Norte (RN). Esta, por sua vez, já apresentou sete cursos superiores de Turismo, mas atualmente apresenta apenas cinco Instituições de Nível Superior (IES) oferecendo graduações na referida área, quais sejam: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Potiguar (UNP), Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão (FACEX), Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN) e Faculdade Câmara Cascudo (FCC – atualmente Estácio de Sá). Natal constitui o principal destino turístico do estado do Rio Grande do Norte, sendo considerado um dos seus pólos indutores, e tem na atividade turística uma de suas principais vertentes econômicas. Essas características poderiam contribuir para a empregabilidade dos egressos dos cursos de Turismo da cidade. Todavia, não se sabe se isso ocorre de fato.

Desse modo, o problema que se apresenta é: analisar a relação entre o ensino superior em Turismo e o mercado de trabalho na percepção dos egressos destes cursos dos anos de 2009 e 2010 da cidade do Natal-RN.

1.2 JUSTIFICATIVA

O presente estudo originou-se em meio às inquietações adquiridas durante os quatro anos como estudante de um curso superior de Turismo, principalmente pela convivência com outros estudantes e graduados na área, que, muito frequentemente, se queixavam das dificuldades de se inserir no mercado de trabalho, transparecendo, de certa forma, a existência de uma diferença entre o que era aprendido na academia e o que era exigido no mercado de trabalho.

Segundo Brusadin (2007), no Brasil, existem centenas de cursos de Turismo, mas, muito deles, por serem ociosos e deficitários, não atingem o objetivo de propiciar uma formação profissional sólida, a qual poderia contribuir para o desenvolvimento do turismo em diversas regiões do país.

Os envolvidos na oferta da educação em Turismo, conforme apregoa Ladkin (2008), percorreram um longo caminho para elevar o perfil do tema como área de estudo e para prová-lo válido como qualificação educacional; o que acontece com aqueles que ingressam no mercado de trabalho em Turismo e como suas habilidades são utilizadas e valorizadas pela indústria é mais incerto. Embora haja grandes oportunidades de emprego na área, a falta de desenvolvimento da carreira e de atratividade de algumas ocupações continua sendo um problema para aqueles que escolhem o Turismo como carreira (LADKIN, 2008).

Logo, a relevância deste estudo evidencia-se pela necessidade de compreensão da existência ou não de compatibilidades entre o que é ensinado na academia e o que é exigido no mercado (no âmbito profissional), a partir da percepção dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal. Existe a necessidade de que os estudiosos e profissionais da área se tornem aptos a competirem no mercado. Assim, ao desenvolver este trabalho, contribuir-se-á com a disseminação de ideias sobre o referido assunto para os atuais (e futuros) professores e estudantes da área.

O fato de haver poucos trabalhos que abordam essa temática, contemplando a percepção do bacharel em Turismo, constitui mais uma contribuição desta pesquisa. Parte dos estudos desenvolvidos nessa área analisa apenas a percepção do mercado, ou, em alguns outros casos, fazem um contraponto entre os dois. Como exemplo, pode-se citar o trabalho de Fornari (2006), que foca apenas a percepção dos representantes do mercado de trabalho do setor hoteleiro e dos coordenadores de três cursos de Turismo da cidade do Natal, ou seja, a visão do turismólogo não foi contemplada.

No entanto, é este quem faz o elo entre os dois campos. Todavia, alguns autores têm abordado a falta de atenção à visão dos estudantes. Bennett *et al.* (2000), por exemplo, aponta para a ausência de pesquisa empírica sobre a opinião do estudante quanto a provisão de habilidades genéricas; as experiências dos estudantes e os resultados observados de diferentes formas de provisão de habilidades. Para Sha *et al.* (2004) e Burke *et al.* (2005), anos se passam e as opiniões e experiências dos estudantes continuam, em grande parte, ausentes da pesquisa e do debate. Quando estão presentes, Fielding (2001) e Raymond (2001) argumentam que as vozes dos alunos são tratadas apenas como fonte de dados ao invés de agentes de transformação. Assim sendo, considera-se relevante utilizar a percepção do turismólogo nesse estudo, visto que o mesmo construiu parte dos seus conhecimentos sobre o turismo enquanto ainda era um estudante da área. Almeja-se, ainda, contribuir para a construção de uma teoria, tendo como foco turismólogos, que, por sua vez, são formados para cooperar com o desenvolvimento do turismo nas regiões em que estão inseridos.

Faz-se mister destacar que não se trata de um trabalho com um fim em si mesmo, mas de um referencial que possa despertar o interesse de técnicos, estudantes, professores e pesquisadores da área, para que possam contribuir com o conhecimento e o levantamento de informações acerca do tema estudado na presente pesquisa, tornando-o, quiçá, um documento capaz de contribuir para a compreensão de algumas das lacunas que existem entre o ensino superior em Turismo e as necessidades do respectivo mercado de trabalho.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Verificar a relação entre o ensino superior em Turismo e o mercado de trabalho na percepção dos egressos destes cursos nos anos de 2009 e 2010 da cidade do Natal-RN.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Caracterizar as matrizes curriculares dos cursos superiores em Turismo da cidade do Natal-RN;
- b) Descrever o perfil pessoal e profissional dos bacharéis em Turismo formados na cidade do Natal;
- c) Identificar, através da percepção dos turismólogos formados em Natal nos anos de 2009 e 2010, a aplicabilidade do ensino superior em Turismo no mercado de trabalho; e
- d) Propor sugestões para o realinhamento dos cursos de Turismo.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente estudo está dividido em cinco seções, nesta primeira consta a parte introdutória do trabalho, na segunda é possível encontrar um levantamento das principais referências teóricas que tratam da educação superior em turismo, conhecimento, currículo, aprendizagem, o cenário brasileiro do ensino em turismo no contexto mundial, bem como as tendências da educação nessa área e a relação entre o ensino superior em turismo e o mercado de trabalho. Na terceira seção o leitor encontra os procedimentos metodológicos utilizados para operacionalizar a pesquisa. Na quarta são discutidas as análises e interpretações dos resultados e por fim, na quinta seção, são explanadas as considerações finais sobre o referido estudo.

2 A EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO

Neste tópico, será discutida a Educação Superior como instrumento de criticidade para os indivíduos que a frequentam, bem como a importância de se ter pensamento crítico no estudo do Turismo, onde os educadores devem focar não só nos aspectos mercadológicos, mas também estimular a reflexão. Será enfatizado, ainda, o crescimento e a relevância da educação na referida área que tem impulsionado o aumento de pesquisadores, grupos de pesquisa e publicações sobre o assunto. Por fim, é apresentada a forma como tal curso iniciou e tem se desenvolvido (por vezes, de forma tecnicista e profissionalizante) em alguns países.

Constitui um dos objetivos da educação superior, no Brasil, conforme a LDB (2011, p. 27), “estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade”. Por meio das Instituições Universitárias, a Educação Superior deve ser percebida como uma ferramenta de criticidade e um lugar onde se discute e se projeta o rumo da sociedade e suas relações com a globalização (SILVA, 2005).

Na educação superior em Turismo não pode ser diferente. Esta também necessita discutir a atividade turística de uma forma crítica e projetada no futuro para que, assim, os graduados na área possam contribuir com melhorias no desenvolvimento do turismo local onde estão inseridos. Conforme Stergiou (2008), a educação superior em Turismo deve oferecer tanto “turismo” quanto “educação superior”. Isto é, os educadores dessa área carecem desligar-se dos enfoques puramente profissionalizantes de ensino e instigar a reflexão, deixando de lado a estreita concepção empresarial de um mundo profissional e assumir uma concepção mais complexa do mundo do turismo. No entanto, isso não significa que deva rejeitar o ensino de habilidades e desenvolvimento de competências, em resposta às exigências para as efetividades no mercado de trabalho. Apenas que o enfoque profissionalizante não deve ser a única responsabilidade ou compromisso da IES.

A educação superior em Turismo precisa encontrar novas formas de ensino e aprendizagem, no intuito de torná-lo mais eficiente. “O paradigma dominante é o de ensino reducionista, behaviorista, em que o aluno responde ao estímulo e no final faz uma avaliação para passar, mesmo que não tenha aprendido” (SILVA, 2005, p. 122). As estruturas normativas, que direcionam a organização curricular dos cursos superiores de graduação do Brasil, assumem como concepção orientadora de base uma abordagem curricular por competências.

Vale salientar que o aluno entra em uma IES com a perspectiva de seguir uma carreira e ter um retorno econômico, já que há investimentos: financeiros; pessoais; expectativa dos familiares; amigos; dos próprios futuros bacharéis e, de certa forma, da sociedade. Por outro lado, Lillich, (1970 *apud* INUI, WHEELER e LANKFORD, 2006) ressalta que o currículo deve ser um pacote de valores ao invés de habilidades. Esses valores remetem a pensar crítica e reflexivamente a sua cultura e a sociedade em que vive.

Conforme Tribe (2008a), a educação em Turismo apresenta cada vez mais relevância e tem atraído um corpo de pesquisadores crescente¹. Medlik (1965 *apud* TRIBE, 2008a) foi precursor da pesquisa relativa à educação em Turismo, mediante seu estudo *Higher Education and Research in Tourism in Western Europe*. Após isso, outros pesquisadores iniciaram estudos sobre a educação relacionada ao Turismo, como Airey (2008) e Tribe (2008a). Assim, foram se formando diversos grupos de estudiosos, livros, revistas e eventos internacionais sobre o assunto, estimulados também pelo aumento perceptível dos cursos de Turismo em todo o mundo.

No Brasil, a pesquisa em Educação também tem amadurecido, tendo diversos autores pesquisando sobre esta problemática como: Trigo (2002), Barretto (2004), Matias (2002), Ansarah (2002), Teixeira (2003), Leal (2009), entre outros, que investigam o desenvolvimento da pesquisa em Turismo, a necessidade de equilíbrio entre quantidade e qualidade de cursos, as dificuldades em conseguir relacionar a teoria e a prática e a qualidade do ensino superior em Turismo. No entanto, ainda é um conhecimento fragmentado (LIMA e REJOWSKI, 2009).

Os avanços na discussão também se dão através de grupos de pesquisa, como o “Pesquisa, Educação e Atuação Profissional em Turismo e Hospitalidade”, fundado em 2008 e cadastrado na Universidade de São Paulo e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) que organizam, anualmente, eventos em que se reúnem docentes e pesquisadores da área, interessados em participar dos debates sobre a formação dos estudantes frente às novas realidades da ciência, tecnologia e inovação (PANOSSO NETTO, SOLHA e ALMEIDA, 2009).

Trigo (2002, NÃO PAGINADO) enfatiza que, no campo da educação e pesquisa no turismo nacional, “o Brasil foi o país que mais produziu conhecimento acadêmico na área. Foram publicadas mais de duas centenas de livros científicos específicos, uma quantidade (e

¹ Testemunha disso é que existem três publicações dedicadas exclusivamente à pesquisa relativa à educação em Turismo e áreas correlatas: *The Journal of Hospitality and Tourism Education*, *The journal of Teaching in Travel and Tourism* e *The Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*.

qualidade) maior do que em qualquer país da América Latina”. Este número pode ser explicado em função do aumento no número de matriculados no ensino superior em Turismo. Porém, essa produção não foi contínua, visto que Panosso Netto e Calciolari (2010) apontam que a publicação de livros de Turismo no Brasil está em ritmo decrescente desde 2002, caindo gradativamente até agosto de 2010, sem previsão de retomada de crescimento, pois não há indicadores para isso. De acordo com os mesmos autores, o que está na raiz deste fato é a diminuição da oferta de cursos superiores de Turismo no país.

No Reino Unido, a partir da década de 1990, ocorreram mudanças significativas no desenvolvimento da educação em Turismo. Em nível universitário, o currículo tendeu a estender-se para além de suas origens profissionalizantes orientadas, em essência de modo empresarial. Essa mudança se expressou no desenvolvimento de alguns novos cursos de Turismo, os quais não eram profissionalizantes desde o início (AIREY, 2008).

Na região do Caribe, um dos principais desafios enfrentados pela educação em Turismo é a falta de reconhecimento pela indústria, pelos governos, pelas agências de fomento e pelas instituições educacionais da importância estratégica do desenvolvimento dos recursos humanos para o sucesso de longo prazo da indústria turística da região. Esse fato evidencia-se pela falta de estruturas de custeio e apoio para dar sustentação ao desenvolvimento da educação em Turismo da região (LEWIS, 2008).

Ao averiguar a formação que é ministrada no Brasil, constata-se que a educação em turismo também tem suas lacunas. A partir de estudo realizado por Celeste Filho (2002), percebe-se ainda que o curso superior de Turismo criado no país tem um cunho profissionalizante desde a sua gênese. No entanto, às vezes isso soa contraditório, posto que, enquanto uns defendem que o curso é profissionalizante, outros acreditam que o curso é acadêmico ou generalista e não atende às necessidades do mercado turístico.

Por outro lado, percebe-se que o Brasil não foi o único a iniciar o curso de Turismo de forma tecnicista e profissionalizante. Por exemplo, na Escócia os cursos tendem a ser profissional, pois a ênfase tem sido colocada em atender as necessidades do setor privado e organizações comerciais (Airey, 2008).

2.1 CONHECIMENTO, CURRÍCULO, APRENDIZAGEM E TURISMO

No presente tópico, será abordada a relação entre o conhecimento, currículo e Turismo. Destacando-se que o conhecimento nesta área pode apresentar um relato inacabado

do fenômeno, existindo aspectos importantes do turismo que até agora não foram revelados ou descobertos pelos pesquisadores da área. Apresentam-se, ainda, técnicas de aprendizagem utilizadas no ensino superior, como exemplos para modificar a concepção positivista que ainda se tem em alguns currículos. Finaliza-se com a proposta de Tribe (2008b), para a ordenação do currículo relativo ao ensino superior nessa área e como foi elaborado o primeiro currículo do curso superior em Turismo no Brasil, bem como ocorre o processo atualmente.

O currículo é um conjunto de saberes, de disciplinas e de ações pedagógicas. Destaca-se que, embora os conceitos de currículo (conjunto de atividades pedagógicas) e de matriz curricular (elenco de disciplinas, carga horária destas e conteúdos do currículo) não sejam semelhantes, utiliza-se, no presente trabalho, para efeito de compreensão, um sentido único para os dois (nesse caso, a lista de disciplinas e conteúdo dos currículos usados nas IES). Em resumo, o currículo indica a estruturação adequada dos conhecimentos que integram determinado domínio do saber, funcionando como a mediação entre o que é delineado pela norma educativa e os percursos necessários para atingir o objetivo determinado (SILVA, 2005).

No ensino superior, os currículos atuais, conforme Cunha (2001), se fundamentam em uma concepção positivista da Ciência. Nesta, inicialmente, o discente aprende o teor geral, para depois (se possível) pôr esses conhecimentos em prática, especialmente no final dos cursos, por meio de atividades práticas e/ou dos estágios.

É válido citar que existem IES e professores que utilizam novas técnicas de aprendizagem. É o caso da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH-USP Leste) da USP em uma das suas disciplinas (Projetos em Lazer e Turismo na Aprendizagem Baseada em Problemas – A. B. P) e da Universidade Católica de Moçambique – Faculdade de Gestão de Turismo e Informática, que utilizam a “Aprendizagem Baseada em Problemas”. Esse método envolve a integração dos alunos, a fim de resolver uma situação adversa, assim como também encoraja o estudante a tomar decisões independentes e com confiança a partir de análises da realidade em que convivem (GUIA DA FACULDADE, 2008). Para Demo (2004), a aprendizagem é um processo reconstrutivo, caracteristicamente de dentro para fora, cujo indivíduo, por meio do conhecimento obtido ao longo de sua vida, é capaz de ter sua própria percepção sobre a realidade.

Dentro da lógica do mercado, o currículo pode ser entendido pela sua utilidade, e o aluno é visto como um produto que, quanto mais trabalhado for, supostamente, mais eficiente se tornará para atender às necessidades do mercado.

Apple (1997) diz que o Currículo surge sempre como produto de uma seleção, da visão que alguém ou que um grupo tem acerca do conhecimento legítimo. A sua gênese repousa num estendal de conflitos, negociações, cumplicidades culturais, políticas e econômicas (*apud* SILVA, 2005, p. 46).

Como o currículo envolve escolher um conhecimento a ser incluído, e conhecimento em si representa uma forma específica de considerar um fenômeno-alvo, é importante entender a relação entre conhecimento em Turismo e currículo (TRIBE, 2008b).

“Por um lado, turismo, conhecimento e currículo podem estar ligados a uma visão empresarial e profissionalizante. Por outro, a educação em turismo pode ser vista como a procura de entendimento e atuação num complexo mundo de turismo delineado de forma mais ampla” (TRIBE, 2008b, p. 77). A educação e o currículo em Turismo oferecem pacotes de conhecimento para que seja possível compreender melhor o fenômeno do turismo.

O turismo como fenômeno é tanto aquela parte do mundo externo em que os seres humanos se ocupam em ser turistas quanto àquela parte afetada pelo turismo. É um fenômeno abrangente, desordenado, complexo e dinâmico. Envolve um conjunto de práticas e resultados possíveis. Não é o mesmo mundo do estudo do turismo. Este último é composto de uma comunidade de pesquisa em turismo e de um registro simbólico do conhecimento em turismo. É uma iniciativa dos seres humanos de captar, representar, descrever, explicar e prever o fenômeno turístico. O estudo do turismo expõe novas maneiras de levar em conta o turismo, de mapear os novos conceitos, de elaborar novas teorias e de fundamentar um corpo de conhecimento. Contudo, conhecimento em turismo é muito menos que a atividade que descreve – está essencialmente ligado à feitura de generalizações sobre o mundo fenomenal do turismo e à organização das teorias (TRIBE, 2008b, p. 79).

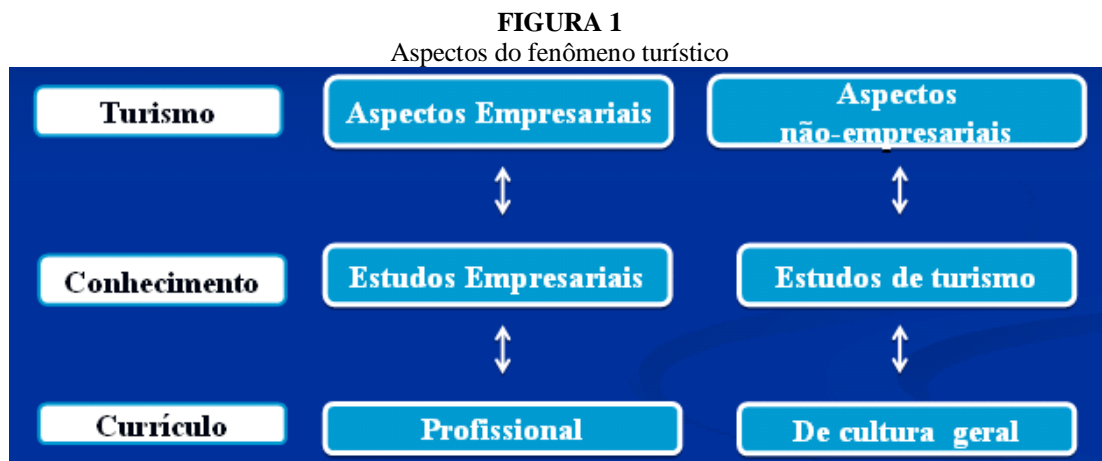
Assim sendo, o conhecimento em turismo pode apresentar um relato inacabado do fenômeno, existindo aspectos importantes do turismo que até agora não foram revelados ou descobertos pelos pesquisadores da área (TRIBE, 2008b). Na construção dos primeiros currículos de Turismo não havia uma extensa literatura sobre o assunto. Na verdade, ainda não há uma definição precisa sobre o que venha a ser turismo, cada área adota o conceito que melhor lhe convém, o que possibilitou que os responsáveis por criar os currículos enfrentassem grandes desafios e incluíssem em suas matrizes disciplinas de outras áreas como economia, geografia, entre outras. E até hoje isso ocorre.

Para Tribe (1999), o turismo não representa apenas o consumidor e as atividades empresariais, mas apresenta dois campos de estudos: 1- o campo dos negócios turísticos, que inclui atividades empresariais e 2- questões ambientais, estéticas, éticas e culturais, que, no caso, compõem o campo não relacionado a negócios.

Ao mesmo tempo, há conhecimento que pode ser adquirido de forma disciplinar tanto em um quanto em outro campo. Esta complexidade leva à existência de uma zona de intercâmbio onde diferentes disciplinas dialogam, se superpõem, e onde os diferentes campos se inter-relacionam dando lugar a conceitos como o de

multiplicador de turismo, que surge da aplicação das teorias econômicas ao estudo do turismo. Por outro lado, o campo dos negócios turísticos também pode ser estudado fora da academia, com a produção de um conhecimento que Tribe chama de *extra-disciplinar*, que é um conhecimento gerado pelas empresas do ramo do turismo para ser aplicado nestas. A propósito desta questão, Tribe também coloca uma preocupação com a predominância atual da tecnologia e da procura pelo desempenho, que leva a que o campo dos negócios turísticos seja privilegiado e os estudos mais humanistas, que não visam à lucratividade das empresas, sejam preteridos. Outro problema apontado por Tribe é que o mundo acadêmico não considera o conhecimento produzido fora deste, no mundo empresarial, o que precisa ser superado. (BARRETTO, 2007, p. 188).

Para Tribe (2008b), o fenômeno turístico pode ser dividido entre os aspectos empresariais e os aspectos não empresariais, como pode ser visualizado na figura 01.

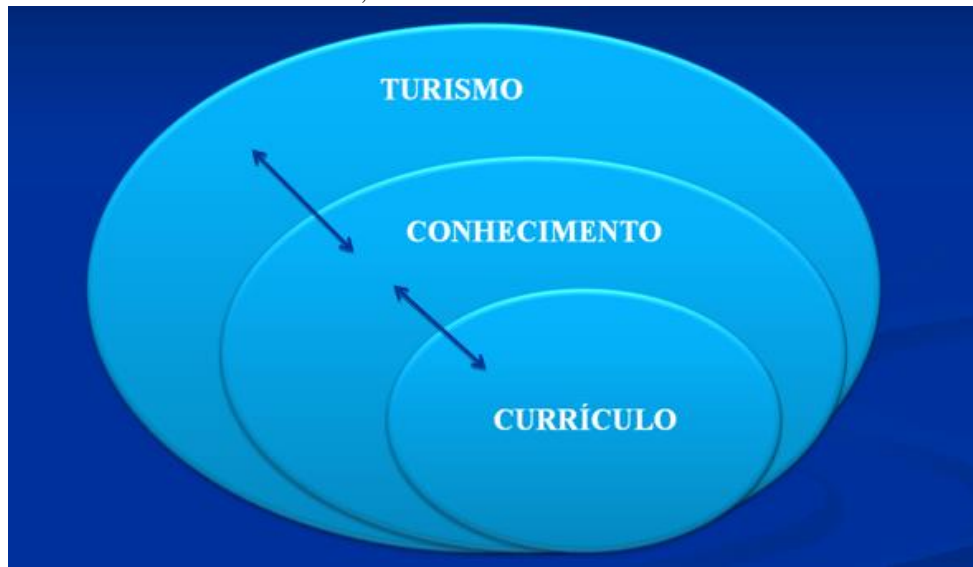


Fonte: Tribe, 2008b. p.83.

A figura 01 alinha os diferentes níveis do turismo, conhecimento e currículo, dividindo cada um em dois grupos, ilustrando, assim, uma lacuna entre os dois campos. De um lado, está a visão do turismo como aspecto empresarial a ser pesquisado através de estudos empresariais e dando origem a currículos para fins profissionais. De outro, a visão do turismo como aspectos não empresariais a serem investigados por diversas abordagens de conhecimento em turismo e dando origem a currículos para fins de educação em cultura geral (TRIBE, 2008b).

Na perspectiva de Tribe (2008b), os domínios referentes ao fenômeno, ao conhecimento e ao currículo são apresentados na figura 02:

FIGURA 2
Turismo, Conhecimento e Currículo



Fonte: Tribe, 2008b. p. 81.

Deve-se observar que há um fluxo do turismo passando pelo conhecimento até o currículo. No entanto, os fluxos não têm um direcionamento único, pois há um fluxo tanto do conhecimento do turismo quanto do currículo de volta ao fenômeno turístico. Isso capta um ponto que merece destaque, o de que o conhecimento da atividade e a educação em turismo têm a possibilidade de influenciar e mudar o fenômeno turístico em si (TRIBE, 2008b). Dessa forma, percebe-se o quão importante é uma educação de qualidade que propicie aos graduados da área a capacidade e a formação necessária para intervir na atividade turística realizada no meio em que vivem.

Para Leal (2009), uma maior compreensão do mundo e, conseqüentemente, de como a atividade turística se relaciona com outras áreas importantes pode ser melhor alcançada pelos alunos que passaram por um programa que se concentra em questões teóricas. No entanto, esse programa pode ser insuficiente nos aspectos práticos da atividade turística, tornando os alunos menos preparados para as situações da vida real no mercado turístico. Assim sendo, o currículo deve sempre ser desenvolvido tentando promover o equilíbrio entre a teoria e a prática. Também, ao invés de preparar apenas profissionais qualificados para o mercado, deve da mesma forma, contribuir para que estes aprendam a pensar a sociedade de forma global.

Embora o autor supracitado defenda o equilíbrio entre a teoria e a prática, “o Turismo traz a marca de uma área destinada à formação técnica, tendo em seu corpo teórico a concepção da separação entre o fazer e o pensar, resultante de estratégias criados para tentar resolver problemas de uma demanda crescente de acesso ao ensino superior” (CARNEIRO,

2008, p. 118). Acrescenta-se ainda, que Stuart Hoyle (2003, p. 62 *apud* AIREY, 2004) comenta que o objetivo mais comum dos cursos de graduação em Turismo é preparar os alunos para o mercado de trabalho. Entretanto, mesmo a autora fazendo esse comentário, o que se percebe é que, um grande número de formados enfrentam dificuldades para obter um emprego após sua formatura.

Na tentativa de mudar a realidade referente aos problemas enfrentados na elaboração dos currículos, Tribe (2008b) desenvolveu uma estrutura para a ordenação do currículo relativo à educação superior em Turismo. Esta abrange quatro domínios principais: atuação profissional, reflexão profissional, reflexões sobre cultura geral e ações relativas. Sua estrutura permite trazer à tona os problemas curriculares focalizados em excesso em uma parte do espaço curricular. Permite, ainda, tratar o caso da educação superior em Turismo, que educa “profissionais filosóficos”, delineando seu conteúdo. Os profissionais filosóficos, ainda na percepção de Tribe (2008b), seriam graduados que prestariam serviços eficientes e efetivos em turismo, os quais procurariam entendimento abrangente do fenômeno turístico, enquanto também cumpririam o papel da gestão para o desenvolvimento de um mundo turístico mais amplo, no qual esses serviços são prestados.

No que diz respeito ao Brasil, após um levantamento nas escolas europeias, o professor Domingos Hernandez Peña elaborou o primeiro currículo para o curso de Turismo, adaptando-o à realidade brasileira (MATIAS, 2002). Assim sendo, corrobora-se com Tribe (2008a, p. 58) quando o mesmo menciona que os modelos ocidentais de educação em Turismo “foram importados por todo o Terceiro Mundo. Em consequência, nenhum desses cursos predominantemente técnicos e de estudos empresariais satisfaz às necessidades do setor de hospitalidade e turismo no Terceiro Mundo, não considerando a sociedade como um todo”.

Todavia, é válido acrescentar que os currículos, no Brasil, são elaborados a partir das orientações das Diretrizes curriculares do MEC de 2006. Com base nessas diretrizes, cada IES desenvolve o seu próprio currículo, levando em consideração a realidade da região onde o programa está a ser oferecido. Para Leal (2004), esta abordagem define algumas limitações para a inovação, uma vez que as IES podem ser forçadas a manter alguns dos temas que não são adequados para atingir seus objetivos, enquanto outras questões importantes para a realidade da sua localização não se encaixam nas proposições do Ministério.

Conforme Sousa e Gonçalves (2009), os Cursos de Turismo, no que se referem à elaboração dos seus Projetos Político-Pedagógicos, baseiam-se nos Pareceres n.º CES/CNE 0146/2002 e resolução n.º 13, de 24 de novembro de 2006, do Conselho Nacional de

Educação, que abordam questões sobre o perfil do egresso dos cursos de Turismo, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, entre outros. Essa graduação deve formar um profissional apto a atuar em mercados altamente competitivos e em constante transformação, exigindo uma formação ao mesmo tempo generalista (no sentido tanto do conhecimento geral, das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas) como também de uma formação especializada (SOUSA E GONÇALVES, 2009).

É interessante destacar que, para Barretto *et al* (2004), seria necessário pelo menos quinze anos para que as competências e habilidades que essas diretrizes enfatizam na formação do bacharel em Turismo fossem de fato aprendidas pelos diplomados. Contudo, essas novas competências e habilidades fazem parte das mudanças propostas nas diretrizes curriculares a partir da nova LDB, instituída em 1996.

Em decorrência [dessas mudanças], a proposta curricular para o ensino superior sofre alterações significativas; da formação especializada, passa-se à formação do generalista; dos currículos mínimos, passa-se às diretrizes curriculares amplas – que serão adequadas a cada curso, segundo as peculiaridades locais e dos alunos –; de trajetórias unificadas, passa-se à diversificação dos percursos (KUENZER, 2001, p.19 apud SHIGUNOV NETO e MACIEL, 2002, p. 34).

À medida que os cursos de Turismo foram crescendo e se desenvolvendo, aumentou também o número de pesquisadores na área. Estes, por sua vez, apresentaram discordância sobre os currículos que eram trabalhados nas IES. Dessa forma (levando em consideração que o Turismo deve servir a finalidades tanto acadêmicas quanto profissionais), pesquisadores procuram desenvolver estruturas amplas de referência para o currículo deste curso.

2.2 ENSINO SUPERIOR EM TURISMO: o cenário brasileiro no contexto mundial

Neste item da pesquisa, será resgatada a forma como aconteceu a criação dos primeiros cursos de Turismo no Brasil e, por conseguinte, será enfatizado o cenário em que se encontra o ensino superior no país, através dos números referentes à quantidade de cursos de graduação na referida área, assim como à quantidade de matriculados e concluintes no período de 2000 a 2010, demonstrando, de tal modo, que tem havido um decréscimo em todas

estas variáveis. Não obstante, percebe-se que a maior redução se dá no âmbito das IES particulares.

A demanda crescente por ensino superior, no Brasil, aconteceu a partir da década de 1960. Contudo, como não havia condições de atender a todos nas IES públicas, a demanda por mais vagas na universidade foi solucionada de modo quantitativo, através da disseminação de faculdades isoladas, com predominância do setor privado, tanto no que se refere às instituições, como às matrículas e números de cursos. Esta solução influenciou também no ensino superior em Turismo (RAMOS e GARCIA, 2006).

No Brasil, o ensino superior é oferecido por quatro diferentes tipos de instituições: Faculdades isoladas (geralmente de pequeno porte e que oferecem poucos programas); Faculdades Integradas (compostas de duas ou mais faculdades isoladas que oferecem um maior número de cursos); Centros Universitários (onde oferecem uma grande variedade de programas); e Universidades (localizadas em um ou mais campi de grande porte e que oferecem uma grande variedade de programas e cursos de ensino, pesquisa e extensão). Os quatro tipos de IES apresentados acima podem ser tanto de iniciativas públicas ou privadas. Não obstante, a maioria das universidades são públicas, enquanto as outras são majoritariamente privadas (LEAL, 2004).

O estudo do Turismo em nível superior no Brasil iniciou-se em 1971, com a implementação do primeiro curso na então Faculdade Morumbi (instituição privada), em São Paulo.

A proposta inicial era de criação de um curso técnico de Turismo, porém havia uma demanda reprimida especialmente de mulheres que, segundo ele, estavam voltando aos bancos escolares após terem criado seus filhos. Tal realidade dizia respeito, entre outros fatores, ao período conhecido como milagre econômico brasileiro, com ascensão da classe média, reforma universitária e investimentos na área de turismo no sentido de atrair moeda forte estrangeira, ocorridos durante os primeiros anos da ditadura militar (MEDAGLIA, SILVEIRA e GÂNDARA, 2012, p.13).

O segundo curso do Brasil foi criado pela USP – o primeiro de turismo em IES pública. Conforme abordado por Celeste Filho (2002), por ser um setor em expansão e, principalmente, por aludir a um baixo investimento necessário para a abertura de cursos nessa área, um número expressivo de cursos técnicos e superiores em Turismo foi aberto, razão que permite verificar a preocupação acentuada com a formação da mão-de-obra específica na área (CATAMBRY e COSTA, 2005).

Ao pesquisar a institucionalização do primeiro curso universitário de Turismo em IES pública no Brasil, Celeste Filho (2002) constatou que, no âmbito educacional da década de 1970, muito do que foi criado dependeu de ocasiões, fatores favoráveis e pessoas que

aproveitassem as oportunidades, inclusive para a criação da graduação em Turismo. Um desses momentos pode ser lido através da entrevista de Celeste Filho à senhora Celeste Portugal Mata:

Célia Portugal Mata: Eu me encontrava prestando serviço na APP [Associação dos Profissionais de Propaganda], no que seria depois o curso de Propaganda e Marketing. Aí nós fizemos o Primeiro Congresso Nacional de Propaganda. A abertura foi na Assembléia Legislativa. O Jarbas Passarinho veio abrir o Congresso. Eu secretariava este Congresso. No camarim da Assembléia Legislativa, o Jarbas Passarinho chegou para o Dr. Ferri e disse assim:

– Oh Ferri, você faz ou não faz o curso de Turismo na USP?

Ele respondeu assim:

– É a Célia que está inventando esse negócio de Turismo.

Aí, eu chamei o Valter de Oliveira que estava lá e ia fazer parte da mesa também. Chamei o Mário Beni, que ministrava no curso de Relações Públicas e Propaganda [da ECA] a disciplina de Turismo e Desenvolvimento. Juntou-se o Prof. Modesto Farina; o Prof. Cândido Teobaldo de Souza Andrade, ambos do departamento de Relações Públicas e Propaganda [da ECA]. Ali, nós cinco reunidos fizemos o plano do curso.

O Jarbas Passarinho disse assim:

– Vocês têm um mês para me mandar o currículo para Brasília.

Aí pronto, nós providenciamos isto nos dias seguintes, quando acabou o Congresso de Propaganda. (...)

Pois bem, aí nós fizemos o roteiro do que seria o curso. Antes de um mês, eu levei para o Jarbas Passarinho um documento rascunhado, no gabinete dele, de Ministro da Educação. Eu voltei para São Paulo com o rascunho já mais ou menos rabiscado do que eu tinha levado.

Foi aí que o Ferri instituiu uma comissão para criar o curso de Turismo e criou lá na ECA o primeiro curso de Turismo em nível universitário.²

O autor Celeste Filho (2002) ressalta que não há registro dessa parte da história em documentos oficiais arquivados na USP, mas consta que o processo de criação do curso de Turismo iniciou a partir de uma influência externa à instituição. A citação permite inferir que o curso foi criado sem uma pesquisa profunda, apenas pautada no interesse de poucas pessoas que detinham o poder para tal, e influenciada, ainda, pela reforma universitária e o caráter de profissionalização que assolava o país na época.

O que significou esse enfoque de profissionalização no ensino superior e por que o surgimento do Turismo com cursos de graduação, nesse contexto, acarretou aspectos contraditórios? Para responder a essas questões, é preciso lembrar, que, provavelmente, a área do turismo tenha sido uma das áreas que contribuiu para inserir mudanças que estavam ocorrendo no campo da economia mundial nas

² Entrevista realizada por Celeste Filho com a Sra. Célia Portugal Mata em 17/12/2001. Disponível em: <http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe2/pdfs/Tema7/0752.pdf>

universidades e faculdades que, até então, tinham, como campo de atuação a formação para profissões liberais clássicas, como engenharia, medicina, direito, arquitetura, administração, física, química entre outras (CARNEIRO, 2008, p.116).

Rejowski (1996) relata que essa expansão ocorreu devido à necessidade de mão-de-obra qualificada para atuar na área. Tendo no início ocorrido treinamento técnico e depois sendo percebida a necessidade de uma formação aprofundada e abrangente que estimulasse a capacidade crítica e de inovação, surgindo, em consequência, os cursos de nível superior em Turismo.

Ao comparar a existência de cursos superiores de Turismo com outros como Economia, Geografia, Administração, etc., pode-se dizer que esta graduação trata-se de um curso novo e, por isso, parte da sociedade e dos empresários do setor apresentam um desconhecimento do que significa o ensino superior nessa área de estudo. Nessa vivência capitalista, parte dos empresários visualiza a área turística como uma atividade de consumo, meramente mercadológica e não como uma área de conhecimento. Não obstante, é necessário que se esclareça aos empresários que a atividade turística não se limita apenas ao aspecto econômico, como enfatiza Trigo (2002):

Os empresários precisam entender que turismo não possui apenas aspectos econômicos ou administrativos. O turismo é um fenômeno social, cultural, político, ambiental (claro que também econômico), mas não pode ser reduzido a cifras ou métodos de gestão. Os alunos em turismo não estudam apenas para trabalhar em agências de viagem ou transportadoras, por exemplo. Há dezenas de possibilidades na iniciativa privada (como empregados ou empreendedores), no setor público e nas organizações não governamentais, no Brasil e no exterior, diretamente relacionadas ao turismo ou a áreas correlatas (TRIGO, 2002, não paginado).

Segundo Brusadin (2007), além do contexto da profissionalização com excelência para as empresas turísticas, é importante destacar que as instituições com cursos superiores em Turismo precisam realizar pesquisas, impulsionando o interesse do bacharel na investigação crítica, com o intuito de incentivar a busca por ética e responsabilidade no contexto turístico. As instituições de ensino têm como compromisso direcionar os estudos para a formação de recursos humanos para o mercado de trabalho, estimular e despertar a preocupação com a pesquisa e a investigação, fornecer maior embasamento cultural e humanístico e, por fim, preparar os profissionais para novas tecnologias e novos equipamentos (ANSARAH, 2002).

Para Degrazia (2006), a partir de 1990, a universidade passa a ser ela própria um objeto de concorrência e, em muitos casos, abandona preceitos humanistas, culturais e epistemológicos para suprir demandas do mercado de trabalho, ou melhor, demandas deduzidas pelos gestores universitários. Talvez por isso tenham surgido tantos cursos de Turismo, pois os gestores acreditam que o turismo seria um bom mercado. Santos (2004), por sua vez, acredita que as Instituições de Ensino Superior são, na atualidade, um mercado gigantesco, fragmentado, pouco produtivo, de baixo nível tecnológico, mas com grande procura de tecnologia e com grande déficit de gestão profissional.

Observa-se que é comum entre autores da área relacionar formação à mão-de-obra capacitada, conforme se pode observar com Brusadin (2007), ao enfatizar que o ensino superior em Turismo representa a formação de mão-de-obra qualificada para proporcionar subsídios ao desenvolvimento da área. Entretanto, Ansarah (2002) destaca que a abertura indiscriminada de novos cursos superiores não irá conseguir formar mão-de-obra capacitada, e que isso só será possível com a melhoria da qualidade do ensino.

A popularidade dos cursos de Turismo no Brasil pode ser visto na Tabela 1 com o total de cursos de ensino superior nessa área existentes no país no período que compreende de 2000 a 2010. No entanto, como afirma Bolson (2004), apesar do vasto número de cursos de Turismo em todo o país, é comum ouvir de vários estudantes e recém-formados, que o referido curso de graduação não lhe dá base para assumir um cargo profissional na área, que o mercado de trabalho não está fácil, que se ganha pouco e que o bacharel em Turismo só tem a opção do subemprego.

Percebe-se, através da Tabela 1, um grande número de cursos de graduação em Turismo no país, aumentando ano após ano (com exceção do período de 2008 a 2010, quando pôde ser visto um pequeno decréscimo). Essa redução da oferta dos cursos de Turismo no Brasil era prevista por inúmeros estudiosos brasileiros. Entre eles, o coordenador do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA), da USP, Mario Jorge Pires, que afirmou "Muitos dos cursos não vão se sustentar e acabarão fechando. Há escolas que nem deveriam funcionar" (VALLE, 2002 *apud* PANOSSO NETTO e CALCIOLARI, 2010).

O Ministério da Educação – MEC (2012), em sua página de educação superior e cursos cadastrados, registra um total de 109 cursos presenciais de bacharelado em Turismo em processo de extinção e 76 extintos. No entanto, não se conseguiu identificar a qual ano corresponde essas extinções. Todavia, esse número pode ser revisto, pois alguns cursos como o da UFRN teve apenas a habilitação modificada. Isto é, passou de “Animação Turística” para

apenas “Bacharel em Turismo” sem habilitação específica, constando na lista do MEC como extinto.

TABELA 1
Número de Cursos Presenciais de Graduação de Turismo no Brasil³

ANO	QUANTIDADE DE CURSOS
2000	209
2001	302
2002	377
2003	430
2004	461
2005	476
2006	486
2007	526
2008*	501
2009*	344
2010*	343
2012**	371

* = números preliminares

** : e MEC (2012), número que pode ser revisto, pois algumas IES apresentam mais de um curso, quando na verdade já existe alguns em processo de extinção como é o caso da UERN que na lista apresenta quatro cursos sendo que o de Areia Branca está em fase de finalização.

Fonte: Adaptado Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - INEP, 2012.

Na Tabela 1 pode ser visto um crescimento no número de cursos superiores, acrescenta-se que estes podem ter sido influenciados pelos números do turismo no Brasil, como as receitas geradas e o número de turistas visitando o país, vide que havia necessidade de uma maior regulação (mais profissionalismo no setor) e mão-de-obra capacitada para atender essas demandas e a indústria. Os números positivos do setor também podem ter feito com que os futuros alunos imaginassem que haveria oportunidades de emprego sendo oferecidas. Para ter uma ideia, em 2006, conforme dados do Ministério do Turismo – Mtur (2007), 5.018.991 de pessoas visitaram o Brasil, gerando uma receita de U\$ 4.316 milhões de dólares. Em 2011, foram 5,4 milhões de turistas estrangeiros que visitaram o país, gerando US\$ 6,7 bilhões em divisas. Esse número superou o recorde de 5,35 milhões de 2005 e foi

³ Nesta tabela consideraram-se apenas os cursos denominados com o nome turismo, excluindo-se dessa forma denominações como administração e turismo, hotelaria e turismo, entre outros.

maior que os 5,1 milhões de visitantes que estiveram no Brasil em 2010 (FOLHA, 2011). Conforme dados do Ministério do Turismo (2012), o Brasil recebeu 3.175.820 visitantes no período de janeiro a abril de 2012.

Além da percepção do potencial de desenvolvimento da atividade turística no país ter influenciado no crescimento dos cursos, também podem ter influenciado no crescimento destes a popularidade dos mesmos e as vantagens financeiras; isto é, estes cursos apresentam mensalidades relativamente baixas, se comparado a outros cursos.

Outra possibilidade para esse aumento no número de cursos foi a nova Lei de Diretrizes e Bases – LDB (Lei 9394/96), uma vez que esta lei contribuiu para autorizar a abertura de novos cursos em instituições sem tantas restrições – fato que contribuiu para o aumento na criação de cursos nas instituições privadas, especialmente, porque o número de vagas em instituições de ensino superior público não é suficiente para atender a todos os estudantes que almejassem o nível superior de ensino. Esta lei foi posta em prática em 1996 e serve para a organização do sistema educacional.

Essa mesma lei divide atualmente a educação superior do Brasil em “cursos seqüenciais” de diferentes níveis, que não geram diploma; “graduação”, abertos a candidatos que tenham concluído o nível médio ou equivalente e “pós-graduação”, compreendendo programas de “mestrado” e “doutorado”, cursos de “especialização”, “aperfeiçoamento” e outros, abertos a candidatos graduados e que cumpram as exigências da instituição de ensino que oferece (BRASIL/ MEC, 1996 *apud* MEDAGLIA, SILVEIR, e GÂNDARA, 2012, p.9).

Destarte, como a quantidade foi priorizada ao invés da qualidade em várias IES, a continuidade desses cursos – bem como a empregabilidade dos graduados – não acompanhou esse crescimento, o que permite dizer que se faz necessário tomar uma atitude para que esse quadro seja revertido.

No que tange à diminuição das graduações em Turismo, destaca-se que, na cidade do Natal, recorte espacial do presente estudo, houve um decréscimo no número destes⁴. A cidade já chegou a apresentar sete cursos superiores de Turismo; entretanto, atualmente, apresenta apenas cinco, sendo que um destes não formou turma no ano de 2011 – o que pode significar que apenas manterá as turmas já existentes. Caso isso se confirme e não se forme mais turmas, em breve, Natal terá metade dos que já apresentou outrora. Essa redução de cursos na cidade pode ser influenciada pela baixa absorção destes profissionais no mercado de trabalho.

⁴ Salienta-se que não constitui objetivo deste trabalho avaliar o porquê desses cursos estarem se extinguindo. Porém, considera-se válido apresentar algumas linhas sobre o referido assunto.

O boom na oferta de cursos na área, com o crescimento das instituições privadas, também ajudou a pulverizar os alunos, mas perdeu força e a quantidade de vagas para a formação de turismólogos caiu. "Houve um grande crescimento e de repente o mercado não estava absorvendo as pessoas que estavam se formando. As coisas foram se acomodando e alguns cursos deixaram de ser oferecidos", diz Jurema Dantas, da UnP. (MOURA, 2010, NÃO PAGINADO.)

Acrescenta-se que o crescimento no número de graduados, conseqüentemente, provocou um aumento competitivo no mercado de trabalho. Na Tabela 2, é possível visualizar a quantidade de formados na área de turismo no período de 2000 a 2010 no Brasil. Conforme Fallows e Steven (2000), muitos dos novos egressos de cursos superiores ingressam em empregos nos quais não utilizam os conhecimentos específicos adquiridos nos cursos de graduação nem obtém empregos de nível superior.

TABELA 2
Número de matrículas e concluintes em Turismo (Brasil)⁵

ANO	QUANTIDADE DE MATRÍCULAS	QUANTIDADE DE CONCLUINTE
2000	33.916	2.781
2001	48.495	4.394
2002	63.474	6.715
2003	69.909	9.183
2004	69.777	11.424
2005	65.246	13.155
2006	58.461	11.219
2007	53.843	10.885
2008*	46.973	9.223
2009*	30.159	6.899
2010	30.051	6.236

* = números preliminares

Fonte: Compilação - INEP, 2012.

Na tabela 2, pode ser notado um alto índice de formados em Turismo, no entanto, é importante destacar que nos anos de 2006 a 2010 houve uma redução no número de

⁵ Nesta tabela consideraram-se apenas os cursos denominados com o nome "Turismo", excluindo dessa forma cursos como "Administração em Turismo", "Hotelaria e Turismo", entre outros.

concluintes, mesmo com o crescimento do número de cursos nos anos anteriores. Isso pode significar que o número de alunos por turma diminuiu, ou até mesmo houve, por parte dos alunos, algum atraso na conclusão do curso ou ainda desistência destes. Percebe-se, ainda, que o número de matrículas sempre esteve acima dos 30 mil, sendo que o número de concluintes nunca passou dos 13 mil. Ou seja, comparando o número de matrículas efetuadas, nunca se chegou sequer à metade da quantidade de concluintes no período de 2000 a 2010.

Ainda na Tabela 2, pode-se analisar a quantidade de matrículas realizadas nos anos de 2000 a 2010. Entre 2002 e 2005, tem-se o maior número de matrículas realizadas em cursos de Turismo. No entanto, quando se verifica o número de concluintes, é possível visualizar um pequeno número de formados. Enquanto em 2003 atingiu-se o auge de 69.909 alunos matriculados, a quantidade de concluintes nunca foi superior a 13.155 – o que demonstra um alto número de evasão nos cursos superiores de Turismo. A partir de 2004, começa a haver um decréscimo na quantidade de matrículas, o que possibilita inferir que também ocorreu uma diminuição no número de candidatos por vaga; e ao observar a Tabela 4, verifica-se que essa maior redução acontece nas IES privadas, tendo as IES públicas um decréscimo apenas no ano de 2009. Todavia, em Natal, o número de candidatos inscritos para prestar vestibular para Turismo em IES pública apresenta uma redução, conforme relata a coordenadora do curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

O número de candidatos inscritos para disputar uma vaga no curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte caiu 69,83% em 2010, na comparação com 2005, ano em que o turismo internacional atravessava uma fase de ouro no estado. Dificuldades encontradas no mercado de trabalho, como baixa remuneração, carga horária pesada e concorrência com candidatos de outras áreas e sem nível superior estão entre as possíveis explicações para os números, diz a coordenadora do curso na UFRN, Andrea Dantas.⁶

Destaca-se que notícias divulgadas como “o aumento no número de turistas no país” ou o “aumento nas receitas provocadas pelo turismo” podem ter influenciado para que o número de estudantes nesses cursos aumentassem, já que existe (ou pelo menos deveria existir) uma relação entre os cursos de Turismo e o aumento de turistas no país. Isso poderia indicar espaço no mercado de trabalho. No entanto, não foi o que aconteceu. Vide o número de matriculados em 2003 chegando a quase 60.000 alunos, e todos os mais de 40.000 alunos matriculados nos outros anos, acredita-se que não há espaço para todos no mercado de

⁶ Entrevista concedida a Tribuna do Norte, disponível em: <http://tribunadonorte.com.br/noticia/turismo-precisa-de-planejamento/162721>

trabalho. Ao se deparar com essa realidade, entre outros motivos, diminuiu o número de matrículas, ou simplesmente não houve conclusão nem da metade desses matriculados, evidenciando, assim, uma grande evasão nos referidos cursos.

Através da Tabela 3, pode-se perceber que a maior redução no número de concluintes tem sido nas IES privadas.

TABELA 3
Número de concluintes por IES públicas e privadas⁷ no Brasil

ANO	PÚBLICA	PRIVADA
2000	181	2.048
2001	182	2.599
2002	387	6.328
2003	761	8.422
2004	751	10.673
2005	870	12.285
2006	929	10.290
2007	1.236	9.649
2008*	1.156	8.067
2009*	1.290	5.609
2010	1.075	5.161

* = números preliminares

Fonte: Compilação - INEP, 2012.

A redução no número de cursos em IES privadas pode ser justificada a partir de dificuldades financeiras destes alunos e de, talvez, não conseguirem conciliar o emprego com os estudos (no caso de quem necessitava trabalhar para pagar os próprios estudos). Esses futuros profissionais podem não ter visualizado retorno financeiro ao final do curso, bem como ter tido dificuldades para se inserirem no mercado de trabalho, ou terem recebido salários baixos, não condizentes com uma formação em nível superior. A diminuição na quantidade de cursos teve como consequência a redução no número de matrículas, como citado anteriormente que a redução maior aconteceu nas IES privadas. Logo, a queda maior se deu na quantidade de matrículas em IES privadas também, como pode ser visto na Tabela 4.

⁷ Conforme banco de dados da sinopse do INEP, nas IES públicas estão incluídas as instituições federais, estaduais e municipais, no quesito privadas considera-se as instituições particulares, comunitárias e filantrópicas.

TABELA 4
Número de matrículas por IES públicas e privadas

ANO	PÚBLICA	PRIVADA
2000	2.102	31.814
2001	2.593	45.902
2002	3.915	59.559
2003	5.364	64.545
2004	6.013	63.764
2005	6.430	58.816
2006	6.998	51.463
2007	8.738	45.105
2008	9.324	37.649
2009	8.422	21.737
2010	9.687	20.364

Fonte: Compilação - INEP, 2012.

O profissional de Turismo forma-se diante de muitas incertezas. Diversas vezes, os bacharéis da área são obrigados a aceitar oportunidades de trabalho que não necessitam de formação superior e, conseqüentemente, recebem salários mais baixos (TRIGO, 1998). Fato esse que também pode ter influenciado nessa redução no número de matrículas e cursos de Turismo. Observa-se, também, que o crescimento de bons e disputados postos de trabalho acontece apenas para uma elite de empreendedores, educadores e consultores. Além disso, constantemente são “obrigados” a trabalhar com uma elevada carga horária de trabalho, e os empresários da área oferecem pouco reconhecimento com os diplomados em Turismo (FONSECA, 2005).

Dessa forma, os bacharéis em Turismo se encontram em uma posição crítica no mercado de trabalho, devido ao fato de não possuírem seu espaço específico de atuação (TRIGO, 1998). O desenvolvimento da educação em Turismo, dado o acelerado crescimento, acarretou, de modo previsível, diversos problemas e tensões. No Reino Unido, por exemplo, os programas foram criticados por carecerem de conteúdo sério ou de rigor acadêmico. O crescimento da quantidade de cursos foi muito maior que o desenvolvimento das oportunidades de emprego, e os cursos foram responsabilizados por não oferecerem treinamento suficiente de habilidades. No entanto, contra isso, quando foram inspecionados,

os cursos de Turismo foram considerados capazes de proporcionar educação de qualidade aos estudantes, levando a perspectivas adequadas de emprego (AIREY, 2008).

No que concerne a Natal, espaço geográfico do presente estudo, diversos estudantes reclamam da qualidade do ensino recebido, enfatizando, principalmente, a diferença que existe entre o que veem na universidade e o que lhes é cobrado no mercado de trabalho. Porém, esses mesmos cursos são bem avaliados no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE), como pode ser visualizado na Tabela 5 – já que os conceitos variam de 1 a 5 e as IES aqui pesquisadas tiveram notas entre 3 e 5.

TABELA 5

Notas do ENADE das IES que oferecem o curso de Turismo em Natal

IES	2006	2009
UERN	5	5
UFRN	5	4
FACEX	3	4
FCC	Não consta no relatório	4
UNP	Não consta no relatório	3

Fonte: E-MEC, 2012.

Este exame faz parte do sistema de avaliação da educação superior do Brasil. Cabe destacar que se considera essa avaliação através do ENADE limitada, uma vez que os cursos, em todo o país, são avaliados de forma igual, através de um único modelo de prova, quando cada região, estado ou cidade tem suas particularidades – o que torna essa avaliação generalista ao não considerar as diferenças que existem de uma localidade para outra.

2.3 TENDÊNCIAS DA EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO

No subtópico “tendências da educação superior em Turismo” é discutido o acesso ao ensino superior por parte dos que pertencem à classe não dominante, que, durante décadas, não usufruíam de tal benefício. Também se realiza uma discussão sobre a ponte que ainda existe entre a academia e o mercado de trabalho, assim como traz ao cerne do debate a iniciativa para o futuro da educação em Turismo – TEFI (*Tourism Education Future Initiative*).

Obter um diploma em curso superior em um país como o Brasil é comemorado com louvor pelos diplomados e suas famílias, pois, durante muitos anos, nem todas as pessoas conseguiam tal vitória, especialmente as mais carentes. No entanto, essa situação tem mudado, à medida que o governo tem investido em programas⁸ que facilitam a entrada de indivíduos que não teriam condições de serem aprovados em processos seletivos para as IES públicas ou que não teriam condições financeiras de pagar uma IES privada. Medidas tomadas, entre outros motivos, por causa das péssimas condições no ensino básico.

Destaca-se que não é pretensão da presente pesquisa discutir a qualidade da educação básica no país; isso é apenas uma ressalva. Retomando, o fato de conseguir um diploma não garante aos donos destes um espaço no mercado de trabalho. É necessário um bom desempenho do profissional, entre outras coisas que serão discutidas ao longo do trabalho.

Para Wickens e Forbes (2004), essa acessibilidade para os de classe menos abastada tem influência no desempenho pessoal dos futuros profissionais, pois os estudantes de classe média estão melhores preparados para assumir a posição de discente do ensino superior, sabendo o que esperar da Universidade e já tendo sido iniciado na cultura dominante.

Os primeiros estudos sobre a aprendizagem de alunos afirmou que a explicação mais óbvia para as diferenças de desempenho educacional é a capacidade individual do estudante. Os críticos dessa explicação determinista (por exemplo, Bourdieu e Passeron, 1977). Argumentam que a estratificação de classes está diretamente ligada ao sucesso ou fracasso educativo individual. E isto é influenciado pelo marxismo que argumenta que a falha do sistema de educação é que é voltada para a classe dominante, ou seja, a classe alta. Alunos de classe alta tem uma vantagem sobre os outros, pois foram socializados na cultura dominante (WICKENS E FORBES, 2004, p.153).

De toda forma, acredita-se que, apesar da posição social ter certa influência, cabe ao indivíduo portador do diploma a busca pelo bom posicionamento no mercado de trabalho. Para isso, é importante que lhes sejam oferecidos bons cursos que os estimulem a serem bons profissionais. Nesse quesito, faz-se necessário planejamento e melhorias para a formação dos

⁸ Dois dos mais conhecidos são: 1) Programa Universidade para Todos – (ProUni) que concede bolsas parciais de 50% ou integrais para candidatos que estudaram o ensino médio em escolas públicas ou ainda que tenham estudados em escolas privadas com bolsa integral e apresente uma renda salarial mínima que não ultrapasse três salários mínimos por pessoa na família; e 2) O Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior – (Fies) que atende a pessoas que não se enquadram no perfil do Prouni, mas que ainda assim não tem condições de financiar os estudos em um curso de nível superior. O programa permite que o aluno pague o financiamento do curso ao final da graduação.

futuros bacharéis em Turismo – situação esta que está relacionada diretamente ao futuro da educação superior em Turismo.

O mercado global não exige que os graduados em um curso superior obtenham apenas conhecimentos em nível profissional, mas também a capacidade de se adaptar aos novos campos de conhecimento que não estão necessariamente relacionados ao campo específico de estudo – o que faz surgir um novo tipo de profissional: o profissional flexível. Com o objetivo de analisar esse profissional, surgiram os projetos CHEERS⁹ e REFLEX (projetos que buscam analisar a importância que os graduados em nível superior dão aos seus estudos com relação ao mercado de trabalho após alguns anos em que se obteve sua titulação) (RUIZ *et al* , 2008). Dados sobre esses projetos podem ser visualizados no Quadro 1.

QUADRO 1
CHEERS x REFLEX

CHEERS	REFLEX
Número de entrevistados: 36.000 graduados universitários, procedentes de 12 países, quatro anos depois da titulação.	Aproximadamente 39.000 graduados europeus em 1999/00 responderam ao questionário cinco anos depois de terem se formado. A pesquisa REFLEX é uma iniciativa da União Europeia na qual colaboram treze países europeus e o Japão
Países incluídos no estudo: Alemanha, Áustria, Espanha, Finlândia, França, Itália, Noruega, Países Baixos, República Checa, Reino Unido e Suécia, além do Japão	Itália, Espanha, França, Áustria, Alemanha, Países Baixos, Reino Unido, Finlândia, Noruega, República Checa, Suíça, Bélgica, Estônia e Japão

Fonte: Adaptado RUIZ *et al* , 2008.

Os resultados deste projeto revelaram uma acentuada diversidade entre os diferentes países, no que diz respeito aos vínculos entre a educação superior e os empregos dos graduados universitários.

Essa preocupação com o ensino superior, com a eficácia desta educação relacionada à empregabilidade dos graduados tem influenciado a definição de algumas políticas educacionais como é o caso da “Declaração de Bolonha”, assinada em 1999 por 29 ministros de Educação europeus, que deu início ao importante processo de renovação em que hoje estão imersas as universidades, pois estas geralmente sofrem problemas de eficácia e eficiência acadêmicas. Por um lado, há problemas de eficácia, pois, existe um desajuste entre

⁹ Segundo Ruiz, (et al 2008), o projeto recebeu o título oficial de “La Educacion Superior y el Empleo de Graduados universitarios en Europa”, mas ficou conhecido como “projeto CHEERS”.

a oferta educativa (ainda muito ligada às necessidades de uma sociedade industrial) e a demanda da sociedade (cada vez mais relacionada com as necessidades da sociedade do conhecimento). Por outro, há problemas de eficiência, onde nem toda IES tem conseguido cumprir com o prometido e formar verdadeiros profissionais (HORTALE e MORA, 2004).

Os cursos educacionais em Turismo precisam ser revistos, mudando a natureza do que é ensinado e como ele é ensinado. As habilidades e os conhecimentos requeridos pelo diplomado devem ser redefinidos, assim como suas estruturas e pressupostos precisam ser questionados (SHELDON et al, 2008).

Muitas são as competências requeridas dos profissionais do Turismo, nos dias atuais, em termos de habilidades técnicas, conhecimentos gerais, postura, ética e disposição para o aprendizado por toda carreira. Estas competências têm sido definidas por diferentes autores, como forma de contribuir para os processos de seleção de pessoal, treinamento, avaliação de desempenho e também na formação do indivíduo nas universidades. Este novo cenário leva as universidades a reverem suas práticas e a se preocuparem em como devem preparar o indivíduo que irá atuar neste mercado (SOGAYAR e LONA, 2011, p.1).

Faz-se necessário refletir sobre a preparação que os cursos de Turismo têm dado aos seus futuros bacharéis, com relação às competências, conhecimentos e habilidades para atuar na “indústria do turismo”, bem como isso pode influenciar no futuro dos cursos diante de um mercado cada vez mais globalizado e maduro. O Ministério da Educação (MEC), através das diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em Turismo, instituiu as competências e habilidades que um egresso da área deve apresentar ao concluir o curso. Estas podem ser vistas no Quadro 2.

Como se percebe, há uma variedade de itens que requer cuidados e atenção por parte das IES. Embora exista um grande número de cursos superiores de Turismo, pesquisadores em todo o mundo, como Tribe (2008) e Airey (2008), tem discutido e pesquisado sobre o perfil profissional que esses formados devem apresentar e o tipo de currículo que deve ser oferecido nesses cursos. Ao mesmo tempo, isso pode ocasionar um maior conhecimento e respeitabilidade por parte dos empresários que ainda desconhecem as habilidades e competências dos bacharéis formados na área.

QUADRO 2

Competências e habilidades que um curso de graduação em Turismo no Brasil deve proporcionar aos seus egressos

- I - compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- II - utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
- III - positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;
- IV - domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;
- V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
- VI - adequada aplicação da legislação pertinente;
- VII - planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;
- VIII - intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;
- IX - classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- X - domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;
- XI - domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;
- XIV - domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;
- XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
- XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- XVII - compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;
- XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;
- XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.

Fonte: MEC, 2006

A partir da compreensão por parte dos empresários sobre as competências e habilidades dos graduados em turismo poderia haver mais espaço para atuação destes egressos e uma diminuição da lacuna entre estes. O debate entre a academia e o mercado de trabalho não é recente. Em 1988, Burton (*apud* FIDGEON, 2010) viu a necessidade de construção de pontes entre a educação e a “indústria do turismo”. O autor defendia a inclusão da experiência de trabalho e a introdução de organizações profissionais do turismo no planejamento curricular. A participação dos futuros diplomados no mercado de trabalho pode se dar através de visitas técnicas, aulas de campo, projetos e cooperações entre as IES e as empresas. Nesse último caso, as instituições privadas levam vantagem sobre as públicas, visto que nas IES públicas é necessário enfrentar uma grande burocracia. Passados vinte e quatro anos desde a citação de Burton, ainda não se chegou a um consenso para essa ponte ou então não se tem dado valor às pesquisas realizadas pelos professores e alunos das instituições de ensino.

É importante fazer essa ponte entre a academia e a “indústria do turismo” pois esta envolve uma variedade de atores como: sociedade, empresários, estudante e IES. Vale salientar que não se defende aqui um currículo que seja apenas de cunho profissional, isto é, que objetive apenas a contratação empresarial do diplomado. Aconselha-se a fazer uma mescla entre os dois (teoria e prática). Caso contrário, o futuro profissional pode ser prejudicado. Conforme Dencker (2004, p. 8) “A formação em Turismo não deve visar apenas à inserção do profissional no mercado de trabalho, e sim prepará-lo para pensar o mercado”. Para ela “A universidade é o espaço de disseminação, consolidação e renovação das práticas conhecidas, mas também precisa ser o espaço da reflexão, inovação, criação, um espaço privilegiado onde se aprende como pensar e não o que pensar”.

Desse modo, observando a realidade brasileira, o desafio posto às IES é tirar o caráter puramente de mercado em que este saber se transformou e fazer com que o professor direcione o conteúdo para o contexto da produção do fazer-saber turístico (MOESCH, 2000). Aqui se faz uma ressalva, pois se percebe uma contradição quando esta autora afirma que o saber em Turismo é puramente mercado, enquanto outros autores como Barreto (2001) e Pizam (1999) enfatizam que a percepção dos empresários quanto à formação que os estudantes de Turismo recebem é diferente do que eles necessitam.

Por isso, é necessário lembrar, como corrobora Trigo (2002), que a academia não prepara profissionais apenas para o "mercado", mas para a sociedade em geral, pois um país como o Brasil, que possui grandes índices de concentração de renda, violência, déficit e corrupção precisa de conhecimentos mercadológicos sim, mas acompanhados dos conceitos de ética, educação integral e cidadania. Ademais, a prioridade não deve ser necessariamente

as perspectivas de carreira, mas sobre como estes indivíduos podem ser preparados adequadamente para contribuir com o desenvolvimento saudável da sociedade em que vivem.

Ao planejar um currículo, deve-se levar em consideração que o turismo é um agente de mudanças que pode influenciar na estrutura e rotina de uma cidade e sociedade. Para planejar um currículo é necessário levar em consideração perspectivas diferentes. É importante fazer o aluno questionar o mundo à sua volta e ter criticidade.

Diante da globalização, é possível utilizar ideias e metodologias provenientes do exterior para implantar nos currículos, bem como utilizar novas formas de aprendizagem que incentive a educação reflexiva, isto é, uma educação que estimule a avaliação crítica e a capacidade de pensar estrategicamente. O estímulo ao pensamento crítico é uma forma de evitar o “tecnicismo” e enclaves acadêmicos. Se o currículo apresenta apenas disciplinas acadêmicas, haverá um “divórcio” entre a academia e o mercado. Isso constitui uma inútil torre de marfim, onde um campo (mercado de trabalho) não compreende o outro (academia).

Este paradoxo é um desafio para os educadores de Turismo fazerem com que os alunos sejam parte do mundo, e não distantes ou removidos dele, ou seja, fazer com que os futuros bacharéis não vivam em um mundo paralelo à realidade, onde se adquire competências e habilidades que podem ser utilizadas no mercado de trabalho. Do mesmo modo, as universidades não precisam tornar-se apenas lugares de crítica. Devem contribuir para formar uma força de trabalho altamente qualificado, mas também voltados para a realidade de sua sociedade.

De acordo com Masetto (2003) há uma necessidade de a universidade sair de si mesma, arejar-se com o ar da sociedade em mudança e das necessidades da sociedade, e então voltar para discutir com seus especialistas, então docentes, as mudanças curriculares exigidas e compatíveis com seus princípios educacionais. Neste contexto destacam-se os seguintes preceitos: formação profissional simultânea com a formação acadêmica, mediante um currículo dinâmico e flexível, que integre teoria e prática em outra organização curricular que não aquela que acena apenas para o estágio; revitalização da vida acadêmica pelo exercício profissional; desestabilização dos currículos fechados, acabados e prontos; redimensionamento do significado da presença e das atividades a serem realizadas pelos alunos nos cursos de graduação das faculdades e universidades nos mais diferentes espaços de aprendizagem; ênfase na formação permanente que se inicia nos primeiros anos de faculdade e se prolonga por toda a vida (COSTA, 2005, p. 3)

Para planejar um currículo é necessário levar em consideração perspectivas diferentes. Além disso, há que se considerar a concepção que o elaborador do currículo tem sobre turismo, se irá dar ênfase ao aspecto profissional ou acadêmico. Em 1992, o órgão oficial britânico *HM Inspectorate* (1992, p. 25 *apud* AIREY, 2004, p. 10) comentou que

programas relevantes e bem concebidos oferecem um bom equilíbrio entre teoria e prática e oferecem aos alunos um desafio acadêmico adequado.

Os cursos devem ser projetados para propiciar aos futuros diplomados os conhecimentos e habilidades que possam se adaptar em mercados de trabalhos diferentes. Aqui faz-se uma ressalva: formar para mercados diferentes sugere um currículo generalizado onde é visto um pouco de casa coisa. No entanto, os cursos que são mais generalizados têm sido muitas vezes criticados por não desenvolverem as competências técnicas necessárias na indústria do turismo moderno. O resultado pode ser um programa que não faz justiça a qualquer setor. Todavia, quando o curso é muito específico, corre-se o risco de excluir o estudo de questões importantes.

Para Barretto (2001), necessita-se de tipos de profissionais de Turismo diferentes, fazendo-se imperativo segmentar o setor profissionalmente para que o sistema possa ser atendido.

Provavelmente, num futuro próximo, deva haver cursos diferentes para pelo menos quatro tipos de profissionais de turismo: o planejador, um criador de formação eclética capaz de abranger a complexidade do fenômeno turístico (que seria formado com os currículos atuais dos cursos), um administrador de empresas de turismo, com uma formação particular orientada para a empresa privada o mercado, a mão de obra técnica especializada, treinada para realizar um trabalho de bom nível, e os pesquisadores das diversas ramas [sic] que decidam centrar suas questões no turismo (BARRETTO, 2001, p. 148).

Nota-se assim, que, de acordo com a autora, deverá haver uma especialização dos profissionais do turismo, um reducionismo do conhecimento, onde cada profissional terá a formação específica para cada ramo de conhecimento na área turística.

Ademais, é importante que o curso não satisfaça apenas ao mercado turístico, mas também mantenha o rigor acadêmico e, principalmente, que atenda às necessidades dos alunos – que desejam aulas relevantes e enriquecedoras – a serem preparados para um mercado de trabalho em constante mudança. Essa preparação necessita criar soluções inovadoras para aprendizagem dos seus “clientes” e encorajá-los a buscar seu próprio aprendizado.

De acordo com Ansarah (2002), o ensino em Turismo deve atingir o teórico e o prático, e o docente deve buscar aprofundamento nos conhecimentos teóricos e direcionar o ensino quando tiver domínio do conteúdo e vivenciar a prática de turismo. Isto pode ser feito através de visitas técnicas antes de fazer abordagem em sala de aula. Concorde-se em parte com a posição da referenciada autora. Algumas disciplinas mais práticas relacionadas à hotelaria e agenciamento, por exemplo, podem se encaixar na observação de Ansarah. Por

outro lado, tem-se disciplinas que não necessitam dessa ida *in loco*, e pode ser trabalhada com os alunos através de estudos de casos e abordagem por problemas onde se analisa a realidade do destino estudado. Ansarah (2002) afirma ainda que “a carência de formação prática na área do turismo é o fator de desequilíbrio entre as necessidades do setor e os graduados”.

Para a autora supracitada, existem cinco práticas pedagógicas necessárias para o aperfeiçoamento do futuro bacharel em Turismo: vivência na elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal; vivência na elaboração e operacionalização em Semanas de Turismo; vivência na elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso; vivência na elaboração de trabalho de análise interdisciplinar; e, por fim, vivência em estágios profissionalizantes.

Esta fórmula desenvolvida pela autora resume-se na tentativa de inclusão do discente no mundo participativo acadêmico e mercadológico, desenvolvendo neste aluno um extremo interesse pelo turismo e suas matérias co-relacionadas. Na verdade, o que se tem atualmente é uma grande necessidade de ampliar as discussões e os debates sobre a relação conflituosa entre as exigências do mercado de trabalho e o profissional formado nos cursos de bacharelado em turismo. Desta forma para que estanque o questionamento acerca da qualidade dos inúmeros cursos de turismo existentes no Brasil, faz-se necessário criar instrumentos adequados e determinar os novos perfis profissionais, em conformidade com a evolução da atividade turística. Para tal, é necessário que seja elevada a qualidade de ensino nas escolas superiores de turismo; que se promova a integração entre as entidades docentes e as empresas do setor turístico em todos os países, e por fim, que se estimule as instituições de ensino a aprimorar o nível acadêmico de seus currículos (COSTA, 2005, p. 5).

Um curso ideal deve assegurar oportunidades de estágios para seus alunos, pois este é o primeiro contato com o mercado de trabalho e pode contribuir para a reflexão profissional e enriquecer suas experiências. Vale salientar que essa atividade deve ser acompanhada por um especialista, o que poderia inibir atitudes não corretas por parte de alguns alunos que não estagiam, mas conseguem declarações de como se tivessem estagiado.

O estágio também contribui para que o futuro diplomado perceba quais áreas tem mais aptidão e clarear as suas preferências quanto ao segmento que deve seguir no mercado de trabalho, além de conseguir diagnosticar os pontos fortes e fracos em relação às oportunidades de trabalho que podem lhe surgir.

Também seria interessante se fosse estimulado aos alunos fazer *visita in loco* para observar como funciona o mercado de trabalho; isto não constitui apenas uma visita técnica, pois a sugestão é que o aluno desfrute de duas a três semanas em uma empresa observando o dia-a-dia. Isto poderia ser feito nos diversos segmentos. A partir disso seria possível escolher

o local em que iria estagiar. Além de estágios, é importante que o curso ofereça viagens, visitas técnicas, palestras, cursos de curta duração, entre outras atividades.

Alguns alunos entram em uma IES sem saber quais as possibilidades para ganhos no mercado de trabalho. Por isso, faz-se necessário estimulá-los a iniciar a busca pela adaptação ao mercado o mais cedo possível. Ao mesmo tempo, é necessário ouvir os alunos para criar e/ou adaptar um currículo de forma adequada.

A educação em turismo tem sido certamente eficaz para atrair alguns estudiosos muito talentosos nos últimos anos. Garantir que eles tenham oportunidades de desenvolvimento, talvez, continue sendo a chave para a Inovação e o Desenvolvimento Curricular. (FIDGEON, 2010, p. 720).

Pensar na formação dos próximos bacharéis em Turismo no futuro é um desafio que precisa começar a ser planejado, posto que, do jeito que está, já se sabe que não é o ideal – de tal forma que estudantes da área têm se questionado qual a importância dos cursos superiores de Turismo e o que fazer para melhorá-los. Não é pretensão de esta pesquisa oferecer uma fórmula pronta, mas incentivar reflexões que podem ajudar nessa futura melhoria.

Conforme TEFI (2010), para enfrentar os desafios das próximas décadas, os sistemas de ensino de Turismo precisam de uma mudança radical. Pensando nisso, em 2007, em Viena, formou-se um grupo internacional de pesquisadores, docentes e membros do setor privado, com o objetivo de discutir o direcionamento do ensino superior do Turismo para a formação de líderes do futuro e para avaliar a necessidade de desenvolver modelos alternativos de educação na área. O grupo denomina-se *Tourism Education Future Initiative* (TEFI). Este vem realizando eventos anuais, onde foi definido um conjunto de valores para orientar a educação em turismo para os próximos 20 anos. Estes valores atuam como uma plataforma para os educadores e estudantes que enfrentam incertezas e mudanças quanto ao futuro cenário socioeconômico (SHELDON, 2008).

Esse conjunto de cinco princípios (valores) que os estudantes de Turismo devem incorporar durante a graduação para poderem se tornar líderes e administradores responsáveis do destino onde vivem ou trabalham são: ética, responsabilidade, profissionalismo, conhecimento e mutualidade (SHELDON, FESENMAIER e TRIBE, 2011).

Conforme Sheldon (2008), na primeira conferência do TEFI foi discutido: o papel da Universidade no mundo contemporâneo; o futuro da “indústria do turismo” e sua crescente demanda por trabalhadores qualificados; o perfil do aluno do futuro e os estilos de aprendizagem e comportamento da Geração Y e a necessidade de atrair os mais brilhantes e melhores para os estudos de Turismo. As apresentações feitas em cada evento demonstram as

barreiras e estratégias para a mudança nos processos educativos das IES, além de destacar os possíveis conflitos no ensino superior na concretização destas mudanças (SHELDON, FESENMAIER e TRIBE, 2011).

O TEFI inclui duas ações importantes: 1) um evento anual, que reúne pesquisadores de todo o mundo para analisar as questões relacionadas à educação em Turismo; e 2) grupos de Trabalho, que ao longo do ano procuram desenvolver ferramentas que podem ser utilizado para influenciar a educação na referida área.

Após o terceiro evento anual, uma série de grupos de trabalho foram desenvolvidos para criar instrumentos concretos para apoiar o TEFI. Esses grupos de trabalho incluem a seguintes atividades:

1. Desenvolvimento de um *White Paper*¹⁰;
2. A proposta de um Código de Ética, que conduz a necessidade das IES em discutir seu papel no TEFI. O papel dos professores como mentores, modelos e uma fonte de inspiração e conhecimento para os alunos é fundamental nesta iniciativa;

3. Desenvolvimento de um programa piloto de extensão para as universidades em todo o mundo. Algumas Instituições já estão começando a infundir em seus programas os valores TEFI, por exemplo: Modul University – Viena; James Cook – Austrália, Temple University – EUA e Universidade do Havaí – EUA;

4. Desenvolver um "inventário de valores" que podem ser utilizados como parte da avaliação do programa;

Conforme TEFI (2010), em 2020 os alunos podem ter problemas para se adaptar aos empregos, em função de coisas que podem ser aprendidas hoje e não existir no futuro. Isto é, muito do que se ensina aos alunos é obsoleto no momento em que se formarem. Recordar-se que nos primeiros cursos superiores eram ensinados itens que hoje em dia já não se usam, especialmente nas agências de viagens. Isso faz parte das transformações e avanços para qual o futuro profissional deve estar preparado. Essas pressões e o aumento da necessidade de uma gestão responsável dos destinos turísticos alertam para um novo paradigma de valores que deve basear a educação em Turismo.

Para avançar no objetivo de transformar radicalmente a educação em Turismo, os responsáveis pelo TEFI pretendem envolver todas as partes interessadas, como por exemplo:

10

Ver

<http://www.tourismeducationfutures.org/sites/default/files/White%20Paper%20version%20Aug%202010%20JL.pdf> . O objetivo deste *White Paper* é fornecer um quadro para o desenvolvimento futuro da educação em Turismo. Seu conteúdo foi construído com base em cerca de 50 educadores experientes e líderes da indústria, que se reuniram três vezes entre 2007 e 2009 para investigar a necessidade de mudança e para fornecer recomendações para um novo currículo em Turismo nos anos de 2010-2030 (TEFI, 2010).

líderes da indústria, alunos de Turismo e níveis superiores dos programas universitários (incluindo reitores e chanceleres) para que assim ganhem as possibilidades e perspectiva de implementação da mudança. Inclusive, a cúpula do TEFI já está criando vínculos com organizações com visões semelhantes, distribuindo o *White Paper* para os educadores em geral, indústrias, estudantes e associações de educadores em todo o mundo. A esperança é de que através do esforço colaborativo consigam mudar a educação em Turismo (SHELDON, FESENMAIER e TRIBE, 2011).

Em suma, os alunos são pessoas com as quais existem laços reais no processo de reprodução econômica e cultural. Portanto, o papel da educação em Turismo é mais do que um processo de construção de uma empregabilidade. O papel do educador é preparar o aluno para ser empregável e assumir postura ética e pensamento crítico (INUI, WHEELER E LANKFORD, 2006).

Cooper, Sheperd e Westlake (2001) questionam de um modo reflexivo, qual o sentido de ensinar Turismo se a indústria não quer os formados produzidos pelo sistema educacional. Transparece uma alusão de que se não serve para o mercado não deve existir. Discorda-se desse posicionamento, pois se acredita que há importância na existência desses cursos. Um dos problemas enfrentados para os bacharéis se inserirem no mercado – além da falta de prática citada por Ansarah (2002) – é o fato do mercado em turismo ser composto, principalmente, por pequenas e micro empresas (muitas dessas familiares, que se fecham e não dão abertura para outras pessoas qualificadas). Falta ainda um reconhecimento do mercado com relação a esses profissionais do turismo. No Brasil, isso pode começar a ser modificado a partir da inclusão da profissão de *turismólogo* na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), que permitirá rever algumas funções e planos de carreiras, tanto nas empresas públicas quanto privadas.

A construção de uma ponte entre os cursos mais práticos e os mais teóricos pode contribuir com o futuro da educação em Turismo, bem como, em longo prazo, com o futuro da indústria e do próprio turismo (COOPER, SHEPHERD e WESTLAKE, 2001).

2.4 O ENSINO SUPERIOR EM TURISMO E O MERCADO DE TRABALHO

Neste tópico, é possível perceber a relação entre o ensino superior em Turismo e a dificuldade de empregabilidade dos formados na área. Enfatizando-se que não se pode apenas

diagnosticar o ensino superior na área sem analisar o que acontece com os egressos desse campo de estudo. Destaca-se, ainda, que existe uma maior empregabilidade no setor por parte de pessoas com um grau de instrução menor, pois o mercado de turismo, de acordo com alguns integrantes do *trade*, necessita mais de indivíduos para trabalharem no âmbito operacional do que de pessoas para pensar a atividade turística.

Ao analisar o ensino em Turismo, faz-se necessário levar em consideração a empregabilidade dos indivíduos que optaram por essa área profissional. Enfim, é preciso avaliar o mercado de trabalho para os profissionais que se formam em Turismo.

Os mercados de trabalho abrangem todos os indivíduos em idade economicamente ativa, e podem ser definidos de várias maneiras: tamanho, nível e natureza das habilidades, e padrões de mobilidade. Qualquer análise desses mercados é problemática, por causa do tamanho absoluto e da diversidade dessa indústria. As dificuldades já começam na tentativa de definição de turismo, acompanhada das tentativas de definição de emprego em turismo. Mesmo quando um setor é identificado, há níveis consideráveis de diversidade organizacional e empregatícia. Os mercados de trabalho em turismo são dinâmicos, com inúmeros atores caracterizados por diversidade ocupacional e salários relativamente baixos [...] Muitos empregos em turismo são sazonais, como hotéis e outros estabelecimentos reduzindo as atividades ou fechando após alta temporada. [...] O turismo ainda pode criar empregos múltiplos; por exemplo, uma pessoa pode ter um emprego principal, num setor diferente, durante o dia, mas empregar-se em tempo parcial num emprego relacionado ao turismo, à noite. [...] Essas características empregatícias podem causar uma percepção negativa do emprego em turismo, afetando a dimensão das qualidades dos mercados de trabalho nessa área (LADKIN, 2008, p. 590).

Não obstante, a adequação da educação às necessidades e exigências do mercado turístico não é de todo o ideal. Esta deve, ainda, ficar à frente da indústria, por meio de novas tecnologias e novos desenvolvimentos, os quais raramente são desenvolvidos e implantados sem pesquisa adequada. A atividade turística precisa de profissionais que estejam sempre atualizados (LADKIN, 2008).

Todavia, segundo Hesa (1998 *apud* HANNAM, MITSCHE e STONE, 2004), cabe destacar que apenas uma minoria de estudantes é capaz de obter um emprego em que se utiliza diretamente o conteúdo acadêmico do seu curso de graduação. Estes autores entrevistaram um grupo de pós-graduados em Turismo da University of Sunderland, na Europa, e a pesquisa indica que o grande problema não são as habilidades para a empregabilidade dos indivíduos (embora haja espaço para melhoria nelas), mas que não há empregos bons o suficiente.

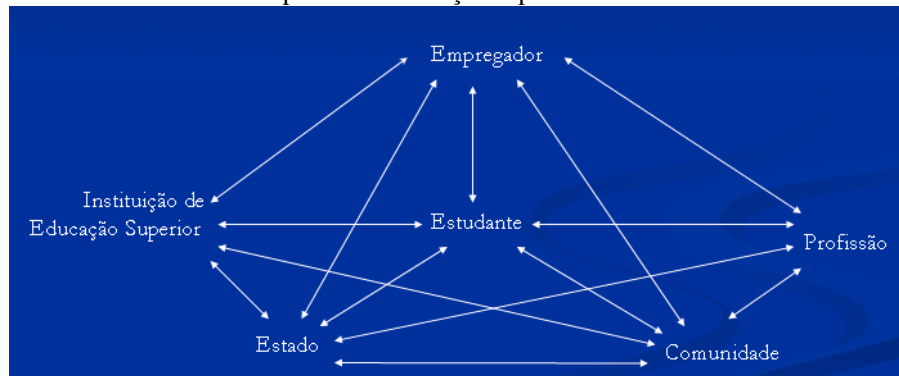
No Brasil, a dificuldade se dá, entre outros motivos, porque na maioria das vezes, na área pública, os cargos relacionados a turismo são cedidos por apadrinhamentos e indicação política – quando isso seria uma grande oportunidade de incluir os diplomados em Turismo e incentivo a dar um retorno para a sociedade. Por exemplo, os gestores públicos de

Natal, espaço geográfico da pesquisa, enfatizam em seus discursos públicos a importância que a atividade traz para a cidade, que representa 60% do Produto Interno Bruto - PIB da cidade. Por outro lado, não criam espaços para utilizar a mão-de-obra formada nas IES. A Secretaria Municipal de Turismo não é gerida por um bacharel em Turismo, mas sim por um graduado em Direito. Já na secretaria estadual, em todo o quadro de funcionários, apenas um é formado na área.

Neste quesito também se pode citar a falta de regulamentação da profissão. Em janeiro de 2012, a então presidente do Brasil, Dilma Rousseff, reconheceu a profissão de *turismólogo*. Todavia, vetou os artigos em que se exigia o diploma de bacharel em Turismo para atuar na área, o que continua possibilitando que pessoas formadas em outras áreas possam atuar profissionalmente no turismo. Por outro lado, o Instituto Brasileiro de Turismólogos, juntamente ao Ministério do Trabalho e Emprego, realizou um projeto que resultou na inclusão do turismólogo na Classificação Brasileira de Ocupações – CBO em 12 de março de 2012, o que vai beneficiar a categoria, pois será incluso nas bases de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, Receita Federal e lista de ocupações da carteira de trabalho. Benefícios estes que ajudam, ainda, futuras pesquisas a diagnosticar o perfil do bacharel em Turismo brasileiro e, principalmente, permitirá a elaboração de planos de cargos e carreiras tanto na iniciativa privada quanto na pública; ou seja, aumentará as oportunidades de emprego para os diplomados na área.

Ao aumentar as oportunidades para estes profissionais, o benefício será para diversos agentes, pois, faz-se mister destacar que existem três participantes principais na relação entre a educação superior em Turismo e o mercado turístico: o estudante, a instituição de ensino e o empregador. Em sua análise acerca dos benefícios para estudantes, a indústria e as instituições de ensino, Ellis e Moon (1998 *apud* BUSBY, 2008) sustentam que as profissões, o Estado e a comunidade em geral também devem ser considerados participantes, conforme ilustrado na Figura 3.

FIGURA 3
Participantes da educação superior em turismo



Fonte: Busby, 2008. p.139.

Como se percebe na Figura 3, o estudante é o centro dos principais participantes da educação superior em Turismo. Logo, a este, deve ser oferecida uma educação de qualidade para que possa contribuir com o planejamento e desenvolvimento da atividade turística da localidade onde estiver inserido.

As transformações sociais têm ocorrido de uma maneira muito rápida, fazendo com que o mundo do trabalho passe por mudanças radicais, tanto é que profissões extinguem-se e dão lugar a outras inéditas num espaço de tempo muito curto. As grandes empresas, inclusive as multinacionais, enfrentam mercados globalizados e competitivos. Agregado a isso, surgem também novas exigências em relação ao desempenho dos profissionais (RAMOS, 2010).

O modelo tradicional de formação para um posto de trabalho que preparava o funcionário para ser um mero executor de tarefas é uma perspectiva que a cada dia tem menos justificativa. E a educação profissional passou a formar o trabalhador pensante e inovador neste mundo globalizado e de tecnologias cada vez mais avançadas.

A área do turismo não está imune ao contexto acima e também tem passado por transformações, principalmente no tocante à demanda do mercado. De acordo com Barretto (2001), observa-se uma relação inversa entre a mão-de-obra requerida pelo mercado turístico e a oferta de cursos. Por exemplo, no México, 76% da demanda é por mão-de-obra de nível básico (garçons, recepcionistas) e a oferta educativa para esse nível é de apenas 3,4%. A demanda por profissionais de nível superior é de 6%, enquanto a oferta de cursos é de 30%. No Brasil, para o professor Mário Carlos Beni, em entrevista a Você SA de 2005, o que o mercado procura é inversamente proporcional à resposta dos cursos de Turismo. Um hotel médio, por exemplo, tem de cinco a seis gerentes e cerca de 200 funcionários trabalhando nas funções de camareira, faxineira, recepcionista, garçom e cozinheiro.

A coordenadora do curso de Turismo da UFRN, Andréa Virgina Souza Dantas, em entrevista a Moura (2010), repórter da Tribuna do Norte, compartilha com essa ideia de que se necessita mais de cargos operacionais e enfatiza que nem todos os bacharéis desejam trabalhar nessas posições. "O mercado também oferece um volume muito maior de vagas para cargos operacionais (em áreas como recepção, por exemplo) e muitas vezes as pessoas não querem começar de baixo e só aos poucos ir galgando espaço nas empresas".

Como o turismo constitui importante setor da economia de serviços e gera empregos, é necessário analisar a educação em Turismo em relação às carreiras profissionais e ao emprego. Nesse sentido, apresenta-se a Tabela 6, construída a partir da caracterização da mão-de-obra formal do setor, com estimativas baseadas nos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2004 pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, na qual é possível observar os empregos em turismo gerados no estado do Rio Grande do Norte segundo os principais grupos das Atividades Características do Turismo – ACTs.

TABELA 6

Estimativas de Emprego Turístico por nível de escolaridade no Rio Grande do Norte (2006)

Escolaridade	Alojamento	Alimentação	Transporte	Aux. Transporte	Agênc. Viagens	Alug. Transporte	Cult. e Lazer	Total
Até 4a série	734	305	457	12	13	27	59	1.607
5a a 8a série	1.639	742	1.831	30	34	68	67	4.411
2o grau	2.483	1.123	1.422	60	164	91	212	5.555
Superior	231	42	113	21	59	18	34	518

Fonte: Adaptado IPEA, 2006.

Como pode ser visto na Tabela 6, há uma maior quantidade de pessoas empregadas que possuem apenas até o ensino médio completo, enquanto os que obtiveram o ensino superior apresentam uma quantidade pequena de ocupação formal na área. Acrescenta-se, ainda, que, entre os que têm nível superior, pode ser que nem todos sejam graduados em Turismo, e enfatiza-se ainda que nem todos sejam da cidade do Natal, já que a pesquisa realizada pelo IPEA contemplou todo o estado do Rio Grande do Norte – o que demonstra que a empregabilidade dos turismólogos da cidade é pequena. Isto é, a absorção no mercado é ínfima.

Ao avaliar a valorização dos profissionais de Turismo no mercado de trabalho sob uma ótica popular, tem-se que, de acordo com informações da Revista Você S.A (2005), a falta de profissionais no turismo não se dá no nível superior, mas sim em funcionários com habilidades técnicas para ocupar cargos mais operacionais como: recepcionistas, camareiras, garçons, etc. Inclusive na época, o presidente da Confederação Nacional dos Trabalhadores

em Turismo e Hospitalidade enfatizou que “o que o setor precisa é de gente para carregar o piano e não de pessoas para tocá-lo”.

Ressalta-se que muitas vezes esses empresários não sabem sequer quais as competências e habilidades de um bacharel em Turismo, o que possibilita uma falta de valorização por parte deles (AIREY, 2004), sem contar que o aumento no número de cursos de Turismo onde não se apresenta um padrão; isto é, cada IES cria o currículo que melhor lhe convir (embora existam as diretrizes curriculares do MEC para embasar, constrói-se uma falta de uniformidade nos perfis profissionais). Isso pode confundir os empresários do setor e causar obstáculos para os graduados na área. Em uma pesquisa realizada com representantes da indústria turística do Reino Unido, os empresários disseram que não contratariam bacharéis para suas empresas. No entanto, eles sequer sabiam o que um turismólogo fazia. O diploma de graduação em Turismo não é utilizado sistematicamente pelos empresários em seus recrutamentos (PETROVA e MASON, 2004).

Para Little (2001 *apud* ZUALUF, 2006), uma avaliação da importância do ensino superior para o graduado conseguir um emprego requer uma aceção mais objetiva do conceito de empregabilidade e a apreensão da influência que uma graduação tem sobre o emprego. Ansarah (2002) apresenta inquietações quanto à empregabilidade dos egressos e indica proposições de que a falta dessa condição pode ser relacionada à falta de qualidade dos cursos, atrelando o conceito de qualidade às inconformidades nas propostas pedagógicas da maioria dos cursos superiores em Turismo. Segundo a autora, esses cursos colocam no mercado de trabalho diversos profissionais todos os anos sem possuir, contudo, os parâmetros de qualidade necessários.

Acrescenta-se, ainda, que muitas vezes os alunos não sabem ou não veem oportunidades para utilizar o conhecimento adquirido em sala de aula. Para ERNAWATI (2003 *apud* INUI, WHEELER e LANKFORD, 2006), isso normalmente é criticado como “a maioria dos currículos de Turismo são projetados por educadores com representação mínima na indústria”, isto é, pessoas que estão ausentes do mercado de trabalho turístico.

Nessa argumentação, não é considerado que a criação de empregos depende “muito mais de mecanismos estruturais que de processos educativos, sejam eles intencionais ou não, escolarizados ou não” (MANFREFFI, 2002, p. 49). Vale destacar que um dos discursos do neoliberalismo se pauta, inclusive, na inversão do processo, atribuindo à educação o papel e a responsabilidade até com relação à empregabilidade no país, tirando o foco da economia e suas condições estruturais de organização. Esse é um dos grandes nós que se encontra na

discussão sobre educação, mais precisamente sobre a educação profissional de Turismo (CARNEIRO, 2008).

Segundo Zaluaf (2006, p. 8) “Muitos dos membros da comunidade acadêmica afirmam que as habilidades de empregabilidade têm sido ensinadas de forma implícita em programas de ensino e questionam a necessidade de mudança nas estratégias de ensino e aprendizagem”. Entretanto, é amplamente aceito o fato de que muitos estudantes podem não estar cientes do desenvolvimento de habilidades e, em última instância, não serem capazes de aplicar seus conhecimentos e habilidades de maneira eficaz nos contextos de trabalho (NOBLE, 1999).

O que as empresas almejam são cada vez mais pessoas capazes de tomar iniciativas e decisões ao nível local com reflexos globais. São pessoas capazes de cooperar eficazmente em projetos descentralizados, contribuindo para a inovação e elaboração de novos serviços e, portanto, para a criação de valor (SILVA, 2005).

Ribeiro Junior (2004) destaca que as possibilidades que existem no emprego do turismo dependem das características próprias de cada local e da existência de planos turísticos que apreciem todos os aspectos relacionados à atividade turística. No entanto, caso as características de cada local não sejam trabalhadas adequadamente, corre-se grande risco de agravamento de problemas, especialmente nos campos social e ambiental.

Haywood (1989 *apud* TRIBE, 2008) foi um dos primeiros defensores de que os estudantes assumissem responsabilidades sobre o próprio aprendizado e desenvolvimento de aptidões para enfrentar as condições incertas e as necessidades de mudança da atividade turística.

Os vínculos entre a educação superior e o mercado ocorrem por meio da experiência de trabalho supervisionada, isto é, através dos estágios, abrangendo períodos de colocação profissional, curtos e longos na indústria e envolvimento com a validação do curso, por intermédio de palestrantes convidados e viagens de estudos práticos. Assim sendo, o estágio é o exemplo de vinculação entre educação superior e o setor de empregabilidade turística.

Os alunos que fizeram estágios podem assegurar vantagens competitivas em relação aos colegas que seguiram trajetória puramente acadêmica até a graduação; a experiência também é altamente apropriada, pois apresenta algum aspecto do debate da sustentabilidade, crucial para visão de mundo do século XXI (LADKIN, 2008).

Seria útil para os alunos verificar o tipo de competência que o curso objetiva desenvolver, de forma que eles estariam mais conscientes do próprio desenvolvimento

peçoal. Também seria útil que os próprios alunos verificassem qual o tipo de competência que os empregadores da área desejam. Assim, ficariam cientes das eventuais lacunas em seu próprio desenvolvimento pessoal antes de chegar à fase de procura de emprego (LEES, 2002).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipo de estudo

Em conformidade com o objetivo deste estudo, a pesquisa apresentou um caráter exploratório-descritivo e explicativo. Para Dencker (1998), o estudo exploratório visa compreender ou conseguir nova compreensão do fenômeno para poder formular um problema mais preciso de pesquisa; isto é, tornar o problema mais explícito, ou simplesmente criar hipóteses. Já a pesquisa descritiva tem como objetivo principal “a descrição das características de determinada população e o estabelecimento das relações entre as variáveis” (GIL, 1996, p. 46). Na pesquisa explicativa há um aprofundamento da realidade estudada, procurando-se explicar o porquê de determinados fatos acontecerem.

Trata-se de um estudo quali-quantitativo. E quanto aos procedimentos técnicos, tratou-se de uma pesquisa documental, bibliográfica e de campo. A pesquisa documental é diferente da bibliográfica, pois utiliza material que ainda não foi tratado analiticamente ou que pode vir a ser modificado. A pesquisa documental será realizada a partir do levantamento de informações referente à criação dos cursos, notas no ENADE e dos currículos das instituições pesquisadas a fim de fazer um resgate histórico dos cursos e das suas matrizes curriculares.

O levantamento bibliográfico da presente pesquisa foi feito com a pretensão de abarcar material que trate da educação, do ensino superior, da empregabilidade e o mercado de trabalho para os graduados em Turismo. A pesquisa de campo foi realizada a partir da aplicação de questionários com bacharéis da área egressos das instituições de ensino superior de Natal, formados nos anos de 2009 e 2010.

3.2. População e Amostra

A técnica de amostragem do presente estudo foi a probabilística de forma estratificada, proporcional e aleatória, para atender significativamente aos elementos que compõem o universo, de modo que as instituições que apresentaram o maior número de concluintes dos cursos de Turismo compuseram a maior parte dos entrevistados. Estes, por sua vez, seriam escolhidos através de sorteio. No entanto, diante das dificuldades encontradas e das mensagens eletrônicas enviadas, participaram da pesquisa apenas aqueles que se dispuseram a responder o questionário e enviaram suas respostas para a pesquisadora.

A população do estudo foi composta por egressos dos cursos superiores de Turismo da cidade do Natal, quais sejam: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Potiguar (UNP), Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão (FACEX), Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN) e Faculdade Câmara Cascudo (FCC – atualmente Estácio de Sá). Vale destacar que o tamanho da amostra foi determinado através do método recomendado por Martins (2000), que demonstra o cálculo da amostra na seguinte fórmula:

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{0^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + 0^2 \cdot p \cdot q} = \text{Número de entrevistados}$$

Fórmula 1 – Cálculo do tamanho da amostra

Fonte: Correa, 2006.

Onde:

n = tamanho da amostra (o que se deseja saber)

σ^2 = nível de confiança escolhido, expresso em nº de desvios-padrão.

p = porcentagem com a qual o fenômeno se verifica

q = porcentagem complementar (100 – p)

e = erro máximo permitido

N = tamanho da população

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 452}{(0,10)^2 \cdot (452 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50} = 80$$

Fórmula 2 – Cálculo do tamanho da amostra dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal

Fone: Dados da pesquisa, 2012.

Após o cálculo, chegou-se a uma amostra composta por 80 bacharéis, como pode ser visualizado na Tabela 7, que também demonstra a definição da amostra por instituições obtidas através da fórmula anteriormente indicada.

TABELA 7
Amostra das IES – 2009 e 2010

IES	QUANTIDADE DE GRADUADOS	AMOSTRA	%
UNP	263	45	58,21
UFRN	64	15	14,15
UERN	47	8	10,39
Faculdade Câmara Cascudo	44	7	9,73
FACEX	34	5	7,52
TOTAL	452	80	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Vale salientar que, por Natal ser uma cidade turística, pode induzir parte das pessoas a crerem que os estudantes de Turismo dessa localidade terão amplo espaço no mercado de trabalho turístico e que terão feito a escolha certa ao optar por cursar o ensino superior nesta área. Destaca-se que a opção pela escolha desta cidade se deu em função da residência fixa da autora em Natal, facilitando, assim, a busca de dados, bem como análises concretas e aprofundadas nas universidades pesquisadas.

Foram escolhidos os anos de 2009 e 2010 para manter todos os respondentes e IES na mesma temporalidade de análise. Pensou-se em utilizar o ano de 2008, por esse ser o ano em que se formou a primeira turma com a nova matriz curricular da UFRN, e também pelo fato dessa instituição apresentar o segundo maior número de alunos matriculados por ano na cidade (até 2010, 80, a partir de 2011, 100). No entanto, as outras IES implantaram suas matrizes em outros anos – inclusive a UNP (que apresenta o maior número de formados nesse período) teve em 2009 a conclusão dos primeiros bacharéis, após a redução no tempo de curso. Antes eram quatro anos e agora são três, ou seja, ao optar pelas mudanças nas matrizes curriculares como base para a pesquisa, cada IES teria que ser pesquisada em anos diferentes, o que poderia causar uma confusão nos dados e impedir comparações mais concretas. Optou-se ainda por 2010, porque, ao defender o presente trabalho em 2012, os turismólogos formados em 2011 provavelmente ainda não teriam se estabelecido no mercado de trabalho.

3.3. Coleta de dados

O estudo foi realizado em três etapas. Na primeira, realizou-se um levantamento bibliográfico, composto pelo levantamento de periódicos científicos, monografias, dissertações de mestrado, teses de doutorado, publicações em revistas indexadas e livros que abordavam temas como, educação em Turismo, ensino superior, empregabilidade, mercado de trabalho e habilidades e competências necessárias aos bacharéis da área. Enfatiza-se que esta atividade foi contínua até o final da pesquisa.

A segunda etapa baseou-se em um levantamento documental onde foi possível verificar quais as disciplinas ministradas; isto é, a matriz curricular de cada instituição de graduação em Turismo. O levantamento de informações sobre as matrizes curriculares foi complementado pelo estudo de dois itens: o perfil profissional pretendido pela instituição e o objetivo dos cursos, tendo como parâmetro de questionamento se estes estão relacionados com as necessidades práticas da profissão.

Além do levantamento realizado sobre o perfil dos egressos dos cursos superiores de Turismo e as matrizes curriculares, foi necessário conhecer a percepção dos bacharéis formados nas IES selecionadas sobre a relação entre o que foi aprendido na academia e o que foi exigido no mercado de trabalho.

Para conhecimento da percepção dos egressos, realizou-se a terceira etapa da pesquisa, representada pela aplicação de um questionário, onde foram utilizadas algumas questões da tese de doutorado desenvolvida por Silva (2005). Este, por sua vez, foi estruturado com questões abertas e fechadas (apêndice A) e aplicado pela própria pesquisadora com os turismólogos formados pelas instituições do Natal. Para tanto, a pesquisadora entrou em contato com as instituições para obter os contatos dos egressos e também com professores dessas IES que pudessem fornecer tais contatos. No entanto, com as IES só foi possível conseguir a quantidade de formados; o contato destes foi conseguido, em sua maioria, através da tecnologia da informação e comunicação utilizada por grande número de jovens (mídias sociais), tais como *Twitter*, *Orkut* e *Facebook*.

Foram enviadas pela pesquisadora 662 emails (sendo 331 uma vez e mais 331 em um segundo momento), para bacharéis em turismo e professores que lecionaram no curso no período entre 2009 e 2010 e para pelo menos três coordenadores. Alguns professores também encaminharam emails para seus alunos solicitando que respondessem ao questionário. Além dos professores e coordenadores, fora solicitado aos que respondiam a pesquisa que encaminhassem o questionário aos seus colegas de turma, isto é, utilizou-se da técnica bola de neve. Além dos emails, foram enviados 228 mensagens através do *Facebook* para o mesmo público.

É verdade que em alguns casos houve equívocos, e alguns dos destinatários não eram formados em Turismo. Porém, o procedimento adotado foi a escolha de algum alvo na mídia social que fizesse parte da amostra da pesquisa; em seguida, olhava-se a lista dos seus amigos, e aqueles que tivessem potencial para fazer parte da amostra (formação em Turismo no ano de 2009 ou 2010) lhe era enviada uma mensagem informando o objetivo, o público alvo da pesquisa e se a pessoa poderia responder pessoalmente. Caso não fosse possível, aí sim seria respondido via email. Muitos responderam de volta dizendo que podiam responder ao questionário, porém nem todos responderam. Alguns, entretanto, simplesmente não se dispuseram a responder.

Ainda foram enviados 87 via *Orkut*, através da presença dos possíveis respondentes em comunidades relacionados a bacharéis em Turismo em suas respectivas IES. Destes, 65 aceitaram o convite, e a maioria se dispôs a responder. Contudo, nem todos o

fizeram. Acrescentado a isso, foram enviadas quinze mensagens via *Twitter*, onde apenas duas pessoas aceitaram preencher o questionário – sendo que, destas, apenas uma respondeu. Vale destacar que alguns desses entrevistados tinham perfil nas quatro contas de mídias sociais. Portanto, alguns deles receberam, no mínimo, quatro solicitações para responder ao questionário. O presidente do Instituto Brasileiro de Turismólogos – IBT se sensibilizou e enviou para o seu *mailing* uma mensagem falando da pesquisa e solicitando que os bacharéis respondessem. Por fim, ainda foram feitas 20 ligações, tendo sucesso em poucas.

Ao final de tudo foram conseguidos 80 questionários respondidos, sendo 49 respondidos via internet e 31 realizados pessoalmente (cada aplicação pessoal durou de trinta minutos a uma hora). Destes, apenas os da UFRN foram realizados todos pessoalmente, as outras IES foram a maior parte de forma virtual. Acredita-se que isso se dá em função do contato maior da pesquisadora com os bacharéis da referida IES. Acrescenta-se que tudo isso aconteceu no período de junho a dezembro de 2011; ou seja, o levantamento dos dados foi realizado dentro do referido espaço de tempo.

Faz-se mister enfatizar que se aplicou um teste piloto com dois egressos, a fim de avaliar o questionário durante o mês de maio para evitar possíveis problemas durante a tabulação e análise dos dados. A partir deste, foi possível realinhar o questionário.

3.4. Tratamento dos dados

Para esta análise, aplicaram-se técnicas qualitativas e quantitativas, conforme os objetivos específicos e os tipos de dados coletados. No quadro 02, pode ser verificado como os dados obtidos na aplicação dos questionários foram analisados.

QUADRO 3

Relação entre os objetivos, itens do questionário e métodos para o tratamento dos dados referentes aos egressos dos cursos superiores de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010

Objetivos específicos	Categorias	Itens do questionário*	Método
a) Caracterizar os currículos dos cursos superiores de Turismo da cidade do Natal	Currículo	1,3,5 e matrizes curriculares de cada IES.	Análise de Conteúdo Análise fatorial
b) Descrever o perfil pessoal e profissional dos turismólogos formados na cidade do Natal	Perfil profissional	2,8, 9, 11, 14, 15, 16, 17, 22, 24a 36	Aplicação de estatística descritiva como frequência, média e desvio padrão
c) Identificar a aplicabilidade do ensino	Coerência entre o conhecimento obtido	4, 6,7,8, 10, 12, 13, 18 a 22, 36. (e	Análise de Conteúdo Técnicas descritivas

superior em Turismo no mercado de trabalho	e as necessidades práticas da profissão	variáveis intervenientes)	Correlação Análise fatorial
d) Propor sugestões para o realinhamento dos cursos de Turismo	Sugestões	23 (e resultados das análises das questões acima)	Análise de conteúdo Análise descritiva Interpretação dos resultados anteriores

*o questionário se encontra no apêndice A do trabalho.

As matrizes curriculares que fazem parte do objetivo específico “A” foram analisadas através de análise de conteúdo, como forma de diagnosticar as semelhanças existentes nas estruturas curriculares dos cursos de Turismo das Instituições de Ensino Superior da Cidade do Natal. Para Rocha (2005, p. 310), “a principal pretensão da Análise de Conteúdo é vislumbrada na possibilidade de fornecer técnicas precisas e objetivas que sejam suficientes para garantir a descoberta do verdadeiro significado do que está escrito no texto”. Através dela, pode-se questionar: *Existe relação entre o que é aplicado na universidade e o que é cobrado no mercado? Existem incoerências? Os turismólogos formados em Natal são tecnicistas ou têm uma formação geral?* Essas e outras indagações poderiam surgir e ser esclarecidas na Análise de Conteúdo.

As questões cinco e sete apresentam um grande número de variáveis, por isso foi necessário utilizar a técnica de análise fatorial para sintetizar as informações e identificar as dimensões básicas que representam as diversas formas de avaliar tais questionamentos. Dessa forma, foi possível reduzir as diversas variáveis em algumas dimensões.

Nas questões 2, 8, 9, 11, 14, 15, 16, 17, 22, 24 a 36, utilizou-se a aplicação de estatística descritiva como frequência, média e desvio padrão, pois possibilita descrever as respostas e os fatos, de modo que permite ao leitor compreender a quantidade de respostas para cada item, bem como a média de respostas para cada variável (o que permite uma maior clareza e compreensão das informações). Utilizou-se o desvio-padrão para verificar a variação das respostas em alguns itens, por exemplo: um desvio padrão alto na idade dos respondentes significa que entre o grupo de respondentes há diferenças consideráveis entre as idades e um desvio padrão baixo permite inferir que não há discrepância entre as idades dos entrevistados.

Em outras questões, como pode ser visto no Quadro 3, foi utilizada a técnica de correlação, que permite fazer análises de relação entre duas variáveis.

Destaca-se que não foi intenção desse trabalho reconceitualizar o currículo dos cursos de Turismo.

Especialistas do currículo como Henry Giroux, Michael Apple, Joanne Pagane, Jean Anyon, Philip Wesley e Peter McLaren, sustentam que qualquer análise crítica do currículo implicaria questionar o que ele exclui e não apenas o que inclui e estabelecer ligações entre o currículo e os processos culturais mais globais,

envolvendo a validação de formações sociais baseadas na raça, na classe social e no gênero sexual, implicando perspectivar o currículo como parte de um processo de aprendizagem social mais global, inseparável de questões relativas aos privilégios e à opressão (GOODSON, 2001 *apud* SILVA, 2005).

Para reconceitualizar, seria necessário uma pesquisa que envolvesse o currículo escrito e o currículo como atividade em sala de aula (CARNEIRO, 2008).

4 ANÁLISE DOS DADOS E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste tópico, será realizada a interpretação dos resultados, a partir dos dados obtidos no levantamento realizado com bacharéis em Turismo, formados nas IES de Natal nos anos de 2009 e 2010, sendo, primeiramente, esquematizada a cronologia dos cursos, apresentação dos objetivos e perfis profissionais preteridos por cada IES. Ademais, são apresentadas informações colhidas na *homepages* dos cursos, tais como: objetivo, perfil profissional e matriz curricular. Serão discutidas, ainda, as percepções dos turismólogos, no que tange à relação entre o ensino superior em Turismo e o mercado de trabalho. Destaca-se que a ordem de apresentação dos tópicos está de acordo com os objetivos específicos do trabalho, apresentados na introdução.

4.1 CRONOLOGIA DOS CURSOS DE TURISMO

Em 2005, a cidade do Natal teve sete IES oferecendo cursos de Turismo, a saber: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Potiguar (UNP), Faculdade de Ciências, Cultura e Extensão (FACEX), Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN), Faculdade Câmara Cascudo (FCC – atualmente Estácio de Sá), Faculdade de Natal (FAL) e Faculdade Natalense de Ensino e Cultura (FANEC). Esta última pretende formar turmas (basta ter alunos interessados), enquanto as outras acabaram em definitivo. Em 2012, existem cinco: UFRN, UNP, FACEX, UERN e FCC, sendo que esta última não formou novas turmas no ano de 2011, e está mantendo apenas as turmas que estão em andamento; ou seja, quando as últimas turmas da FCC forem concluídas, não serão formadas outras novas, de modo que Natal terá perdido metade dos seus cursos de Turismo.

Como no presente estudo estão sendo consideradas apenas as que apresentam cursos em atividade, na Tabela 8 pode-se acompanhar o cronograma de criação destes, bem como a duração e a carga horária de cada um. Percebe-se que, embora a UNP ministre o curso em apenas três anos de duração, ela é a que apresenta a maior carga horária mínima para formação do graduado em Turismo, tendo uma carga horária maior que a UERN e UFRN, ambas com quatro anos de duração e 480 horas a mais que a FACEX (que, assim como a primeira, também tem a duração de três anos).

TABELA 8

Cronologia dos Cursos Superiores de Turismo em atividade da cidade de Natal-RN

INSTITUIÇÃO	Data de início do funcionamento do curso	Carga horária mínima	Periodicidade (Integralização)
FACEX	31/01/1990	2400 horas	Semestral (6.0)
UNP	05/03/1990	2880 horas	Semestral (6.0)
UFRN	03/03/1997	2865 horas	Semestral (8.0)
FCC	19/08/2002	2800 horas	Semestral (7.0)
UERN	26/08/2002	2820 horas	Semestral (8.0)

Fonte: Adaptado E-MEC, 2011

Embora haja debates sobre qual foi a primeira IES em Natal a criar o curso de Turismo, neste trabalho toma-se como base os dados do MEC que apresentam a FACEX como a primeira a ofertar o curso com o parecer 316/89 aprovado pelo Plenário do Conselho Federal de Educação em 13/04/1989. Sendo que, na fase de Carta-consulta, o pedido foi aprovado pelo Parecer 310/88. Na página virtual do curso consta como objetivo do mesmo:

- Habilitar o aluno a conhecer o mercado, suas necessidades e desejos sociais;
- Dotar o profissional para que ele tenha o domínio das técnicas e instrumentos, necessários a um bacharel em turismo, para atender a demanda turística quantitativa e qualitativamente;
- Preparar o bacharel em turismo para atuar no mercado competitivo, exigente e com novas tecnologias;
- Sensibilizar o aluno a uma postura profissional ética, cidadã e responsável diante das novas necessidades e demandas da sociedade ao mesmo tempo. (FACEX, 2012, NÃO PAGINADO).

O curso superior de Turismo da UNP foi criado pelo Decreto nº 98.605/89 da Presidência da República, tendo sido reconhecido pelo MEC por meio da Portaria nº 1.646/92 (PORTAL DA UNP, 2009). São oferecidas turmas no turno matutino e noturno, e, mesmo em meio às crises que os cursos sofrem atualmente, a IES ainda consegue manter o curso em dois horários. É o curso que mais formou bacharéis em Natal no período de 2008 a 2010. Foram 343 diplomados nesse período.

Conforme é apresentado no espaço virtual do curso na internet, seu objetivo é: “Formar bacharel em Turismo comprometido com os valores éticos, capaz de desenvolver habilidades técnicas e humanas nos diversos segmentos do turismo, bem como novas oportunidades de negócios nessa área” (UNP, 2012, NÃO PAGINADO).

Por sua vez, o da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) foi criado em maio de 1996 através da Resolução nº. 001/96 – Conselho Universitário (CONSUNI). O curso funciona no horário vespertino, e, atualmente, são oferecidas 100 vagas ao ano em regime de entrada semestral (50 em cada semestre). O Curso inicialmente oferecia duas habilitações (Animação e Gestão Hoteleira), e de acordo com informações presentes na *homepage* do curso:

Após uma série de reformulações em seu Projeto Político-Pedagógico em 2004, as disciplinas de caráter mais técnico foram retiradas do currículo, uma vez que se buscou adotar uma formação mais ampla e generalista e foram enfatizados aspectos concernentes às habilidades humanísticas e gerenciais dos estudantes, cujo objetivo é preparar verdadeiros “pensadores do turismo”, capazes de gerenciar e planejar a atividade turística nos diversos segmentos do setor, quer público ou privado, de modo que o turismo venha de fato a contribuir mais incisivamente para o alívio da pobreza e a melhoria da qualidade de vida das localidades receptoras (UFRN, 2008, NÃO PAGINADO).

Conforme mostrado anteriormente, retirar disciplinas de âmbito técnico e deixar apenas as mais teóricas não é o ideal, posto que a prática é o elo entre a academia e o mercado. No quesito “objetivo do curso” é apresentado o seguinte: “formar o bacharel em Turismo com ampla capacidade para planejar e organizar o turismo nos diversos segmentos do setor, quer público ou privado”.

Quanto ao curso de Turismo da Faculdade Câmara Cascudo (atualmente Estácio de Sá), este foi criado em 2002 e reconhecido pela P. M. nº 1.087, Diário Oficial da União (D.O.U.) de 14-12-2006. Em 2011 não formou turmas e não se sabe se haverá continuidade do curso que funciona no horário noturno. Não foi encontrado objetivo do curso em sua página na internet, sendo disponibilizado apenas o perfil profissional, o mercado de trabalho e a matriz curricular.

No que tange ao curso da UERN, destaca-se que este é o mais recente da cidade. Segundo o projeto político pedagógico do mesmo, “Foi criado no intuito de atender às demandas de serviços e de mercado decorrentes da expansão e modernização da atividade turística.” O curso começou a funcionar no campus de Natal através da resolução 020 do Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE) em 27/06/2002. Seu horário de funcionamento é o noturno e o tempo para conclusão é de no mínimo quatro anos e tempo máximo de seis anos.

Na página virtual do curso encontra-se como objetivo: “Formar profissional apto a atuar em mercados de trabalho altamente competitivos e em constante transformação, cujas opções possuem um impacto profundo na vida social, econômica e no meio ambiente, exigindo uma formação ao mesmo tempo generalista.” (UERN, [200?], NÃO PAGINADO).

A FACEX e a UNP transmitem, em seus objetivos, preocupação com os aspectos técnicos que os alunos devem aprender, aliados aos valores éticos e responsabilidade com a sociedade, o que corrobora com o que Trigo (2002) argumenta de que a academia não prepara profissionais apenas para o "mercado", mas para a sociedade em geral. Ademais, a prioridade não deve ser necessariamente as perspectivas de carreira, mas sobre como estes indivíduos podem ser preparados adequadamente para contribuir com o desenvolvimento saudável da sociedade em que vivem. Vale destacar, ainda, que as IES, de uma forma geral, têm uma percepção sobre que tipo de profissional formar. Já o aluno (e futuro egresso) tem uma percepção mais voltada para o retorno financeiro investido nos estudos.

A UERN enfatiza a necessidade de estar preparado para atuar em um mercado que pode impactar na vida social, econômica e ambiental. A própria IES declara em seu objetivo que é generalista. A UFRN, por sua vez, apresenta um objetivo mais técnico enfatizando o planejamento e a organização do turismo. Ayrey (2008) alerta que a educação em Turismo pode apresentar dois caminhos: um com enfoque na prática profissionalizante (nesse caso não fornecendo mais que uma preparação para o mercado de trabalho) e o outro com enfoque na teoria, relegando os vínculos com a indústria turística. Para o mesmo autor, em algum lugar, entre esses dois enfoques, pode despontar um rumo pelo qual a academia pode proporcionar uma contribuição real ao mundo do século XXI.

Cabe destacar que essa é uma análise baseada apenas nos objetivos apresentados nas páginas virtuais dos cursos. Para uma análise mais completa seria necessária a observação de outros critérios, como: projeto político pedagógico, vivência prática, ementa das disciplinas entre outros. Todavia, não foi possível realizar tais ações.

4.2 CURRÍCULOS DOS CURSOS SUPERIORES EM TURISMO DA CIDADE DO NATAL

4.2.1 Primeiro Ano

Em resposta ao primeiro objetivo, foi necessário realizar duas etapas de análise, sendo feita, na primeira, uma análise descritiva das matrizes curriculares dos cursos de Turismo da cidade do Natal, e, na segunda, uma análise a partir da percepção dos egressos desses cursos sobre as mesmas. No primeiro ano de curso (Quadro 4), são apresentadas disciplinas mais gerais, que fazem parte da maioria dos cursos superiores. A UFRN e a UERN

apresentam disciplinas de Inglês no primeiro ano de curso. O Inglês ensinado nos cursos é instrumental, isto é, somente leitura, e não implica em conversação e gramática. A FACEX, FCC e UERN apresentam disciplinas relacionadas à Língua Portuguesa, o que pode contribuir positivamente na produção de textos. Todas apresentam disciplinas de Metodologia Científica, o que facilita (ou pelo menos deveria facilitar) para que o aluno consiga elaborar trabalhos e pesquisas acadêmico-científicas. Todos apresentam disciplinas gerais, como Teoria Geral do Turismo, Introdução à Administração e História do Brasil (ou História do RN, no caso da UFRN). Há, ainda, outras disciplinas mais gerais como: Sociologia, Antropologia e Patrimônio Histórico; isto é, disciplinas que estimulam o pensamento social e reflexivo dos alunos. No primeiro ano, a FCC apresenta uma gama de disciplinas mais específicas e voltadas para a praticidade da área, como Organização de Eventos, Marketing Turístico, Gestão do Lazer no Turismo, Agências de Viagens e Turismo, Destinos Turísticos Internacionais e Introdução à Hotelaria, enquanto as outras IES focam mais em disciplinas de âmbito teóricas.

QUADRO 4

Primeiro ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal

FACEX	UNP	UFRN	FCC	UERN
Métodos e Técnicas de Estudo e Pesquisa;	Comunicação e expressão I	Formação Histórica Do Rio Grande Do Norte	Análise Textual	Aspectos Econômicos do Turismo
Antropologia;	História da cultura	Economia de serviços	Cenários geopolíticos aplicados ao turismo	Fundamentos de Filosofia
Português Instrumental;	História do Brasil	Língua inglesa IX	Fundamentos das Ciências Sociais	Gestão Contemporânea
Introdução à Administração	Introdução à Administração	Administração contemporânea	Fundamentos do turismo	Língua Inglesa Instrumental I
Teoria Geral do Turismo	Introdução ao turismo e à hospitalidade	Turismo - organização dinâmica	Introdução a Administração	Língua Portuguesa Instrumental I
História do Brasil	Metodologia científica	Metodologia da pesquisa em turismo	Introdução a hotelaria	Estatística I
Sociologia	Turismo e sociedade	Elem. do patr.hist.artístico e cultural brasileiro	Psicologia nas organizações	Fundamentos da Psicologia
CONTINUA				

CONTINUA				
FACEX	UNP	UFRN	FCC	UERN
História da Arte	Administração hoteleira	Geografia e turismo	Agências de viagens e Turismo	Introdução à Antropologia
Filosofia e Ética	Economia do turismo	Noções de direito e legislação turística	Comunicação nas empresas	Metodologia do Trabalho Científico
Marketing Turístico	Fundamentos do Marketing	Língua inglesa X	Destinos turísticos internacionais	Sociologia do Turismo
	Gestão do lazer no turismo	Análise estrutural do turismo	Estatística aplicada	
	Organização do espaço	Seminário I	Fundamentos de economia	
	Teoria geral do turismo	Seminário II	Patrimônio Histórico cultural brasileiro	

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Apenas a UNP e a FCC têm em suas matrizes disciplinas relacionadas à hotelaria no primeiro ano de curso. Acredita-se que faltou incluírem disciplinas voltadas à cultura. Só a UFRN fez alusão a uma, tendo, em seu quadro, Elementos do Patrimônio Histórico Artístico e Cultural Brasileiro. Somente a FACEX e a FCC apresentam disciplina de Ética, fato que poderia ser contemplado nas outras IES. Ademais, a ética faz parte dos valores defendidos pelo TEFI para serem incluídos nos Cursos como forma de melhorar o futuro da educação superior em Turismo e ajudar a tornar os alunos futuros líderes responsáveis.

4.2.2 Segundo Ano

Ainda no segundo ano de curso, pode ser visualizado, através do Quadro 5, que são oferecidas disciplinas gerais, mas também começa a se delinear alguns segmentos do turismo como: Planejamento e Organização do Turismo pela UERN, UNP e FACEX; Agenciamento, Cerimonial e Protocolo, Elaboração de Roteiros Turísticos, Planejamento e Organização de Eventos pela UNP, FCC e UERN também oferecem disciplinas relacionadas à organização de eventos; e Gestão de Empreendimentos Turísticos pela UFRN.

QUADRO 5

Segundo ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal

FACEX	UNP	UFRN	FCC	UERN
Economia	Agenciamento	Antropologia I	Administração de recursos humanos	Cartografia Geral
Geografia Aplicada ao Turismo	Geografia do Brasil	Estatística aplicada ao turismo	Eletiva	Geografia Regional do Brasil
Empreendedorismo;	Lazer e cultura popular	Língua espanhola I	Lazer e entretenimento no turismo	História Geral do Brasil
Geografia no RN	Legislação turística	Psicologia aplicada ao turismo	Metodologia científica	Língua espanhola instrumental I
Arte popular	Marketing de serviços e produtos turísticos	Sociedade, estado e política do turismo	Planejamento de eventos	Teoria geral do turismo
Informática aplicada	Transportes	Tópicos especiais I	Turismo e sustentabilidade	Administração de Hotelaria I
Psicologia Aplicada ao Turismo	Cerimonial e protocolo	Tópicos especiais II	Eletiva	Administração de Transportes em Turismo
Planejamento e Organização do Turismo I	Direito e cidadania	Fundamentos de contabilidade dos emp. Turísticos	Fundamentos de contabilidade	Comunicação e Promoção Turística
Sistema de Transporte	Elaboração de roteiros turísticos	Lazer, animação e desenvolvimento humano	Marketing turístico	História do Rio Grande do Norte
Literatura Brasileira e do RN	Geografia do Rio Grande do Norte	Geografia, turismo e desenvolvimento regional	Produção e gestão de eventos	Planejamento e Organização de Eventos
Inglês Instrumental	Metodologia científica aplicada a administração	Língua espanhola II	Transportes turísticos	Planejamento e Organização do Turismo
	Planejamento e organização de eventos	Gestão de empreendimentos turísticos		
	Planejamento e organização do turismo			
	Turismo e meio ambiente			

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

A UNP e a FCC continuam, no segundo ano, a não oferecer disciplinas de idiomas aos seus alunos, algo bastante enfatizado pelos entrevistados que acreditam ser imperativa a presença de línguas estrangeiras na matriz curricular. Cabe destacar o fato de a FACEX ter em seu quadro Literatura Brasileira e do RN. É a única a apresentar tal módulo. Apenas a UERN e a FCC oferecem disciplinas relacionada a sustentabilidade, algo que também faz parte dos valores do TEFI.

4.2.3 Terceiro Ano

No último ano de curso das IES privadas que oferecem graduação em Turismo na cidade do Natal, percebe-se, através do Quadro 6, que todas dão a oportunidade do aluno elaborar um trabalho de conclusão de curso – prática pedagógica que Ansarah (2002) considera como um dos cinco elementos mais importantes que um curso superior deve proporcionar aos seus futuros egressos.

QUADRO 6
Terceiro ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal

FACEX	UNP	UFRN	FCC	UERN
Lazer e Recreação	Alimentos e bebidas	Recursos humanos em turismo	Eletiva	Direito Ambiental
Matemática Comercial e Financeira	Estudo de viabilidade de projetos turísticos	Planejamento turístico	Estágio supervisionado em turismo	Gestão de Pessoas em Turismo
Trabalho de Conclusão de Curso I	Etiqueta pessoal e profissional	Sistemas de transportes	Ética e responsabilidade social	Marketing de Serviços Turísticos
3º Setor	História do Rio Grande do Norte	Marketing turístico	Legislação aplicada ao turismo	Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável
Espanhol Instrumental	Planejamento e gestão do turismo	Tópicos especiais em turismo II	Eletiva	Turismo e Cultura Popular
Gestão em Eventos	Trabalho de conclusão do curso I	Gestão ambiental (complementar)	Pesquisa aplicada ao turismo	Administração de Agências de Viagens
CONTINUA				

CONTINUA				
FACEX	UNP	UFRN	FCC	UERN
Agência de Viagens e Roteiros Turísticos	Estágio supervisionado	Sistemas de informação em turismo	Planejamento e organização do turismo	Alimentos e Bebidas
Direito e Legislação Turística	Gestão de carreira	Programas de recreação, lazer e turismo	Consultoria em turismo e hotelaria	Estágio Curricular Supervisionado I
Estatística	Gestão de negócios e empreendimentos turísticos	Dinâmicas recreativas de grupos e espaços	Eletiva	Lazer e Animação Turística
Trabalho de Conclusão de Curso II	Introdução a sociologia	Língua espanhola III (complementar)	Gestão de negócios hoteleiros	
Governança.	Tópicos especiais	Introdução a administração hoteleira (na verdade era gestão pública.	Gestão pública aplicada ao turismo	
	Trabalho de conclusão de curso II	Estágio I	TCC em turismo	
		Planejamento turístico II	Tópicos especiais em turismo	

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Verifica-se que todas têm, em suas matrizes, estágios curriculares – item que não pode ser descartado, já que remete ao primeiro contato com o mercado de trabalho. No entanto, apenas a UFRN e a UERN apresentam dois componentes referentes a estágio. Conforme Ansarah (2002), também faz parte das cinco ações pedagógicas que um curso deve oferecer. Percebe-se, ainda, que, tanto a FCC quanto a UNP, não oferecem nenhuma disciplina de língua estrangeira durante toda a graduação. Cabe ao aluno se qualificar no assunto fora do âmbito da IES. Entretanto, grande parte dos entrevistados acredita que as IES deveriam abrir tal oferta, contando, inclusive, como pré-requisito para obtenção do diploma de bacharel.

Com base nas respostas dos entrevistados para esta pesquisa, acredita-se que cada IES deveria cobrar pelo menos três disciplinas de estágios para incentivar o aluno a procurar espaço no mercado desde o início do curso, e para que o mesmo possa conhecer os segmentos em que poderá atuar. O estágio também contribui para que o futuro diplomado perceba quais áreas tem mais aptidão e clarear as suas preferências quanto ao segmento que deve seguir no

mercado de trabalho, além de conseguir diagnosticar os pontos fortes e fracos em relação às oportunidades de trabalho que podem lhe surgir.

Os vínculos entre a educação superior e o mercado ocorrem por meio da experiência de trabalho supervisionada; isto é, através dos estágios, abrangendo períodos de colocação profissional (tanto curto quanto longo) na indústria, e envolvimento com a validação do curso, por intermédio de palestrantes convidados e viagens de estudos práticos. Assim sendo, o estágio é o exemplo de vinculação entre educação superior e o setor de empregabilidade turística.

4.2.4 Quarto Ano

Não foi percebida qualquer disciplina com o nome relacionado à Inovação. Todavia, isso pode estar implícito na ementa de alguma delas, posto que é um quesito importante a se fazer presente na formação dos bacharéis em Turismo, diante dos desafios que o mundo enfrentará nos próximos anos. Consta na matriz da UFRN três disciplinas referentes a lazer – fato que pode ser justificado por causa da habilitação que era oferecida anteriormente (Animação Turística). Contudo, sabe-se que houve uma atualização na matriz e atualmente não existem mais essas três disciplinas de lazer. No quadro 7, verifica-se as disciplinas oferecidas no quarto ano da UFRN e UERN.

QUADRO 7
Quarto ano de disciplinas dos cursos de Turismo em Natal

UFRN	UERN
Consultoria turística (complementar)	Ecoturismo
Estágio II	Estágio Curricular Supervisionado II
Monografia I	Estudo de Viabilidade de Projetos Turísticos
Elaboração e avaliação de projetos turísticos	Legislação do Turismo
Tópicos especiais III (complementar)	Qualidade em Serviços Turísticos
Direito do meio ambiente (complementar)	Seminário de Monografia I
Complementar	Empreendedorismo
Gestão de qualidade dos serviços turísticos	Planejamento Estratégico do Turismo
Monografia II	Seminário de Monografia II
	Sistemas de Informações Empresariais

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

De forma sucinta, percebe-se que são currículos generalistas que tentam abarcar um pouco de cada segmento da atividade turística. Todavia, oferecer a cada semestre componentes relacionando a um segmento não é suficiente. O egresso aprende um pouco de cada coisa, mas pode não conseguir pôr em prática, pois não há como aprender tudo sobre turismo em um curso superior; o conhecimento em turismo é amplo, conforme foi afirmado por Tribe (2008b) e não há como incluir tudo em uma única graduação. Cabe aos alunos e futuros egressos procurarem se aperfeiçoar no ramo escolhido.

Percebe-se, ainda, que a UFRN apresenta, de acordo a estrutura proposta por Tribe (2008b), um currículo mais voltado para aspectos não empresariais. Já a UNP, FACEX e FCC podem ser consideradas como IES que apresentam um currículo com aspectos empresarias. Por fim, a UERN contém uma mescla dos dois âmbitos. Para Tribe (2008b, p. 88), “um currículo profissional é aquele associado ao emprego; é um currículo que dá aos estudantes condições de se envolver no mundo profissional e participar dele. Um currículo de cultura geral é aquele associado ao pensamento e a reflexão”. Para Cooper, Shepherd e Westlake (2001), a construção de uma ponte entre os cursos mais práticos e os mais teóricos pode contribuir com o futuro da educação em Turismo, bem como, em longo prazo, com o futuro da indústria e do próprio turismo.

4.2.5 PERCEPÇÃO DOS BACHARÉIS SOBRE A MATRIZ CURRICULAR DOS SEUS CURSOS

Os entrevistados foram questionados sobre os conteúdos abordados pelos docentes. O resultado pode ser visualizado na Tabela 9. Percebe-se que todos os currículos estão mais voltados mais para a teoria e menos para a praticidade. Nenhuma das IES, de acordo com a percepção dos respondentes, centra-se no equilíbrio entre a teoria e a prática. Isso pode ser corroborado, ainda, pela quantidade de disciplinas mais teóricas, presentes nas matrizes curriculares analisadas anteriormente onde se apresentam poucas disciplinas práticas. No entanto, em uma análise entre as IES, estatisticamente, a UNP e a FCC são menos teóricas que a UFRN, UERN e FACEX.

TABELA 9

Conteúdos abordados pelos docentes dos cursos de Turismo das IES nos anos de 2009 e 2010

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média*	N	Sig.**
UNP	2,45	44	a
UERN	2,00	8	b
UFRN	1,60	15	b
FACEX	1,80	5	b
FCC	2,29	7	c
TOTAL	2,19	79	

Médias calculadas na base que 1 = Muito teórico, pouquíssimo prático, 2 = Mais Teóricos, Menos Práticos; 3 = Teoria e Prática Equilibrada; 4= Mais Práticos, Menos Teóricos; e 5= Muito Práticos, Pouquíssimo Teóricos

* Nível de significância de 0,10 ou mais.

** a e c estatisticamente menos teórico que b.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Conforme Leal (2009), uma maior compreensão do mundo e, conseqüentemente, de como a atividade turística se relaciona com outras áreas importantes, pode ser melhor alcançada pelos alunos que passaram para um programa que se concentra em questões teóricas. No entanto, esse programa pode ser insuficiente nos aspectos práticos da atividade turística, tornando os alunos menos preparados para as situações da vida real no mercado turístico. Assim sendo, o currículo deve sempre ser desenvolvido tentando promover o equilíbrio entre teoria e a prática. Também, ao invés de preparar apenas um profissional qualificado para o mercado, deve contribuir para que aprendam a pensar a sociedade de forma global.

Os respondentes também foram indagados sobre como avaliavam o elenco das disciplinas do seu curso. Para tanto, disseram o que pode ser visualizado na Tabela 10.

Pelo que pode se ver das respostas, os graduados pela UERN consideraram a lista das suas disciplinas adequada para proporcionar um bom aprendizado. Já a UFRN ficou no limiar entre “insuficiente para um bom aprendizado, deixou a desejar” e “razoável, deixou um pouco a desejar”. Atribui-se a isso o fato desta IES apresentar, em sua matriz, disciplinas mais teóricas e menos práticas.

TABELA 10

Como os bacharéis em Turismo da cidade do Natal avaliam o elenco das disciplinas da IES onde se formaram

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média*	Número de respostas
UNP	3,71	45
UERN	4,13	8
UFRN	2,80	15
FACEX	3,00	5
FCC	3,57	7
TOTAL	3,52	80

*Médias calculadas na base que 1 = muito inadequado, prejudicando o aprendizado; 2= insuficiente para um bom aprendizado, deixou a desejar; 3= razoável, deixou um pouco a desejar; 4= adequada para proporcionar um bom aprendizado; e 5= excelente, tratou quase tudo que é necessário

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Questionados sobre o desenvolvimento político-pedagógico do curso, os respondentes avaliaram a proposta na base de 12 indicadores. Como há um grande número de variáveis, aplicou-se a técnica de análise fatorial para sintetizar as informações e identificar as dimensões básicas que representam as diversas formas de avaliar a proposta.

As 12 variáveis foram reduzidas a quatro dimensões básicas de avaliação. Estas dimensões estão apresentadas junto às variáveis que as compõem na Tabela 11.

Como há um grande número de variáveis, aplicou-se a análise fatorial para agrupá-las e facilitar a interpretação. Desse modo, identificaram-se quatro grupos que ficaram agrupados de acordo com a avaliação dos entrevistados. Esse agrupamento permite identificar que, de um modo geral, a maneira que se avaliou uma variável tende a avaliar as outras; isto é, avaliar um item do grupo como positivo tende a avaliar os outros.

As dimensões de avaliação foram identificadas como: 1)“Elementos básicos para um bom processo de aprendizagem; 2) Práticas didáticas dos professores que estimulem compreensão, interação e assimilação; 3) Inovação na forma de participação e integração; e 4) Conduz para uma atitude crítica e refletiva”.

TABELA 11
Percepção dos entrevistados sobre a proposta político pedagógica dos cursos em que estudaram

Variáveis	Fatores de Diferenciação			
	Elementos básicos para um bom processo de aprendizagem	Práticas didáticas dos professores que estimule compreensão, interação e assimilação	Inovação na forma de participação e integração	Conduz para uma atitude crítica e refletiva
Encoraja a autonomia dos alunos	,731			
Permite o embasamento necessário para os conhecimentos teóricos e práticos de formação	,708			
Os conteúdos programáticos que são discutidos e ministrados em todas as disciplinas são relevantes para a formação profissional	,641			
Os objetivos das disciplinas são bem claros e definidos	,584			
As atividades avaliativas são realizadas durante o processo que ocorre o ensino-aprendizagem	,566			
As avaliações que são desenvolvidas pelos professores respeitam o grau de compreensão dos alunos		,731		
Os professores incentivam as atividades em grupo, propiciando uma interação entre os alunos		,717		
Os recursos didáticos trabalhados pelos professores auxiliam no entendimento e assimilação dos conteúdos ministrados nas disciplinas		,685		
Os alunos participam ativamente das decisões de colegiado do curso			,770	
Existem atividades integradoras entre as disciplinas para que aprendizagem ocorra de forma sistêmica			,755	
Proporciona alternativas inovadoras de aprendizagem			,652	
Conduz as propostas para que os alunos tenham atitudes crítico reflexivas				,881
Porcentagem da variação total explicado (Variação total explicada = 65,11%)	22,40	16,31	16,11	10,29
Extração: Componentes principais; Rotação: Varimax				

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

A análise fatorial calcula um escore para cada respondente (participante) conforme sua avaliação em cada uma das quatro dimensões básicas. Os valores médios foram calculados para cada dimensão de avaliação para cada uma das cinco IES. Os resultados estão apresentados na Tabela 12.

TABELA 12

Escores nas dimensões básicas que diferenciam as propostas curriculares na percepção de egresso de cinco IES na cidade de Natal/RN

Instituição de Ensino Superior em que se formou	UNP	UERN	UFRN	FACEX	FCC	Total
	Média	Média	Média	Média	Média	Média
Elementos básicos para um bom processo de aprendizagem	,257a	,224a	-,574b	-,916b	,213a	0,005
Práticas didáticas dos professores que estimule compreensão, interação e assimilação	-0,03	0,305	-0,109	-0,119	0,148	0
Inovação na forma de participação e integração	,342a	-0,237	-,730b	-,506b	,433a	0,018
Conduz para uma atitude crítica e reflexiva	-0,068	-,336b	,422a	0,364	-0,32	0,006

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Escores com a letra a são estatisticamente maior de que escores com a letra b.

Na primeira dimensão, percebe-se que a UNP, UERN e a FCC obtiveram médias maiores. Na segunda, “Práticas didáticas dos professores que estimule compreensão, interação e assimilação”, não houve diferenças estatísticas. Todas as IES estão, basicamente, no mesmo nível. No que tange à terceira dimensão, percebe-se que a UNP e a FCC apresentam médias maiores que a UFRN e a FACEX. Na dimensão “Conduz para uma atitude crítica e reflexiva”, a UFRN está à frente da UERN. Nota-se que este é um dos itens mais importantes, posto que induz à criticidade e reflexão.

Entre os quesitos para avaliar a proposta curricular dos seus cursos, foram colocados os valores TEFI para que os egressos fizessem sua avaliação, ajudando, dessa forma, a visualizar como estão os cursos, com relação a estes itens que são considerados importantes no futuro da educação superior em Turismo. Na tabela 13, podem ser vistas as respostas por IES.

Provavelmente nenhum dos entrevistados soubesse que se tratava dos valores TEFI, mas, ao responder, ajudaram a pesquisadora a visualizar como estão os cursos de graduação em Turismo da cidade do Natal, com relação a estes valores que são considerados importantes no futuro da educação superior em Turismo. Os egressos disseram se concordavam ou não sobre a proposta curricular com relação aos valores TEFI em uma escala *likert* que tinha como opções: 1- Discordo completamente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo parcialmente; 5- Concordo completamente. Esse conjunto de valores foi definido pelo TEFI para orientar a educação em Turismo para os próximos 20 anos. Estes atuam como uma plataforma para os educadores e estudantes que enfrentam incertezas e mudanças quanto ao futuro cenário socioeconômico (SHELDON, 2008).

TABELA 13
Valores TEFI nas IES que oferecem o curso de turismo em Natal

Instituição de Ensino Superior em que se formou	UNP	UERN	UFRN	FACEX	FCC	Total
	Média	Média	Média	Média	Média	Média
Estimula um compromisso com a Ética	4,43	4,63	4,00	4,20	4,50	4,36
Estimula Pensamento crítico, inovação	4,02	4,25	4,33	4,00	4,43	4,14
Estimula os conceitos de sustentabilidade, a responsabilidade e serviço à comunidade	4,41	4,38	4,07	3,40	4,57	4,29
Liderança, praticidade, pró-atividade	4,02	3,75	3,40	2,80	4,43	3,84
Mutualidade, diversidade, inclusão, colaboração	4,02	4,13	3,57	2,80	4,14	3,88

Médias calculadas na base que 1 = Discordo completamente; 2= Discordo; 3= Nem concordo, nem discordo; 4= Concordo parcialmente; 5= Concordo completamente.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Como se percebe na Tabela 13, no quesito “ética”, a média foi entre quem concorda parcialmente e quem concorda completamente que a proposta do seu curso estimula essa ação. Média apresentada também com relação ao pensamento crítico e a inovação. No quesito “Estimulo aos conceitos de sustentabilidade, a responsabilidade e serviço à comunidade”, apenas os egressos da FACEX não concordaram nem discordaram; já as outras IES concordaram parcialmente que a proposta curricular do curso onde estudaram atende a esse valor do TEFI. Quanto ao estímulo à “Liderança, praticidade e pró-atividade” a FACEX foi quem apresentou a menor média, esclarecendo que os egressos acham que não foram estimulados durante a graduação quanto a esse valor. Da mesma forma, quanto à “mutualidade, diversidade, inclusão e elaboração” também apresentaram o menor índice, enquanto os outros ficaram do meio-termo para “concordo parcialmente”. De um modo geral, as cinco IES apresentaram resultados positivos com relação aos valores TEFI. Porém, os dois últimos precisam ser melhorados (mais precisamente a FACEX, pois esta apresentou valores abaixo da média).

Cabe destacar que, o TEFI, quando coloca esses valores, dá sugestões para que sejam acrescentadas no curso, de algumas maneiras específicas (mas também cabe aos gestores dos cursos escolherem a maneira que melhor lhes convir).

4.3 PERFIL PESSOAL E PROFISSIONAL DOS BACHARÉIS FORMADOS EM TURISMO NOS ANOS DE 2009 E 2010 NA CIDADE DO NATAL

Para atender ao segundo objetivo, buscou-se analisar o perfil pessoal e profissional dos formados nas IES de Natal através da percepção dos próprios bacharéis. Assim, tem-se que, dos que responderam ao questionário, percebe-se uma predominância do sexo feminino, onde 65% corresponde a 52 mulheres presentes na amostra; e 35% corresponde a 28 homens – o que vai de encontro ao que Barretto (2004) coloca em seu livro “Discutindo o ensino universitário em turismo”. Nesta mesma obra, a autora relata uma presença maior de mulheres nesse curso, chamando a atenção, inclusive, para o fato de que, no início do curso (na década de 1970), o mesmo era conhecido como “espera marido”, por esse motivo.

A idade dos respondentes tem a média de 26 anos, sendo os graduados pela UFRN mais novos que as outras IES. Estas, por sua vez, variam bastante com relação a idade dos respondentes, como mostra o desvio padrão na Tabela 14. Um desvio padrão alto significa que, entre o grupo de respondentes, há diferença considerável entre as idades, e um desvio padrão baixo permite inferir que não há discrepância entre as idades dos entrevistados. Dessa forma, percebe-se que os egressos da UFRN podem ter entrado na Universidade logo após saírem do ensino médio.

TABELA 14
Média de idade dos egressos dos cursos de Turismo em Natal nos anos de 2009 e 2010

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média	Número de respostas	Desvio padrão
UNP	27,41 ^a	44	6,90
UERN	27,25	8	4,77
UFRN	24,47 ^b	15	1,45
FACEX	28,20	5	5,11
FCC	26,14	7	3,80
Total	26,77	79	5,71

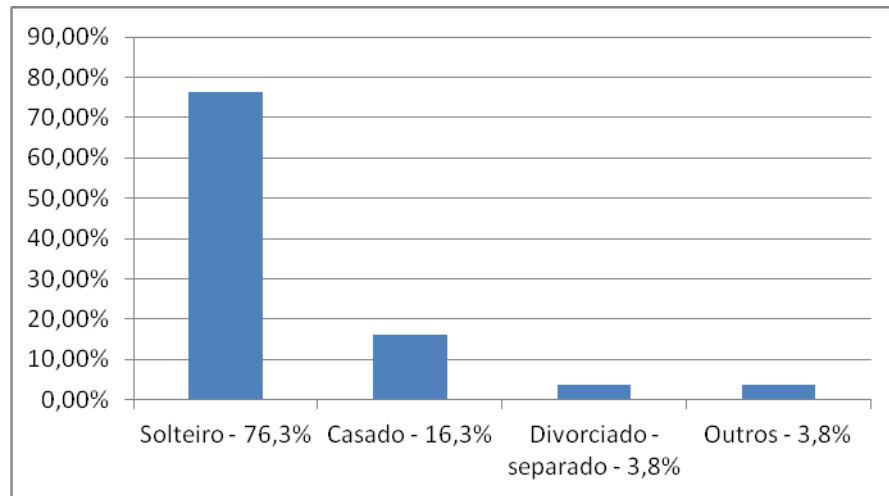
Valor médio da idade de *a* é significativamente maior que *b*, com probabilidade de erro menor de 0,10.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Quanto ao estado civil dos respondentes, percebe-se que a maioria (76,3%) é composta por solteiros (Gráfico 1), o que pode ser justificado pelo fato de serem muito jovens, e, inclusive, estarem iniciando a vida profissional majoritariamente na faixa etária dos vinte a trinta anos, como pode ser visto na Tabela 14.

GRÁFICO 1

Estado Civil dos bacharéis em turismo formados em Natal nos anos de 2009 e 2010



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

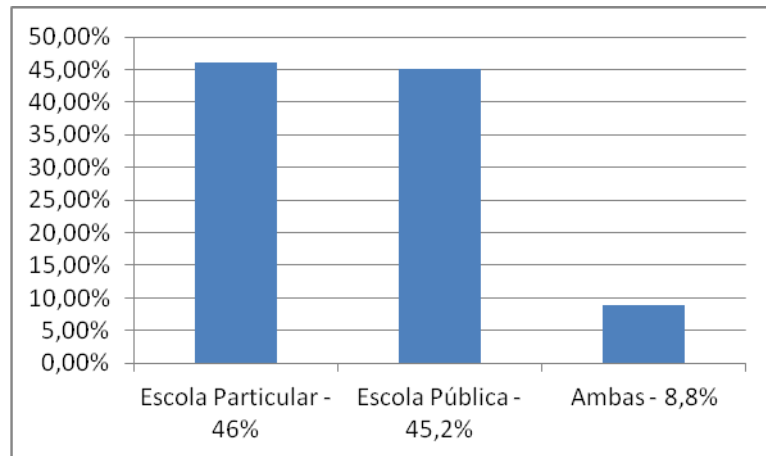
Com relação à cidade onde residem, 76,2% dos entrevistados moram na cidade onde cursaram a graduação, ou seja, em Natal; 10% estão localizados em Parnamirim; 3,8% residem em São Gonçalo do Amarante e os 10% restante moram em outros municípios. Desse modo, pode-se inferir que 90% dos respondentes moram na área metropolitana da cidade.

Percebe-se que há uma diferença pequena entre a quantidade de pessoas que se formaram em escolas públicas e privadas – como pode ser visto no Gráfico 2, onde: 46,3% dos bacharéis estudaram em escolas particulares e 45,2% em escolas públicas. Quando foi procurada uma relação entre os que estão e os que não estão trabalhando, foi mostrado que a base do ensino médio não influencia na empregabilidade atual do formado em Turismo na cidade do Natal. Essa informação vai contra o que foi exposto por Wickens e Forbes (2004) quando argumentam que essa acessibilidade para os de classe menos abastada tem influência no desempenho pessoal dos futuros profissionais (pois os estudantes de classe média estão melhores preparados para assumir a posição de discente do ensino superior, sabendo o que esperar da Universidade e já tendo sido iniciado na cultura dominante).

Para estes autores, a estratificação de classes está diretamente ligada ao sucesso ou fracasso educativo individual, e que alunos de classe alta tem uma vantagem sobre os outros, pois foram socializados na cultura dominante. Embora a escola pública brasileira tenha grandes déficits na educação, não se entrará em detalhes sobre o assunto, posto que não é este o foco do trabalho. Ao menos com relação aos bacharéis em Turismo, isto não se mostra fator significativo.

GRÁFICO 2

Onde os formados em turismo na cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 cursaram o ensino médio



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Como dito na metodologia da pesquisa, a UNP compõe maior parte da amostra (56,3%), posto que foi a IES que mais formou alunos em Turismo na cidade (um total de 263 entre 2009 e 2010). Quase metade dos entrevistados desta pesquisa se formou em 2009 (47,5%) e o restante em 2010.

Alguns alunos se formam em dois anos e meio – um período muito curto, especialmente se analisarmos a quantidade de informação que se tem durante a graduação. No entanto, alguns destes, na ânsia de adiantar o curso, o fazem quase em período de um curso técnico (vide que um desses se conclui em dois anos). De acordo com os dados da Tabela 15, grande parte concluiu em três anos, o que é justificado pela maioria da amostra ser composta por estudantes da UNP, onde o curso tem essa mesma duração. No geral, de acordo com a Tabela 15, os bacharéis em Turismo formados em Natal não têm atrasado muito seus cursos. Contudo, a FACEX é quem apresenta um resultado igual ao previsto pelo plano do curso.

TABELA 15

Média de anos para conclusão do curso pelos egressos das graduações em Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média	Número de respostas	Desvio Padrão
UNP	3,27	45	0,51
UERN	4,25	8	0,46
UFRN	4,33	15	0,40
FACEX	3,00	5	0,00
FCC	3,71	7	0,69
TOTAL	3,59	80	0,68

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Ao comparar a IES em que se formou com o nível de conhecimento da proposta curricular do curso, percebe-se, conforme a Tabela 16, que os graduados, de maneira geral, acreditam que conheciam razoavelmente a proposta dos seus respectivos cursos, tendo a

FACEX e a UNP as maiores médias e a UERN, UFRN e FCC médias que significam que conheciam pouco (o que demonstra que muitos entram no curso sem procurar saber aquilo que será oferecido ao longo de suas formações). Como enfatizado por Lees (2002), seria útil que os próprios alunos verificassem qual o tipo de competência que os empregadores da área desejam. Assim, ficariam cientes das eventuais lacunas em seu próprio desenvolvimento pessoal e do curso antes de chegar à fase de procura emprego.

TABELA 16

Nível de conhecimento da proposta curricular do curso em que estudou na percepção dos egressos de Turismo formados em Natal nos anos de 2009 e 2010

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média	Número de respostas	Desvio Padrão
UNP	3,44 ^a	45	1,15
UERN	2,75	8	0,70
UFRN	2,67 ^b	15	0,97
FACEX	3,60	5	1,51
FCC	2,57 ^b	7	1,13
Média Global	3,16	80	1,15

Nível de conhecimento da proposta curricular de *a* é significativamente maior que *b*, com probabilidade de erro menor de 0,10.

Médias calculadas na base que 1= Não conhecia; 2= Conhecia pouco; 3= Conhecia razoavelmente; 4= conhecia parcialmente; 5= Conhecia totalmente.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Quando os entrevistados foram indagados sobre a identificação com o curso de Turismo, 73,8% disseram se identificar (o que representa 59 pessoas) e 26,3% informaram que não se identificaram.

Conforme dados da Tabela 17, dos 26,3% que não se identificaram com o curso, 30,8% dos casos justifica essa não identificação por considerar a profissão pouco valorizada e 26,9% por não corresponder às expectativas.

TABELA 17

Por que os bacharéis em turismo formados em Natal nos anos de 2009 e 2010 não se identificavam com o curso

Categoria	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
A profissão é pouco valorizada	16	30,8
Não corresponde às expectativas	14	26,9
O mercado de trabalho é escasso	9	17,3
Descobriu não ter aptidão para a área	8	15,4
Falta de tempo para dedicação ao curso	4	7,7
Outro	2	1,9
Total	52	100

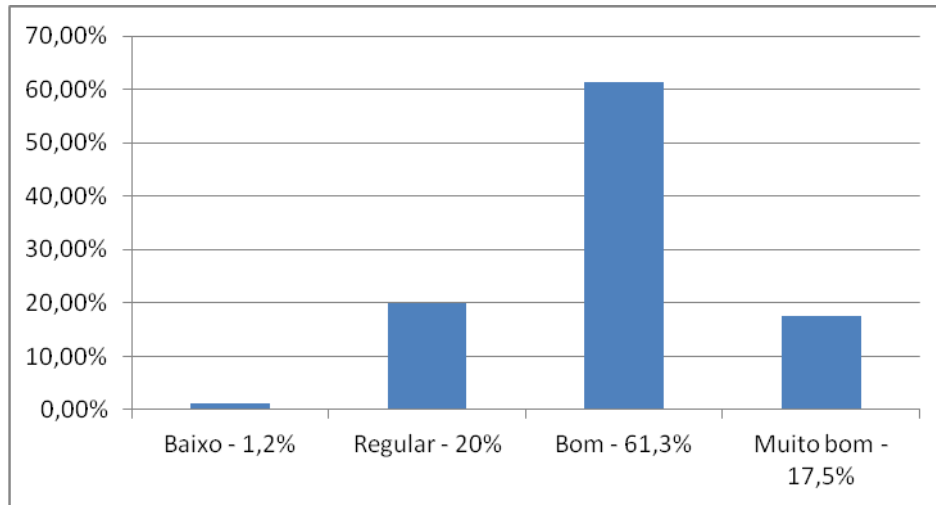
A questão permitia três respostas

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Ao questionar sobre o desempenho durante o curso, nenhum deles considerou-o como insuficiente. Apenas 1,3% considerou o desempenho como baixo, e a maioria (61,3%) considerou como bom (ver Gráfico 3).

GRÁFICO 3

Como os graduados em Turismo nos anos de 2009 e 2010 da cidade do Natal classificam seu desempenho no Curso



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Embora realizar muitas viagens não seja característica do perfil de todos os profissionais graduados em Turismo, 21% dos casos foram referentes a pessoas que escolheram Turismo por gostar de viajar (Tabela 18). Este fato é similar ao que Barretto (2004) apresentou, quando informou que, em uma pesquisa em nível nacional, até 2000, a maior parte dos entrevistados também disse ter escolhido o curso por gostar de viajar. Mesmo sendo uma época diferente e com uma amostra específica, a informação se repetiu. Isso mostra que vários alunos entram na Universidade sem antes fazer uma pesquisa apurada do que realmente faz um profissional com nível superior em Turismo.

TABELA 18

Motivos que levaram os concluintes de Turismo nos anos de 2009 e 2010 na cidade do Natal a escolher o curso de turismo para estudar

Motivos	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
Gosta de viajar	42	21,0
Vocação	34	17,0
Pouca concorrência no processo seletivo	26	13,0
Facilidade no mercado de trabalho	23	11,5
Influência da família	21	10,5
Já trabalhava na área	12	6,0
Boa remuneração	9	4,5
Profissão valorizada na sociedade	6	3,0
Ter curso superior	3	1,5
Havia feito um curso na área	3	1,5
Idiomas	2	1,0
Trabalhar com pessoas	2	1,0
Interesse em diversidade cultural	2	1,0
PROUNI	2	1,0
Outro	13	6,5
Total	200	100

A questão permitia três respostas

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Em segundo lugar, veio o motivo relacionado à vocação, e, em terceiro, a pouca concorrência no processo seletivo – o que justifica pessoas que não se identificam com a área e o fato de tantas pessoas dizerem que modificariam o curso escolhido, caso pudessem mudar algo em sua trajetória de vida profissional. Ademais, é preocupante o fato de essas pessoas terem escolhido o curso por um motivo que aparentemente não acontece na realidade (viajar com frequência), e, mesmo assim, depois de iniciar a graduação, não se preocuparem em conhecer a proposta curricular ou o objetivo profissional do curso para ficarem informados sobre o perfil profissional a ser formado pelo curso que frequentam. Todavia, cabe destacar que esse pensamento de acreditar que um estudante de Turismo irá viajar, pode se dar por causa das representações sociais em torno do tema *turismo* no mundo de uma forma geral. Outrossim, embora parte dos entrevistados tenha escolhido fazer o curso motivada por situações que não condizem com a realidade de um bacharel em Turismo, isso não influenciou no fato de estarem trabalhando na área, como pode ser visto na Tabela 19.

Como se percebe na Tabela 19, o motivo de escolha não influenciou no fato de estar trabalhando na área. Por exemplo: das 42 pessoas que escolheram fazer o curso porque gostavam de viajar, 50% delas está trabalhando na área e outros 50% não estão. Dos 26 que responderam que escolheram o curso de Turismo cujo motivo foi a pouca concorrência no processo seletivo, 12 estão trabalhando na área, ao passo em que 14 não estão; ou seja, a diferença estatística é pequena e permite inferir que a motivação não foi fator definitivo para o egresso estar trabalhando na área.

TABELA 19

Relação entre o motivo para ter escolhido o curso de Turismo e se está trabalhando na área da profissão

Motivo de escolha de Turismo		Trabalhando na área ou não		Total
		Sim	Não	
Gosta de viajar	Quantidade	21	21	42
	%	60,0%	50,0%	
Vocação	Quantidade	17	17	34
	%	48,6%	40,5%	
Pouca concorrência no processo seletivo	Quantidade	12	14	26
	%	34,3%	33,3%	
Facilidade no Mercado de Trabalho	Quantidade	10	13	23
	%	28,6%	31,0%	
Influência da família	Quantidade	9	12	21
	%	25,7%	28,6%	
Já trabalhava na área	Quantidade	7	5	12
	%	20,0%	11,9%	
Boa remuneração	Quantidade	5	4	9
	%	14,3%	9,5%	
Profissão valorizada na sociedade	Quantidade	4	2	6
	%	11,4%	4,8%	
Ter curso superior	Quantidade	2	1	3
	%	5,7%	2,4%	
Havia feito um curso na área	Quantidade	2	1	3
	%	5,7%	2,4%	
Idiomas	Quantidade	0	2	2
	%	,0%	4,8%	
Trabalhar com pessoas	Quantidade	0	2	2
	%	,0%	4,8%	
Interesse em diversidade cultural	Quantidade	0	2	2
	%	,0%	4,8%	
PROUNI	Quantidade	1	1	2
	%	2,9%	2,4%	
Outro	Quantidade	4	9	13
	%	11,4%	21,4%	
Total	Quantidade	35	42	77

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Os entrevistados foram questionados sobre a realização de estágios durante a graduação. Destes, 90% estagiaram na área – o que é positivo, posto que, o estágio, é um contato com a realidade do mercado; é o elo entre a IES e o mercado de trabalho. Percebe-se que 10% não estagiaram. É um número pequeno, mas que não deveria ocorrer, pois não se pode passar pela universidade e não ter essa experiência. Ela é o primeiro contato oficial com o mercado de trabalho. Inclusive, um dos entrevistados relatou que não estagiou, porém conseguiu uma declaração com um amigo que tinha uma empresa na área, e para a IES, oficialmente, este aluno realizou estágio. Ou seja, as IES precisam ter um melhor controle sobre essa atividade, para que casos como esse não aconteçam. Na Tabela 20, é possível verificar as áreas que obtiveram a maior parcela de estagiários dos cursos de Turismo da cidade do Natal no período de 2009 a 2010.

TABELA 20

Área em que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 realizaram estágio

Área*	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
Eventos	30	40,5
Agência de viagens	20	27
Hotelaria	17	23
Setor público	16	21,6
Entretenimento	7	9,5
Transporte	3	4,1
A & B	1	1,4
Outro	11	14,9

*Alguns entrevistados estagiaram em mais de uma área

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Dos que estagiaram, 40,5% fizeram estágio na área de eventos. Cabe destacar que, embora “eventos” possa ser considerado como uma categoria de entretenimento, optou-se por analisá-lo em separado, em função do grande número de pessoas que já atuaram na área. Vinte e sete por cento (27%) estagiaram em agências de viagens e 23% na hotelaria. Percebe-se que as áreas operacionais são as que predominam. Oitenta por cento (80%) acredita que o estágio contribuiu para o seu desempenho profissional, enquanto 10% acreditam que não contribuiu, e 10% não respondeu.

Do total dos entrevistados, 71,3% está trabalhando (o que corresponde a 57 pessoas) e 28,8% destes não estão ativos no mercado de trabalho. Alguns estão estudando para concurso; outros, estudando propostas de trabalho; e outros, fazendo algum outro curso ou mudaram de área e não têm mais interesse em voltar para o Turismo.

Quando se analisa a relação entre o sexo e quem está trabalhando, verifica-se uma discrepância entre homens e mulheres (vide Tabela 21, onde é possível perceber que 25

homens estão trabalhando e apenas três não). No que tange às mulheres, 32 trabalham e 20 não. Embora o número de mulheres seja maior no total, a proporção de homens trabalhando é bem maior que a de mulheres. No turismo, de acordo com pesquisa realizada pelo IPEA (2008) com pessoas que trabalham na área, a maior parte dos empregados é do sexo masculino.

TABELA 21

Relação entre o sexo dos egressos dos cursos de Turismo nos anos de 2009 e 2010 e se estão trabalhando atualmente

		Atualmente está trabalhando		Total
		Sim	Não	
Sexo	Masculino	25	3	28
		89%	11%	100%
	Feminino	32	20	52
		62%	38%	100%
Total		57	23	80
		71,3%	28,7%	100%

Relação entre Sexo e Atualmente trabalhando é significativa ao nível de 0,007.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Na Tabela 22, verifica-se a relação entre a IES em que se formou e se está trabalhando atualmente. Não se percebe uma diferença significativa quanto a relação entre o fato de estar trabalhando a formação em alguma IES específica. Estatisticamente não há diferença, ou seja, o fato de estar empregado independe da IES onde se formou.

TABELA 22

Relação entre a Instituição de Ensino Superior em que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal se formaram e se estão trabalhando atualmente

IES em que se formou		Atualmente está trabalhando		Total
		Sim	Não	
UNP	Quantidade	31	14	45
	Quantidade Esperada	32,1	12,9	45,0
UERN	Quantidade	3	5	8
	Quantidade Esperada	5,7	2,3	8,0
UFRN	Quantidade	12	3	15
	Quantidade Esperada	10,7	4,3	15,0
FACEX	Quantidade	4	1	5
	Quantidade Esperada	3,6	1,4	5,0
FCC	Quantidade	7	0	7
	Quantidade Esperada	5,0	2,0	7,0
Total	Quantidade	57	23	80
	Quantidade Esperada	57,0	23,0	80,0

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Dos 80 entrevistados, apenas 57 estão trabalhando. Destes, 61,4% trabalha na área de turismo e 38,6% não. Nesse caso, a maioria dos que estão empregados atua no setor turístico. Estatisticamente não há diferença com relação ao sexo para o fato de estar ou não trabalhando na área da profissão.

Estatisticamente também não há diferença entre a IES em que se formou e o fato de estar trabalhando na área de turismo. Segundo os dados da Tabela 23, apenas a UNP apresentou uma quantidade desproporcional àquela esperada de pessoas trabalhando na área, o que na realidade não aconteceu; isto é, esperava-se que, do total de entrevistados da UNP que trabalham na área de turismo, pelo menos 19 pessoas estivessem trabalhando, quando na verdade tem somente dezesseis. A expectativa era de que 12 pessoas não estivessem trabalhando, mas o número real é de 15.

TABELA 23

Relação entre a IES em que se formaram e a área da profissão dos formados em Turismo na cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010

Instituição de Ensino Superior em que se formou		Caso trabalhe, é na área própria da profissão		Total
		Sim	Não	
UNP	Quantidade	16	15	31
	Quantidade Esperada	19,0	12,0	31,0
UERN	Quantidade	2	1	3
	Quantidade Esperada	1,8	1,2	3,0
UFRN	Quantidade	9	3	12
	Quantidade Esperada	7,4	4,6	12,0
FACEX	Quantidade	4	0	4
	Quantidade Esperada	2,5	1,5	4,0
FCC	Quantidade	4	3	7
	Quantidade Esperada	4,3	2,7	7,0
Total	Quantidade	35	22	57
	Quantidade Esperada	35,0	22,0	57,0

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Com relação à atual área de atuação dos que estão trabalhando, em primeiro lugar (como visto na Tabela 24), aparece a área de eventos, fato que pode ser justificado em função de ter integrado a maior quantidade de estágios dos egressos, como visto anteriormente na Tabela 20. No entanto, o maior percentual está na categoria “outros”, o que significa que houve uma variedade individual entre as atuais de áreas de atuação. Desse modo, nela foram enquadradas todas as opções que apresentaram apenas um caso. Cabe destacar que alguns têm mais de um emprego e em mais de uma área.

TABELA 24

Atual área de atuação dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal formados nos anos de 2009 e 2010

Atual área de atuação	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
Eventos	11	19,0
Comércio	6	10,3
Agência de viagens	6	10,3
Gestão pública	4	6,9
Hotelaria	4	6,9
Setor administrativo	4	6,9
Lazer e entretenimento	2	3,4
Marketing	2	3,4
Educação	2	3,4
Imobiliária	2	3,4
Operadora de Turismo	2	3,4
Outros	13	22,4
Total	58	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Quando questionados sobre a função que exercem em seus locais de trabalho, a função mais exercida (a de *promoter*) representa 13,6% das respostas (ver Tabela 25). Vale salientar que, de modo geral, se convencionou a denominação de “*promoter*”. No entanto, vários respondentes deram nomes diferentes como “assistente de eventos”, “organizador de eventos”, entre outros. Em 42,4% dos casos, está a função “outros”, o que caracteriza que houve uma variedade individual entre as funções exercidas (e estas variam desde garçom a esteticista).

TABELA 25

Função exercida na área de trabalho pelos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal formados nos anos de 2009 e 2010

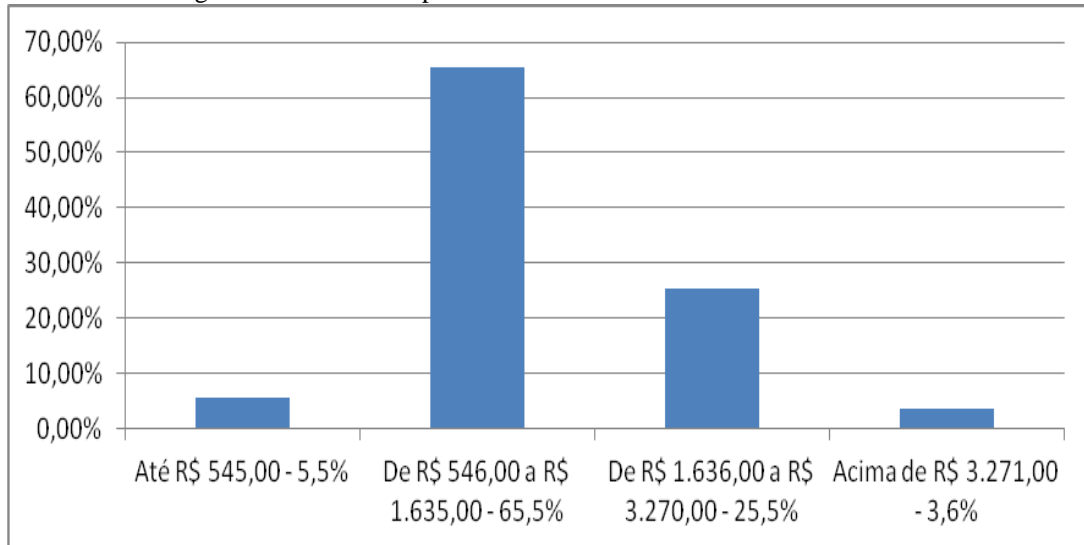
Função	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
Promoter	8	13,6
Gerente	7	11,9
Consultor de Viagens	7	11,9
Auxiliar administrativo	6	10,2
Recepcionista	4	6,8
Professor	2	3,4
Outro	25	42,4

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No Gráfico 4 se vê que 65,5% dos respondentes recebem uma remuneração que varia de R\$ 546,00 a R\$ 1.635,00, confirmando a tese de que a remuneração na área de turismo é baixa, já que o indivíduo se dedica pelo menos durante três anos (período mínimo para concluir o curso). Destaca-se que nessa porcentagem está incluso os que não são formados em Turismo, pois a pergunta foi dirigida a todos os que estavam trabalhando atualmente. No entanto, alguns dos respondentes não exerciam função na área turística.

GRÁFICO 4

Renda salarial dos egressos dos cursos superiores de Turismo em Natal formados nos anos de 2009 e 2010



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Conforme Tabela 26, dos 35 respondentes que trabalham com turismo, 24 recebem de R\$ 546,00 a R\$ 1.635,00, ou seja, a maioria dos que trabalham na área recebem em torno desse valor, o que confirma a baixa remuneração do setor.

Conforme Ladkin (2008, p. 590):

Os mercados de trabalho em turismo são dinâmicos, com inúmeros atores caracterizados por diversidade ocupacional e salários relativamente baixos [...] Muitos empregos em turismo são sazonais, como hotéis e outros estabelecimentos, reduzindo as atividades ou fechando após a alta temporada. [...] O turismo ainda pode criar empregos múltiplos; por exemplo, uma pessoa pode ter um emprego principal, num setor diferente, durante o dia, mas empregar-se em tempo parcial num emprego relacionado ao turismo, à noite. [...] Essas características empregatícias podem causar uma percepção negativa do emprego em turismo, afetando a dimensão das qualidades dos mercados de trabalho nessa área.

Acrescenta-se, ainda, que dez dos respondentes recebem de R\$ 1.636,00 a R\$ 3.270,00. Apenas duas pessoas que estão economicamente ativas recebem acima de R\$ 3.271,00. Contudo, nenhuma dessas duas trabalha com Turismo. É válido destacar que esses valores podem ter sofrido variação, posto que, na época em que foi realizada a entrevista, o salário mínimo era de R\$ 545,00 – o qual, a partir de maio de 2012, passou a ser percebido na quantia bruta de R\$ 622,00.

TABELA 26

Relação entre renda salarial dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal dos anos de 2009 e 2010 e a atuação na área da profissão estudada

		Caso trabalhe, é na área própria da profissão?		Total
		Sim	Não	
Renda salarial	Até R\$ 545,00	1	2	3
	De R\$546,00 a R\$ 1.635,00	24	12	36
	R\$ 1.636,00 a R\$ 3.270,00	10	4	14
	Acima de R\$ 3.271,00	0	2	2
Total		35	20	55

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Após analisar a Tabela 27, não se percebe uma diferença significativa quanto aos salários com relação ao sexo. Quando perguntados se já haviam trabalhado na área – posto que alguns estão sem emprego no momento ou então para saber se já trabalharam em áreas diferentes das que estão hoje – tem-se a informação de que 61,3% já exerceram algum cargo na área, ao passo em que alguns dos que estão trabalhando atualmente provavelmente já trabalharam em mais de uma área. Já os 36,3% que responderam “não”, significa que nunca exerceram um cargo profissional na área de Turismo e que alguns só trabalharam em apenas uma área. Um grupo de 2,5% se absteve de responder.

TABELA 27

Relação entre o sexo dos formados em Turismo na cidade do natal nos anos de 2009 e 2010 e a renda salarial obtida no trabalho que exercem atualmente

		Renda salarial				Total
		Até R\$ 545,00	De R\$546,00 a R\$ 1.635,00	R\$ 1.636,00 a R\$ 3.270,00	Acima de R\$ 3.271,00	
Sexo	Masculino	1	14	7	1	23
	Feminino	2	22	7	1	32
Total		3	36	14	2	55

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Como pode ser visualizado na Tabela 28: hotelaria, agência de viagens e eventos representam 28,4%, 20,9% e 16,4% dos casos, respectivamente – o que permite inferir que os graduados têm trabalhando em áreas mais técnicas e operacionais do turismo.

TABELA 28

Área em que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal dos anos de 2009 e 2010 já trabalharam

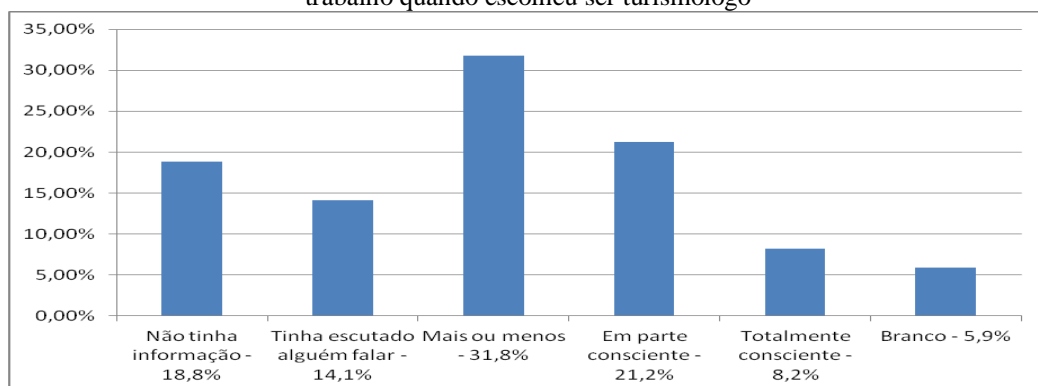
Área	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
Hotelaria	19	28,4
Agência de viagens	14	20,9
Eventos	11	16,4
Setor público	6	9,0
A & B	4	6,0
Guiamento turístico	3	4,5
Aeroporto	2	3,0
Transportes	2	3,0
Docência	2	3,0
Recreação	2	3,0
Outro	3	4,5
Total	67	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Em geral, os bacharéis em Turismo, formados na cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010, de acordo com esta pesquisa, já entraram no Curso com um pouco de consciência de como era o mercado de trabalho, uma vez que, como pode ser visualizado no Gráfico 5, 31,8% sabia mais ou menos, 14,1% tinha escutado alguém falar sobre o assunto e 21,2% era, em parte, consciente de como era o mercado de trabalho. Apenas 18,8% não tinha qualquer informação sobre como era o mercado de trabalho. Ou seja, mesmo aqueles que reclamam de não ter conseguido um emprego na área, de ser mal remunerado ou da profissão não ser regulamentada, pouco mais de 70% dos entrevistados tinha uma ideia da situação real quanto à empregabilidade dos formados em Turismo. Caberia aos mesmos fazer a diferença e se adequar ao que seria exigido pelos futuros empregadores.

GRÁFICO 5

Percepção dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal de 2009 e 2010 sobre como era o mercado de trabalho quando escolheu ser turismólogo



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Quando questionados sobre quais os fatores para conseguir um emprego na área de Turismo, como pode ser observado na Tabela 29, todos os itens citados são inerentes a qualquer profissional (e não apenas ao bacharel em Turismo). São competências humano-comportamentais.

Muitas são as competências requeridas dos profissionais do Turismo, nos dias atuais, em termos de habilidades técnicas, conhecimentos gerais, postura, ética e disposição para o aprendizado por toda carreira. Estas competências têm sido definidas por diferentes autores, como forma de contribuir para os processos de seleção de pessoal, treinamento, avaliação de desempenho e também na formação do indivíduo nas universidades. Este novo cenário leva as universidades a reverem suas práticas e a se preocuparem em como devem preparar o indivíduo que irá atuar neste mercado (SOGAYAR e LONA, 2011, p.1).

O fator *idiomas* aparece em primeiro lugar, com 20% dos casos. Contudo, embora as diretrizes curriculares coloquem na lista de competências e habilidades esperadas por um formado em Turismo que este tenha domínio de um idioma estrangeiro, nenhuma IES de Turismo de Natal oferece disciplinas que sejam suficientes para que o aluno aprenda a falar um idioma específico.

TABELA 29

Fatores considerados mais importantes para conseguir um lugar no mercado de trabalho na área de Turismo, na percepção dos concluintes da área, formados em Natal nos anos de 2009 e 2010

Fatores*	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas
Idiomas	34	20,0
Qualificação	33	19,4
QI – quem indique	25	14,7
Experiência profissional	19	11,2
Pró-atividade	8	4,7
Força de vontade	7	4,1
Ser atualizado	5	2,9
Compromisso	3	1,8
Dinâmico	3	1,8
Ética	3	1,8
Boa formação profissional	3	1,8
Comunicativo	2	1,2
Outro	25	14,7
Total	170	100

*A questão permitia mais de uma resposta

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Com relação às expectativas que os bacharéis tinham ao ingressarem no curso de Turismo, observa-se, através da Tabela 30, que a FCC e a UFRN apresentam as maiores médias para mudanças. Isto é, os alunos formados nestas IES, de acordo com a amostra da presente pesquisa, são os que mais mudaram a opinião com relação às expectativas de quando entrou no curso e depois que se formou.

TABELA 30

Mudança em relação às expectativas profissionais, comparando quando os egressos em Turismo dos anos de 2009 e 2010 da cidade do Natal entraram no Curso e depois que se formaram

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média	Número de respostas	Desvio padrão
UNP	3,56b	45	1,289
UERN	3,75b	8	1,035
UFRN	4,64a	14	,633
FACEX	3,75	4	1,893
FCC	4,00	7	,816
Total	3,82	78	1,214

Nível de mudanças em relação às expectativas de *a* é significativamente maior que *b*, com probabilidade de erro menor de 0,10.

Médias calculadas na base que 1= nenhuma mudança; 2= pouca mudança; 3= razoável; 4= mudou; 5= mudou completamente

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Quando os respondentes foram indagados se mudariam algo na trajetória de preparação profissional até o momento, 67,5% destes disseram que mudariam, 27,5% disseram que não mudariam nada e 5% não respondeu. Na Tabela 31, é possível visualizar o que os entrevistados mudariam, caso pudessem.

TABELA 31

O que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 mudariam na trajetória de preparação profissional até o momento

Variáveis	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas
Não teria feito o curso de Turismo	24	38,7
Idiomas	10	16,1
Teria feito mais cursos	4	6,5
Se dedicado mais	3	4,8
Duração do curso	2	3,2
Ler mais	2	3,2
Faria mais contato com pessoas da área	2	3,2
Procuraria mais estágios	2	3,2
Teria pesquisado como funciona o mercado	2	3,2
Mais comunicativa	2	3,2
Outro	10	16,1

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Dos 67,5% que mudariam algo, 38,7% não teria feito o curso de Turismo. Outros 16,1% dos casos disseram que teriam feito pelo menos um curso de idiomas (provavelmente para obter um emprego, já que 19,1% considera esse fator importante para se obter alguma colocação na área, como foi visto na Tabela 28).

Na Tabela 32 são mostradas as justificativas dadas pelos entrevistados para mudarem alguma coisa em sua trajetória profissional.

TABELA 32

Por que os egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010 mudariam algo em sua trajetória

Variáveis	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas%
Outras áreas são melhores para se inserir no mercado de trabalho	5	8,8
Faculdade extremamente desnecessária para trabalhar na área	4	7,0
Insatisfação com o mercado de trabalho	4	7,0
O mercado não valoriza a formação em Turismo	4	7,0
Tempo curto para uma boa preparação	2	3,5
Se capacitar	2	3,5
Falta tempo pra fazer agora	2	3,5
Por causa de todas as dificuldades da profissão	2	3,5
Salários baixos	2	3,5
Outro	30	52,6
Total	57	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Entre tantos itens para justificar o porquê de querer mudar algo em sua trajetória profissional, percebe-se a predominância de características relacionadas com a não valorização do curso superior em Turismo.

Os entrevistados foram questionados, ainda, sobre as perspectivas, com relação ao futuro profissional enquanto turismólogos. Cabe destacar que os entrevistados citaram uma variedade de percepções quanto ao futuro, fazendo necessário categorizar as respostas, como pode ser visualizado na Tabela 33.

TABELA 33

Como os concluintes dos cursos de Turismo da cidade do Natal dos anos de 2009 e 2010 se sentem quando pensam no futuro profissional enquanto turismólogos

Variáveis	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas %
Otimista	17	21,3
Desestimulado	8	10,0
Pessimista	7	8,8
Inseguro	5	6,3
Montar o próprio negócio	4	5,0
Atuar como docente	3	3,8
Frustrado	2	2,5
Revoltado	2	2,5
Não pensa no momento	2	2,5
Não é dado o valor merecido ao profissional	2	2,5
Não tem perspectiva enquanto turismólogo	2	2,5
Outro	26	32,5
Total	80	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Como pode ser visto na Tabela 33, 11,3% dos casos se considera otimista. Entre os motivos que os levam a se sentirem otimistas está a Copa do Mundo de Futebol que acontecerá em 2014 e terá Natal como uma das cidades sede. Todavia, se contabilizados apenas como aspectos positivos e negativos, percebe-se que a maioria tem perspectivas negativas quanto ao futuro como bacharéis em Turismo. Isso demonstra pessimismo com a profissão escolhida. Alguns deles não desejam mais trabalhar com turismo. Outros dizem não se identificar com o Curso.

4.4 APLICABILIDADE DO ENSINO SUPERIOR EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO

No que diz respeito ao terceiro objetivo, foi questionado aos entrevistados se eles acreditavam que os Currículos (elenco das disciplinas) do Curso da Instituição de Ensino onde estudou atende as necessidades do mercado; isto é, se existe relação entre o que é aplicado na universidade e o que é cobrado no mercado de trabalho. Como resposta, obteve-se, de certa forma, um empate técnico com um pouco mais de percentual para quem considera que o currículo da IES onde estudou não atende às necessidades do mercado (48,8% sim); 47,5% não; e 3,7% branco. No entanto, se for avaliar por cada IES, haverá informações divergentes e apenas duas das Instituições pesquisadas apresentaram números negativos quanto à aplicabilidade da matriz curricular no mercado de trabalho. É o caso da FACEX e da UFRN, que apresentaram 80% e 100% de incompatibilidade entre o ensino superior em Turismo e o mercado de trabalho em sua IES, respectivamente (como pode ser visto na Tabela 34). Logo, faz-se necessário que estas IES revejam suas posições e atuações perante os alunos para reverter esse quadro.

Entre as justificativas, de uma maneira geral, para as respostas negativas encontra-se a falta de idiomas na matriz curricular de umas das IES estudadas, que só se percebe que não é condizente com o mercado quando se entra neste.

TABELA 34

Relação entre a IES em que se o graduado em Turismo de Natal se formou nos anos de 2009 e 2010 e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado

Instituição de Ensino Superior em que se formou		Acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado		Total
		Sim	Não	
UNP	Quantidade	29	14	43
	Esperada Quantidade	21,8	21,2	43,0
UERN	Quantidade	4	4	8
	Esperada Quantidade	4,1	3,9	8,0
UFRN	Quantidade	0	14	14
	Esperada Quantidade	7,1	6,9	14,0
FACEX	Quantidade	1	4	5
	Esperada Quantidade	2,5	2,5	5,0
FCC	Quantidade	5	2	7
	Esperada Quantidade	3,5	3,5	7,0
Total	Quantidade	39	38	77
	Esperada Quantidade	39,0	38,0	77,0

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

É interessante que alguns turismólogos citaram como justificativa para a questão referente a IES não ser compatível com as exigências do mercado o fato dos professores não terem lhes alertado de como era o mercado de trabalho. Porém, questiona-se: o aluno não deve procurar saber disso antes de entrar em uma faculdade? O discente também tem suas responsabilidades, não pode focar apenas nas disciplinas em salas de aula. A Universidade tem muito a oferecer, mas cabe ao aluno aproveitar as oportunidades. As IES poderiam oferecer tutores para acompanhar o desempenho dos alunos durante o percurso na graduação como forma de dar apoio aos novos ingressantes nos cursos.

Como visto as respostas dos entrevistados estão quase igualmente distribuídas com relação a acreditarem na compatibilidade entre o que é oferecido na academia e o que é cobrado no mercado de trabalho. No entanto, houve quem não quisesse responder ao instrumento de pesquisa do presente estudo por estar insatisfeito com o curso escolhido e com o pouco prestígio dado aos graduados na área:

“penso q [sic] não seria muito satisfatória a minha visão a respeito do curso tanto como o mercado de trabalho. Infelizmente prefiro nem tocar no assunto, tendo em vista a desvalorização do profissional. Pede a ajuda de outra pessoa!”

Todavia, há quem acredita na compatibilidade entre o ensino e o mercado e justificou isso enfatizando as áreas técnicas e operacionais, que, curiosamente, são as que mais empregam os formados.

“A maioria das disciplinas atende, como por exemplo: agenciamento e administração hoteleira.” (UNP1¹¹).

“Pois no decorrer do curso foram apresentadas matérias diversificadas sobre diversos segmentos que podemos atuar dentro da nossa área, misturando teoria e prática para que nós pudéssemos ter um embasamento completo.” (UNP2).

Outros, por outro lado, acreditam que o problema está no interesse do aluno:

“O currículo do curso é riquíssimo e o aluno que estiver disposto a absorver todas as informações que o curso propõe, sai da faculdade um ótimo profissional.” (UNP3).

Nesse caso, cabe ressaltar a percepção de Silva (2005), de que o mundo globalizado exige profissionais com diversas habilidades e competências tais como: multifuncionalidade, eficiência, criatividade, visão de futuro, entre outros. Torna-se imperativo obter o conhecimento não apenas na área de atuação, mas também na linguagem globalizada para poder responder às mudanças e entender claramente a sociedade em que está inserido.

Há ainda quem acredite que o currículo é bom, mas que mesmo assim não é fácil se inserir no mercado e que, para tanto, é necessário ter alguém conhecido atuando na área:

¹¹ Em todas as falas dos entrevistados será utilizado um código que pode ser compreendido como: IES em que se formou e ordem, respectivamente.

“Só que a realidade não é essa, por mais que tenha um currículo bom é difícil entrar no mercado.” (UNP4).

“Mas falta inserir como profissionais respeitados, o mercado é restrito (não tem muito mercado, salários ruins). Se não tem quem indique (QI) fica difícil se inserir no mercado”. (UNP5).

Percebe-se, ainda, que há quem faça relação com o fato de estar trabalhando (como se só atendesse ao mercado pelo fato de estar trabalhando na área):

“Sim, as matérias em sala me ajudaram muito no meu trabalho.” (FCC1).

“As disciplinas que foram oferecidas no curso, até agora supriram as necessidades que teve no mercado de trabalho.” (FCC2).

Todavia, de acordo com a Tabela 35, quem já trabalhou na área tende a acreditar que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou não atende às necessidades do mercado, ao passo em que quem nunca trabalhou na área acredita mais que os currículos do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado.

TABELA 35

Associação entre se já trabalhou na área e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado

		Acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende as necessidades do mercado		Total
Você já trabalhou na área		Sim	Não	
Sim	Quantidade	18	30	48
	Quantidade esperada	24,3	23,7	48,0
Não	Quantidade	20	7	27
	Quantidade esperada	13,7	13,3	27,0
Total	Quantidade	38	37	75
	Quantidade esperada	38,0	37,0	75,0

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

A tabela 35 mostra que quem tem experiência na área acredita que o elenco das disciplinas do curso onde estudou não é suficiente. Outros reconhecem que, embora o currículo seja bom, falta uma melhoria no quadro de professores:

“Só precisa melhorar os professores. Se fosse ministrada de maneira correta.” (UNP6).

Outro problema citado, apesar de ter considerado que o currículo é bom, foi, mais uma vez, a dificuldade com idiomas:

“A única coisa que senti falta foi disciplina de línguas, no mais saciou todas as expectativas do curso e abrangeu diversas áreas onde o turismólogo pode atuar.” (UNP7).

“Parcialmente, pois acredito que deveria ter uma maior atenção com o estudo e a prática de línguas, já que o aumento do poder aquisitivo do país tem possibilitado o crescimento nas vendas de pacotes de viagens ao exterior, e assim permitido intercâmbios mais longos entre brasileiros e estrangeiros.” (UNP8).

É possível ver, ainda, que, por se tratar de uma IES privada, há um foco maior em se formar demanda para o mercado de trabalho.

“A Instituição está sempre adequando o currículo do curso as demandas do mercado, principalmente por ser uma instituição privada tem um foco direcionado para esta demanda”. (UNP9).

Entretanto, o papel da educação em Turismo é mais do que um processo de construção de uma empregabilidade. O papel do educador é preparar o aluno para ser empregável, assumir postura ética e pensamento crítico (INUI, WHEELER E LANKFORD, 2006).

Os empresários precisam entender que turismo não possui apenas aspectos econômicos ou administrativos. O turismo é um fenômeno social, cultural, político, ambiental (claro que também econômico), mas não pode ser reduzido a cifras ou métodos de gestão. Os alunos em turismo não estudam apenas para trabalhar em agências de viagem ou transportadoras [...] (TRIGO, 2002, NÃO PAGINADO).

Há quem justifique essa adequação do currículo com a baixa qualidade do próprio mercado em Natal:

“Como o profissionalismo do setor em Natal fica muito a desejar, foi o suficiente, mas caso contrário não, pois além do tempo insuficiente

para uma apresentação mais detalhada das disciplinas, algumas foram excluídas”. (UNP10).

Para os 47,5% que não acreditam na compatibilidade entre o ensino e o mercado de trabalho, foi dado como justificativa a existência de incoerências como:

“O mercado exige a prática e não valoriza a teoria, por tanto, faz-se necessário um estágio, de preferência intermediado pela academia para dar oportunidade aos discentes de sentir como é o dia a dia do mercado.” (UNP11).

Fato que corrobora com Pizam (1999), ao destacar em sua pesquisa com entidades empresariais e governamentais, de que existe certa deficiência na formação de recursos humanos que trabalham com turismo. Isto é, não há uma educação suficiente para o setor, e a maioria das instituições de formação existentes foi percebida como inadequada para as necessidades das empresas do setor turístico. Segundo Barretto (2001, p. 145), “em muitas empresas valoriza-se mais a experiência adquirida no dia-a-dia do que um diploma de curso de terceiro grau, numa demonstração evidente de que ainda não houve um acordo entre o mercado e o sistema de ensino”.

É interessante observar o contraste entre as percepções de alunos de IES diferentes, com relação ao foco dado na formação que receberam, pois enquanto um disse:

“Não, a grade do curso de turismo atualmente está muito voltada para realizações de trabalhos com pouco retorno financeiro, como por exemplo: hotel, bares, restaurantes e agência de viagens, esquecendo de uma área muito importante que é a do planejamento turístico, com isso, acredito que as disciplinas deveriam ter um peso maior na grade de ensino.” (FACEX1).

Outro disse que:

“Não, o curso é voltado para capacitar planejadores do turismo e de gestão, mas o que o mercado espera é o operacional. Deveriam ter componentes curriculares que ensinassem profissionalizantes, não quer dizer que tenha que ser um curso profissionalizante, mas é necessário conhecer as partes para compreender o todo. O professor engana a gente, a gente engana o professor e assim vai. Os substitutos valerem mais que os efetivos.” (UFRN1).

Desse modo, constata-se que os próprios egressos não entraram em um consenso sobre o que deveria estudar em um curso superior em Turismo. Para Sheldon *et al* (2008), os

cursos educacionais em Turismo precisam ser revistos, mudando a natureza do que é ensinado e como ele é ensinado. As habilidades e os conhecimentos requeridos pelo diplomado devem ser redefinidos, assim como suas estruturas e pressupostos precisam ser questionados.

Acrescenta-se, ainda, que, muitas vezes, os alunos não sabem ou não veem oportunidades para utilizar o conhecimento adquirido com base em sala de aula. Para ERNAWATI (2003 *apud* INUI, WHEELER e LANKFORD, 2006), isso normalmente é criticado como “a maioria dos currículos de Turismo são projetados por educadores com representação mínima na indústria”, isto é, pessoas que estão ausentes do mercado de trabalho turístico – o que corrobora com algumas percepções apresentadas pelos entrevistados com relação às causas para essa não-aplicabilidade do ensino superior em Turismo no mercado de trabalho, conforme pode ser visto abaixo:

“Professores sem conhecimento prático.” (FACEX2).

*“É importante que se tenha mais aulas específicas em laboratórios.”
(UNP12).*

*“O curso precisa de mais atividades práticas, é generalista demais.”
(UFRN2).*

*“o curso deveria apresentar disciplinas com vivencia prática.”
(UFRN3).*

Assim como há os que justificam que o currículo atende às necessidades do mercado por estarem trabalhando em alguma área técnica e operacional que tenham usado informações obtidas nas IES, há aqueles que justificam as incoerências justamente pelo contrário, por exemplo:

“Não, pois a grade deveria ter língua estrangeira, se adaptar ao mercado.” (UNP13).

“Principalmente na área de agências e operadora, na sala de aula praticamente nada do que é passado condiz com a realidade do dia a dia.” (UNP14).

*“No curso que escolhi acredito que boa parte das disciplinas não favorece no mercado de trabalho dependendo do cargo escolhido.”
(UNP15).*

“Não, parcialmente, por mais que tente abranger várias áreas utiliza-se pouco do que aprendeu no mercado. Faltaram disciplinas de eventos, cerimonial, pois é o que mais falta na cidade.”(UFRN4).

Por outro lado, tem aqueles que acreditam que não há coerência apenas pelo fato de não terem conseguido um emprego na área:

“Não consegui nada na área.” (FCC3).

É curioso observar, ainda, o pensamento de que ser um bom aluno e obter boas notas ao longo do curso deve fazer diferença no mercado de trabalho, como pode ser visto abaixo:

“Sim, Os cursos deveriam dar mais ênfase a algumas áreas em especial como agência, hospitalidade, e planejamento turístico, nos levando a um conhecimento mais prático em relação a essas e outras áreas, nos lançando no mercado de trabalho com conhecimentos que nos permitam habilidades suficientes para termos capacidade de abirmos uma agência de viagens, prestar consultoria em meios de hospedagem, ou até mesmo termos conhecimentos para assumir uma secretaria de turismo. devido a essa carência, somos lançados no mercado de trabalho aéreos sem noção alguma de como assumir uma dessas funções. Olhe quem tá respondendo isso é um dos melhores alunos do curso de turismo da instituição, com melhores notas do ENADE do estado no curso de turismo e com nota dez na monografia, imagina ai quem não era tão bom quanto eu.. se eu me sinto despreparado imagine os outros.”(FCC4).

Logo, questiona-se: *se o considerado melhor aluno não se sente preparado para atuar no setor, como os outros se sentem?* Talvez o fato de ser o melhor da sala (em questão de notas) não seja o suficiente para conseguir um emprego.

Encontra-se, ainda, indivíduos que esperam pela ajuda dos professores e coordenadores de curso como um apoio para conhecer as dificuldades do mercado. Como justificativa para tal, percebe-se que as pessoas têm iniciado os cursos cada vez mais novos, indivíduos que às vezes não tem ainda maturidade suficiente para encarar um curso superior ou definir o próprio futuro profissional.

“Acho que deveriam explicar mais aos alunos como funciona o mercado de trabalho.” (UNP16).

“Deixou um pouco a desejar e só percebeu isso quando entrou no mercado de trabalho.” (UNP17).

Percebe-se, ainda, a revolta com as poucas possibilidades de trabalho e as baixas remunerações recebidas por muitos dos que trabalham na área:

“Não, durante todo o curso, os professores, na medida em que iam se passando os períodos, diziam que os alunos, quando formados, estariam qualificados para ingressarem no mercado de trabalho do Turismo. Só esqueceram que esse “mercado” se resumia a alguns estabelecimentos. Por exemplo: hotéis, pousadas e agências de turismo (e muito mal pagos)”. (UNP18).

Também está presente na percepção de alguns dos formados aquilo que foi citado por Kuenzer (2001 *apud* SHIGUNOV NETO, 2002), no que tange à generalização que é vista na matriz curricular dos cursos superiores de Turismo, como enfatizam Shigunov Neto e Maciel:

Em decorrência [das mudanças], a proposta curricular para o ensino superior sofre alterações significativas; da formação especializada. Passa-se à formação do generalista; dos currículos mínimos, passa-se às diretrizes curriculares amplas – que serão adequadas a cada curso, segundo as peculiaridades locais e dos alunos -; de trajetórias unificadas, passa-se à diversificação dos percursos (KUENZER, 2001 *apud* SHIGUNOV NETO, 2002, p.34).

Abaixo, seguem algumas transcrições dos entrevistados que não acreditam na compatibilidade do curso com o mercado de trabalho por considerarem-no generalista:

“Sim, em parte, pois as disciplinas são generalistas, ou seja, estudamos um pouco de tudo e não nos tornamos especialistas em nada.” (FCC5)

“Não, porque não tem um foco, é muito abrangente, diversificado, ver muita coisa, mas no fim não se sabe de nada.” (UFRN5).

Há aqueles que defendem que o problema não é da IES:

“Não, o mercado procura profissionais primeiramente com experiência. É algo que as universidades não podem fazer muita coisa.” (UERN1).

Como corrobora Trigo (1998), o profissional de turismo forma-se diante de muitas incertezas. Às vezes é obrigado a aceitar oportunidades de trabalho que não necessitam de formação superior e, conseqüentemente, recebem salários mais baixos, elevado número de horas de trabalho, e o pouco prestígio dos profissionais do segmento turístico, comparativamente a outros segmentos da economia. Assim, para alguns, a injustiça é do mercado:

“Não, porque o mercado é injusto, não condiz com a teoria ministrada. Na universidade é uma utopia, no mercado é outra coisa. Para trabalhar na área não precisa ser bacharel, basta ter só o ensino médio.” (UFRN6).

“Não, o ensino faz direcionamento para uma pequena fatia de mercado, na realidade o mercado absorve trabalhadores que não necessitam de ensino superior.” (UFRN7).

Como afirma Costa (2005, p.5):

Na verdade, o que se tem atualmente é uma grande necessidade de ampliar as discussões e os debates sobre a relação conflituosa entre as exigências do mercado de trabalho e o profissional formado nos cursos de bacharelado em turismo. Desta forma para que estanque o questionamento acerca da qualidade dos inúmeros cursos de turismo existentes no Brasil, faz-se necessário criar instrumentos adequados e determinar os novos perfis profissionais, em conformidade com a evolução da atividade turística. Para tal, é necessário que seja elevada a qualidade de ensino nas escolas superiores de turismo; que se promova a integração entre as entidades docentes e as empresas do setor turístico em todos os países, e por fim, que se estimule as instituições de ensino a aprimorar o nível acadêmico de seus currículos.

Enquanto uns criticam algumas IES por não oferecerem a parte de gestão, outros que estudam gestão reclamam por não oferecer partes técnicas, o que demonstra que não há um consenso entre o que se espera aprender em um curso superior de Turismo.

“Acredito que deixe a desejar, principalmente no âmbito da gestão, se a intenção é fazer o curso de turismo para atuar nas áreas de recepção de hotéis, agente de viagens, as disciplinas atendem ao mercado.” (FACEX3).

“Não, as disciplinas oferecidas sequer atendem aos objetivos do curso. O mercado requer conhecimentos mais técnicos, as quais o curso não oferece.” (UFRN8).

“Não, o mercado é mais operacional e o curso não vê isso.” (UFRN9).

“Não, o conteúdo é muito teórico, quando partimos pro [sic] mercado de trabalho encontramos dificuldades de colocar em prática tudo que estudamos.” (UNP19).

Ressalta-se que esta incompatibilidade também pode se dar em função das percepções diferentes na forma que o mercado e a academia avaliam o turismo.

O turismo como fenômeno é tanto aquela parte do mundo externo em que os seres humanos se ocupam em ser turistas quanto àquela parte afetada pelo turismo. É um fenômeno abrangente, desordenado, complexo e dinâmico. Envolve um conjunto de práticas e resultados possíveis. Não é o mesmo mundo do estudo do turismo. Este último é composto de uma comunidade de pesquisa em turismo e de um registro simbólico do conhecimento em turismo. É uma iniciativa dos seres humanos de captar, representar, descrever, explicar e prever o fenômeno turístico. O estudo do turismo expõe novas maneiras de levar em conta o turismo, de mapear os novos conceitos, de elaborar novas teorias e de fundamentar um corpo de conhecimento. Contudo conhecimento em turismo é muito menos que a atividade que descreve – está essencialmente ligado à feitura de generalizações sobre o mundo fenomenal do turismo e à organização das teorias (TRIBE, 2008b, p. 79).

Para Tribe (1999), o turismo não representa apenas o consumidor e as atividades empresariais, mas apresenta dois campos de estudos: 1- o campo dos negócios turísticos que inclui atividades empresariais e 2- questões ambientais, estéticas, éticas e culturais, que, no caso, compõe o campo não relacionado a negócios.

Dando continuidade às respostas dos entrevistados sobre a preparação do discente do curso de Turismo de uma IES com relação ao mercado de trabalho, um deles fez a seguinte observação:

“levando em conta que o mercado exige cada vez mais do profissional acho pouco provável que um estudante recém-formado esteja realmente preparado para o mercado. O nível técnico que o aluno sai da faculdade é insuficiente para suprir a necessidade de experiência necessária exigida para o mercado. A carência se dá na forma de ministrar e conciliar a teoria e a prática.” (UNP20).

Concorda-se com a percepção da entrevistada supracitada, pois, de fato, acredita-se que não há possibilidades de ver em sala de aula (durante três ou quatro anos) tudo o que é necessário para trabalhar em turismo, e isto pode ser minimizado a partir do momento que o aluno se engajar em um estágio. Esse é um dos motivos que valoriza ainda mais a fase de estágio de um discente, posto que este é, para muitos, o primeiro contato com o mercado de trabalho.

Foi perguntado aos respondentes qual a percepção que tinham sobre o mercado de trabalho para o turismólogo, avaliando-o em quatro itens: inserção no mercado, salário, progressão profissional e status. Para tanto, inicialmente procurou-se definir (a partir dos dados obtidos) um índice geral de satisfação com o mercado, que pode ser visualizado na Tabela 36. Este índice foi construído a partir da média de todos os quatro itens para cada IES, de modo que a FACEX apresentou uma visão mais positiva que as outras IES, enquanto a UFRN demonstrou uma visão mais negativa. Por outro lado, cabe destacar que, de maneira

geral, todas apresentaram médias baixas e nenhuma tem uma visão boa ou muito boa com relação ao mercado de trabalho para o bacharel em Turismo. O Alfa de Cronbach = 0,7802 mostra que todos os quatro itens são consistentes como indicadores de grau de satisfação. Isto é, são coerentes entre si, o que representa um bom índice de satisfação.

TABELA 36
Índice geral de satisfação com o mercado de trabalho no setor turístico

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média*	Número de respondentes por IES
UNP	2,68b	40
UERN	2,32b	7
UFRN	2,22b	12
FACEX	3,65a	5
FCC	2,82b	7
Total	2,65	71

A letra *a* significa um valor significativamente mais alto que a letra *b*.

*Médias calculadas na base que inserção no mercado, salário, progressão profissional e status podem ser 1= Ruim; 2= Fraco; 3= Regular; 4= Bom; e 5= Muito Bom.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Com relação às médias por item individual, é possível verificar, através da Tabela 37, que as notas obtidas foram baixas, ficando em torno de fraco a razoável. No que diz respeito ao item “inserção no mercado”, a FACEX e a UNP tiveram uma média mais positiva que as outras IES. Com relação a salário, com exceção da FACEX, todas as outras consideram este item de ruim a fraco. No que tange à “progressão profissional”, apenas a FACEX o considerou como bom. Já no item “status profissional”, os egressos da FACEX, mais uma vez, foram quem apresentaram a percepção mais positiva. Vale destacar que, no momento do levantamento de dados desta pesquisa, a profissão de turismólogo ainda não havia sido reconhecida, tampouco inclusa na CBO (ambos os benefícios concretizados em 2012) – informações estas que (talvez) pudessem influenciar as respostas dos entrevistados.

TABELA 37

Relação entre a IES em que se formou e o índice geral de satisfação com o mercado de trabalho no setor turístico

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Médias*			
	Inserção no mercado	Salário	Progressão profissional	Status profissional
UNP	3,02a	2,00b	2,73b	2,77
UERN	3,00	1,75b	2,25b	2,12b
UFRN	2,30b	1,73b	2,26b	2,28b
FACEX	3,60a	3,60a	4,00a	3,40a
FCC	2,85	2,85b	2,71b	2,85
Total	2,91	2,10b	2,67b	2,66

* Médias calculadas na base que 1= Ruim; 2= Fraco; 3= Regular; 4= Bom; e 5= Muito Bom.

A letra *a* significa um valor significativamente mais alto que a letra *b*.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Os entrevistados também foram questionados quanto aos benefícios que o curso superior em Turismo lhes proporcionou. Os resultados da questão podem ser vistos na Tabela 38.

TABELA 38

Benefícios que o curso superior em Turismo proporcionou aos egressos da cidade do Natal nos anos de 2009 e 2010

Benefícios	Quantidade de respostas*	Porcentagem das respostas %
Ampliou os conhecimentos gerais e a criatividade	67	31,2
Aumentou a capacidade de pensar criticamente	58	27,0
Preparou para mercado como um profissional generalista	30	14,0
Propiciou condições de realizar-se profissionalmente	23	10,7
Treinou para ser um profissional apto para resolver os problemas de uma área específica	20	9,3
Ajudou a conseguir um emprego melhor	5	2,3
<i>Networking</i>	3	1,4
Ter um ensino superior	2	0,9
Outros	7	3,3
Total	215	100

*A questão permitia três respostas.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Como maiores benefícios foram citados: “ampliou os conhecimentos gerais” (31,2%), “criatividade” e “aumentou a capacidade de pensar criticamente” (27%), respectivamente. Estimular o pensamento crítico é algo defendido por vários autores no referencial teórico – a exemplo de Trigo (2002), Tribe (2008), TEFI (2010), entre outros –, pois, assim, o egresso terá capacidade de analisar a atividade turística criticamente. Em

terceiro lugar, com 14%, apareceu o benefício “preparou para mercado como um profissional generalista”. Isso pode significar que o egresso aprendeu um pouco de tudo. Cabe analisar se o pouco que aprendeu é suficiente (de fato) para realizar atividades ligadas ao Turismo.

Para os respondentes, conforme Tabela 39, a proposta curricular do curso em que estudou é mais ou menos relevante com respeito ao mercado de trabalho, tendo a UERN apresentando a maior média e a UFRN a menor.

TABELA 39

Nível de relevância com relação ao mercado de trabalho que atribui à proposta curricular do curso em que estudou

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média	Número de respostas
UNP	3,71b	45
UERN	4,13a	8
UFRN	2,73b	15
FACEX	3,40b	5
FCC	3,86	7
Total	3,56	80

O nível de importância atribuído com respeito ao mercado de trabalho e significativamente maior para a instituição com *a* do que para as instituições com *b* ao nível de menos de 0,05.

Médias calculadas na base que 1= Totalmente irrelevante; 2= Pouco relevante ; 3= Mais ou menos relevante; 4= Em parte relevante ; 5= Totalmente relevante

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Cabe destacar que os respondentes da UFRN têm a média mais próxima de uma proposta curricular pouco relevante com relação ao mercado de trabalho (dado que é coerente com o fato de 100% dos egressos desta IES ter considerado que seu curso não atende às necessidades do mercado).

A Tabela 40 foi construída com dados referentes à relação entre as competências e habilidades que um bacharel em Turismo deve ter ao concluir o referido curso e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende às necessidades do mercado. Destaca-se que apenas os dezenove primeiros itens fazem parte das competências e habilidades requeridas pelo MEC nas diretrizes curriculares dos cursos de Turismo. As seis últimas foram adaptadas de Bolson (2004).

TABELA 40

Relação entre as competências e habilidades que um bacharel em Turismo deve ter ao concluir o referido curso e se acredita que os currículos (elenco das disciplinas) do curso da Instituição onde estudou atende às necessidades do mercado

Habilidades e competências	Atende as necessidades do mercado	Média	Significância
Compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;	Sim	3,49	0,03
	Não	3,00	
Utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;	Sim	3,62	0,03
	Não	3,19	
Contribuir positivamente na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;	Sim	3,76	0,02
	Não	3,24	
Domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;	Sim	3,90	0,00
	Não	3,05	
Domínio de técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;	Sim	3,21	0,14
	Não	2,81	
Adequada aplicação da legislação pertinente;**	Sim	3,28	0,00
	Não	2,46	
Planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;	Sim	3,74	0,02
	Não	3,16	
Intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;**	Sim	3,69	0,00
	Não	2,86	
Classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;	Sim	3,82	0,01
	Não	3,27	
Domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;	Sim	3,74	0,12
	Não	3,41	
Domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;	Sim	3,59	0,09
	Não	3,27	
Comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;	Sim	3,79	0,00
	Não	3,31	
Utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;	Sim	3,90	0,02
	Não	3,47	
Domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;**	Sim	2,31	0,56
	Não	2,14	
Habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;	Sim	3,79	0,13
	Não	3,11	
Integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;	Sim	3,84	0,04
	Não	3,35	
Compreensão da complexidade do mundo globalizado e das	Sim	3,79	0,13

sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;	Não	3,46	
Profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;	Sim	3,49	0,16
	Não	3,19	
Conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.	Sim	3,97	0,00
	Não	3,36	
Elaboração de projetos de consultoria turística**	Sim	3,36	0,05
	Não	2,86	
Gerenciamento de Agência de viagens**	Sim	3,15	0,01
	Não	2,51	
Gerenciamento de meios de hospedagem	Sim	3,21	0,38
	Não	2,97	
Abertura de negócio próprio no setor de eventos	Sim	3,62	0,12
	Não	3,14	
Trabalho em posição estratégica dentro de um órgão público	Sim	3,46	0,05
	Não	2,94	
Habilidades para capacitar pessoas no setor turístico	Sim	3,62	0,00
	Não	2,86	

Médias calculadas na base que 1= Sem preparação; 2=Pouco preparado; 3= Razoavelmente preparado; 4= Bem preparado; e 5=Muito bem preparado.

** Variáveis que apresentam as médias mais baixas.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

As médias em geral foram relativamente baixas em relação ao esperado, posto que variaram entre “pouco preparado” e ‘razoavelmente preparado” e em nenhum dos itens chegou a “muito bem preparado”. Ademais, trata-se do nível de preparação em que se encontram os egressos dos cursos superiores de Turismo. Nesse mundo competitivo em que se vive, deveria haver maior sintonia entre as competências e habilidades requeridas pelo mercado e o que o programa tem atendido.

Acrescenta-se, ainda, que os que consideram que a IES onde estudou não atende às necessidades do mercado se sentiram mais despreparados dos que os que responderam positivamente com exceção de cinco variáveis onde não houve diferença e os indicadores foram baixos. São elas:

- Domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida. Este item pode ter recebido nota baixa especialmente pelo fato de nenhuma das IES apresentar disciplinas voltadas para área. Na verdade até há, entretanto, apenas a nível instrumental (ou seja, só leitura). Todos os entrevistados que falam algum idioma o fazem por terem investido em um curso extraclasse. Aqueles que não têm condições financeiras para pagar um curso desses podem permanecer sem desenvolver tal habilidade;

- Gerenciamento de Agência de viagens. Apenas a UFRN não oferecia em sua matriz curricular uma disciplina relacionada a Agência de viagens – de modo que aparenta

que as disciplinas nas IES que a oferecem não foi satisfatória por completo (visto que o maior número de entrevistados cursou a disciplina e lhe deu nota baixa no que tange ao nível de preparação para trabalhar na área);

- Adequada aplicação da legislação pertinente. Todas as IES apresentam em seu elenco de disciplinas alguma relacionada à legislação turística, de tal forma que, acredita-se que a mesma pode não ter sido bem lecionada ou não teve a atenção merecida por parte dos alunos;

- Intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados. Pelo que foi analisado nas matrizes curriculares de cada IES, percebeu-se que todas ofereceram as disciplinas de planejamento turístico aos seus discentes. Dessa forma, acredita-se que os egressos não foram bem preparados ou não deram a devida importância a este componente curricular;

- Elaboração de projetos de consultoria turística. Elaborar tais projetos requer uma boa preparação em diversas disciplinas relacionadas ao turismo, especialmente as de planejamento, que, indiretamente, receberam uma média baixa por parte dos egressos. Considera-se “indiretamente” por haver outros itens relacionados a planejamento que obtiveram médias razoáveis.

Assim sendo, como essas cinco variáveis receberam médias baixas, pode significar que nenhum curso preparou bem para essas áreas – já que mesmo os que disseram que o currículo atende às necessidades do mercado deram notas baixas para essas cinco competências e habilidades. Outrossim, em nenhuma das variáveis a média atribuída ao *não* é maior que o *sim*; ou seja, individualmente, nenhum elemento dos que disseram que o curso não atende ao mercado fez uma avaliação muito negativa com relação às competências e habilidades. Por outro lado, as médias das respostas (tanto para quem disse *sim* quanto para quem disse que *não* atende às necessidades do mercado) não tem muita diferença.

Ao analisar o nível de preparação, com relação às competências e habilidades requeridas (na opinião dos respondentes), mais uma vez foi aplicada a técnica de análise fatorial devido ao grande número de variáveis de avaliação.

As 25 variáveis específicas avaliadas pelos respondentes foram reduzidas a seis dimensões compostas de mais de uma variável. Estas dimensões básicas de competências e habilidades estão apresentadas na Tabela 41, junto com as variáveis específicas que as compõem.

TABELA 41

Análise fatorial das competências e habilidades requeridas por um indivíduo graduado em Turismo

	Dimensões básicas de competências e habilidades requeridas*					
	1	2	3	4	5	6
Domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;	,818					
Domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;	,792					
Adequada aplicação da legislação pertinente;	,743					
Intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;	,718					
Compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;	,620					
Contribuir positivamente na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;	,606					
Planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;	,561					
Domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;		,783				
Comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;		,766				
Compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;		,668				
Utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais		,633				
Habilidade para capacitar pessoas no setor turístico		,514				
Gerenciamento de Agência de viagens			,824			
Gerenciamento de Meios de hospedagem			,799			
Abertura de negócio próprio no setor de eventos			,716			
Trabalho em posição estratégica dentro de um órgão público			,542			

Classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;					,769	
Domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;					,690	
Integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;					,579	
Elaboração de projetos de consultoria turística					,368	
Conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética;					,735	
Profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico,		,			,610	
Utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;					,558	
Domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida						,761
Habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos						,712
Porcentagem da variação total explicado (Variação total explicada: 71,89%	17,73	15,0	12,0	11,3	8,81	6,93
	3	00	41	65	5	8
Extração: Componentes principais; Rotação: Varimax						

*Dimensões equivalentes a: 1 Planejamento turístico em destinos e empreendimentos; 2 Realização de estudos de mercado e domínio de comunicação específica em turismo; 3 Gerenciamento de empreendimentos turísticos e órgãos públicos; 4 Domínio de técnicas relacionadas com as classificações, informações e especificidades dos empreendimentos e áreas que compõe o turismo; e 5 Domínio de idiomas e recursos tecnológicos

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Podem-se perceber seis dimensões formadas a partir das competências e habilidades esperadas pelo MEC quantos aos bacharéis em Turismo, quais sejam:

1 - Planejamento turístico em destinos e empreendimentos; 2 – Realização de estudos de mercado e domínio de comunicação específica em turismo; 3 – Gerenciamento de empreendimentos turísticos e órgãos públicos; 4 – Domínio de técnicas relacionadas com as

classificações, informações e especificidades dos empreendimentos e áreas que compõe o turismo; 5 - Utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas com ética e preocupação social; e 6 - Domínio de idiomas e recursos tecnológicos.

Essas dimensões permitem inferir que, quando um respondente colocava uma nota baixa para uma variável de uma dimensão, tendia a pôr nota baixa para os outros também (e vice-versa). Na Tabela 42 pode-se verificar a relação das dimensões e as IES individualmente.

TABELA 42

Medidas de dimensões básicas de avaliação das competências e habilidades dos bacharéis em Turismo por IES

Dimensões básicas	Instituição de Ensino Superior em que se formou				
	UNP Média	UERN Média	UFRN Média	FACEX Média	FCC Média
Planejamento turístico em destinos e empreendimentos	,231a	,747a	-,596b	-,471b	0,094
Realização de estudos de mercado e domínio de comunicação específica em turismo	0,074	-0,23	0,125	-0,534	-0,124
Gerenciamento de empreendimentos turísticos e órgãos públicos	,140a	,128a	-,712b	,279b	,223a
Domínio de técnicas relacionadas com as classificações, informações e especificidades dos empreendimentos e áreas que compõe o turismo	,184a	0,147	-,382b	-,695b	0,105
Utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas com ética e preocupação social	0,116	-0,569	-0,076	-0,385	-0,209
Domínio de idiomas e recursos tecnológicos	-0,129	0,468	0,107	0,112	0,261

Médias calculadas na base que 1= Sem preparação; 2=Pouco preparado; 3= Razoavelmente preparado; 4= Bem preparado; e 5=Muito bem preparado.

a maior que b

Nível de significância de 0,5.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Na primeira dimensão, “planejamento turístico em destinos e empreendimentos”, composta por sete variáveis, a UNP e a UERN apresentam as maiores médias. Em um total de sete variáveis, os respondentes da UERN se consideraram melhor preparados que as outras IES em cinco. Contudo, a amostra dessa IES foi pequena (oito pessoas), o que exige cautela, com respeito às conclusões. Por outro lado, a UFRN e a FACEX são as que apresentaram as médias mais baixas. Assim como a UERN, a FACEX também teve um número pequeno na amostra. Na variável “domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do inventário turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos

campos turísticos e de permutas culturais” (Tabela 41), a UFRN apresenta a média mais baixa, mesmo sendo uma variável relacionada à gestão presente no objetivo do curso¹².

Na segunda dimensão, “realização de estudos de mercado e domínio de comunicação específica em turismo”, a UNP e a UFRN obtiveram os melhores resultados.

No que diz respeito à terceira, gerenciamento de empreendimentos turísticos e órgão público, apenas a UFRN apresentou média negativa. Dos quatro itens relacionados a gerenciamentos de empreendimentos turísticos, a FCC é a que apresenta os maiores índices. No entanto, das IES privadas, foi a única que não formou turma em 2011. Sendo inclusive variáveis que a maioria dos entrevistados acredita ser o que mais o mercado necessita. Vale destacar que todas as médias estão dentro do quesito de se sentir preparado razoavelmente. Nesse sentido, a UFRN foi quem apresentou as menores médias (como pode ser visto na Tabela 41), fato que se justifica por esse não ser o foco da referida IES (com exceção da variável “trabalho em posição estratégica dentro de um órgão público”, uma vez que, nos objetivos da instituição, consta como “preparar gestores”).

No que tange à quarta, “domínio de técnicas relacionadas com as classificações, informações e especificidades dos empreendimentos e áreas que compõe o turismo”, a UNP, a UERN e a FCC foram as que apresentaram os melhores resultados.

No que se refere à quinta, “utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas com ética e preocupação social” apenas a UNP teve uma média positiva.

Por fim, a sexta dimensão, “domínio de idiomas e recursos tecnológicos”, apenas a UNP obteve nota negativa. Neste item, grande parte dos entrevistados disse ter procurado auxílio em cursos extraclasse, por considerar que os cursos onde estudavam não oferecia preparação suficiente. Na variável “domínio de diferentes idiomas”, todas as médias apresentadas estiveram abaixo de “razoavelmente preparados” – fato que não demonstra surpresa, visto que, em todas as questões que podiam, os bacharéis deixaram claro que faltou um maior investimento em línguas estrangeiras – e, inclusive, uma das IES não apresentava idiomas em sua matriz curricular.

Com relação a “contribuir positivamente na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo”, a FACEX ficou abaixo da média, ao passo em que os bacharéis formados nas outras IES acreditam estarem de “razoavelmente preparados” a “muito bem preparados”.

¹² Cabe destacar que não é propósito deste trabalho apontar qual é o melhor ou o pior curso de Turismo de Natal. Todas as análises são feitas com base nas respostas dos bacharéis em Turismo da cidade.

Em suma, apenas os entrevistados formados pela UERN se consideraram, em alguns itens, como “bem preparados”. Os egressos das outras IES só se apresentaram como “razoavelmente preparados” ou então como “pouco preparados” (tendo maior frequência em se considerar como “pouco preparados” a FACEX e a UFRN). Vale lembrar que essas são habilidades e competências que constam nas diretrizes curriculares do MEC pra os formados em Turismo. É bem verdade que Barretto (2004) acredita que seja necessário pelo menos quinze anos para estar bem preparados para desempenhar tais competências. Todavia, percebe-se a necessidade de melhorias em todas as IES, para que seus egressos se considerem melhores preparados.

A partir das análises do nível de preparação em que se encontram esses egressos dos cursos superiores de Turismo da cidade do Natal, é possível fazer um comparativo destas competências e habilidades com o perfil profissional desejado pelas IES, constantes em suas páginas na internet e transferidas para o Quadro 8.

QUADRO 8

Perfil profissional dos egressos dos cursos de Turismo desejado pelas IES da cidade do Natal

FACEX	UNP
Domínio de conhecimento específico e atualizado; Capacidade de relacionamento interpessoal e estabelecimento de contatos novos; Liderança de processos, pessoas e recursos; Capacidade de aprender e de atualização permanente; Visão de desenvolvimento integrado e sustentável da atividade; Valorização e estímulo à cultura e manifestações artísticas locais e regionais; Ética e responsabilidade social; Visão humanística e social; Identificação e análise de oportunidade de mercado; Autocrítica e consciência cidadã; Criatividade e espírito inovador; Capacidade de investigação e geração de conhecimento científico.	O turismólogo graduado pela Universidade Potiguar está habilitado tecnicamente para atuar no setor produtivo do turismo (agências de viagem, meios de hospedagem, eventos, gastronomia, lazer, transportes, receptivo, entre outros); nos setores públicos e Terceiro Setor, na elaboração, planejamento e gestão de planos e projetos turísticos; docência.
FCC	UERN
O Curso de Turismo da Estácio proporciona sólida formação humanística, técnica e prática. O mercado de trabalho espera que o profissional da área seja capacitado para planejar, empreender e gerir empresas turísticas, adaptando-se ao cenário competitivo globalizado, levando em conta aspectos relacionados à sustentabilidade e atendendo aos padrões técnicos internacionais.	Profissional com capacidade de comunicação interpessoal, intelectual e expressão correta nos documentos técnicos específicos e de interpretação da realidade das organizações. Atuante, responsável e plenamente qualificado para o exercício do turismo, utilizando-se dos recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas e instituições públicas e privadas e da população residente.
UFRN	
Para atender aos objetivos propostos, o Curso de Graduação em Turismo está planejado e articulado para possibilitar uma formação consistente ao egresso, fundamentada em conceitos sólidos das áreas de	

conhecimento de suporte ao tema, no aprofundamento do estudo de fatores de sua composição e influência direta, e na flexibilização, ao permitir a incorporação de novos elementos contextuais derivados de mudanças e transformações ambientais, tecnológicas, culturais, políticas e econômicas de impacto sobre seus fenômenos. Assim, pretende-se formar pensadores do turismo, o que corresponde a um profissional cujo perfil caracterize-se por uma ampla capacidade para compreender e intervir no contexto das atividades turísticas; preparado para perceber suas implicações e oportunidades; apto a elaborar e manipular ferramentas para o planejamento, a organização e a gestão eficaz das atividades relacionadas, tanto em seus limites setoriais, quanto em sua perspectiva integral.

Fontes: Dados da pesquisa, 2012.

Analisando se os bacharéis em Turismo formados em Natal tiveram uma formação tecnicista ou geral – através do perfil profissional divulgado nas *homepages* dos cursos –, observou-se que todos os cursos são generalistas e ao mesmo tempo três são tecnicistas. A UERN apresenta, em seu perfil desejado, um item que aparece nas diretrizes curriculares como uma das competências e habilidades que o bacharel em Turismo deve ter ao concluir o curso. É o caso do trecho “utilizando-se dos recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas e instituições públicas e privadas e da população residente”.

A UNP, embora almeje formar docentes, não oferece qualquer disciplina específica para tal. Mas, de forma geral, percebe-se uma coerência entre a matriz curricular oferecida e o perfil profissional desejado.

Por outro lado, a UFRN, embora apresente em seu perfil o desejo de “formar profissionais com capacidade para compreender e intervir no contexto das atividades turísticas; preparado para perceber suas implicações e oportunidades; apto a elaborar e manipular ferramentas para o planejamento, a organização e a gestão eficaz das atividades relacionadas, tanto em seus limites setoriais, quanto em sua perspectiva integral”, os egressos entrevistados dessa pesquisa deram notas de baixas a médias em quase todas variáveis relacionadas às competências e habilidades adquiridas ao longo do curso – o que levaria a acreditar que a referida IES não estivesse atendendo ao perfil exposto em sua *homepage*. Contudo, a amostra foi composta por quinze pessoas, o que leva a pesquisadora a ser cautelosa nas conclusões.

A FACEX, assim como a UFRN, também apresentou médias mais baixas em relação às outras IES no quesito “competências e habilidades”. Ao verificar o perfil desejado pela respectiva IES, percebem-se características mais subjetivas e sociais. Poderia, talvez, ser considerada como o “profissional filosófico” defendido por Tribe (2008b). Para tanto, faz-se necessário uma pesquisa mais profunda.

Por fim, a FCC apresentou, em sua matriz curricular, disciplinas condizentes com o perfil profissional desejado. Os alunos da referida IES deram notas positivas para a mesma em grande parte das variáveis relacionadas às competências e habilidades (especialmente na dimensão composta por itens mais práticos e gerenciais). Entretanto, como já fora dito, é das IES privadas a única que não formou turmas em 2011.

Os educadores em turismo precisam se perguntar se a empregabilidade é o único produto final importante da educação em turismo.[...] Dar sentido a eventual empregabilidade é apenas uma reprodução da ideologia dominante na sociedade contemporânea. Illich chama tal reprodução de normas sociais como “vício” e afirma que as instituições devem apoiar o crescimento pessoal ao invés de vício (Illich 1970:53). As instituições educacionais devem servir a uma sociedade que ainda não existe, ou seja, devemos educar os alunos que podem criar e gerenciar o futuro (INUI, WHEELER e LANKFORD, 2006, p.32).

Acrescenta-se ainda, que, Conforme Dencker (2004, p. 8), “a formação em turismo não deve visar apenas à inserção do profissional no mercado de trabalho, e sim, prepará-lo para pensar o mercado”. Para ela, “a universidade é o espaço de disseminação, consolidação e renovação das práticas conhecidas, mas também precisa ser o espaço da reflexão, inovação, criação, um espaço privilegiado onde se aprende como pensar e não o que pensar”.

Destaca-se que apenas as pessoas que trabalham responderam as questões relacionadas às três próximas tabelas. Foi perguntado aos entrevistados se o que eles aprenderam na universidade serviu para ajudar na função que desempenham atualmente. Os dados da Tabela 43 mostram que os respondentes da UERN e da UNP acreditam que ajudaram mais do que os da UFRN. Esta informação pode ter influenciado nas respostas dos entrevistados quanto a acreditarem que o elenco das disciplinas atende às necessidades do mercado (visto que muitos dos respondentes fizeram relação entre atender às necessidades com estar empregado ou utilizar as informações aprendidas na IES onde estudou na atividade remunerada que exerce atualmente).

Todavia, segundo Hesa (1998 *apud* HANNAM, MITSCHE e STONE, 2004), cabe destacar que apenas uma minoria de estudantes é capaz de obter um emprego em que se utiliza diretamente o conteúdo acadêmico do seu curso de graduação.

TABELA 43

Relação entre as IES que oferecem o curso de Turismo em Natal e se o que os egressos aprenderam na universidade serviu para utilizarem no trabalho que desenvolvem atualmente

Instituição de Ensino Superior em que se formou	Média	Número de repostas
UNP	3,87a	31
UERN	4,33a	3
UFRN	2,92b	12
FACEX	3,50	4
FCC	3,86	7
Total	3,67	57

A letra *a* significa um valor significativamente mais alto que a letra *b*

Médias calculadas na base que 1= Não ajudou em nada; 2= Ajudou pouco; 3= Ajudou razoavelmente; 4= ajudou; e 5= ajudou muito

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Questionados sobre que tipos de experiências mais os ajudaram na graduação com relação ao mercado de trabalho, percebe-se, através da Tabela 44, que o item “algumas disciplinas específicas” e “estágios” foram as que mais contribuíram. Entre estas disciplinas, pode-se citar aquelas relacionadas a eventos, recursos humanos e agência de viagens. Enfim, disciplinas semelhantes às atividades que desenvolve atualmente. Com relação ao estágio ser a segunda experiência que mais contribuiu, é coerente com este ser um dos primeiros contatos dos egressos com o mercado de trabalho.

TABELA 44

Tipos de experiências, na graduação, que ajudaram os egressos dos cursos de Turismo na função que exercem atualmente

Experiência	Quantidade de respostas*	Porcentagem das respostas%
Algumas Disciplinas específicas	16	20,3
Estágio	13	16,5
Aulas práticas	10	12,7
Eventos	10	12,7
Relações humanas	4	5,1
Empresa Junior da Universidade	4	5,1
Professores menos acadêmicos	2	2,5
Dinâmicas	2	2,5
Outros	18	22,8
Total	79	100

*A questão permitia mais de uma resposta

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

As aulas práticas também contribuíram bastante, o que, mais uma vez, demonstra a importância dos cursos e dos professores oferecerem atividades práticas aos seus discentes. Os eventos realizados nas IES (e em parceria com outras) também contribuíram com a função desempenhada atualmente pelos egressos – fato que pode ser comprovado em função de ser essa uma das áreas que mais tem empregado os bacharéis formados nos anos de 2009 e 2010 em Natal. Com relação à experiência “outros”, que, por sua vez, representa 22,8% das respostas, significa que houve uma grande variedade de experiências individuais.

Na Tabela 45, é possível ver o que os respondentes falaram com relação às experiências educativas que faltaram na preparação para o mercado de trabalho. As aulas práticas correspondem a 26,1% dos casos, seguidas de aprofundamentos em algumas disciplinas, coerente com itens que aparecem na tabela anterior. Todavia, grande parte das disciplinas citadas como falta de aprofundamento são, em quase totalidade, as mesmas que aparecem na Tabela anterior como disciplinas que ajudaram na função que exercem atualmente.

TABELA 45

Tipos de experiências educativas que faltaram na preparação para o mercado de trabalho para os graduados em Turismo

Experiência	Quantidade de respostas	Porcentagem das respostas%
Aulas práticas	12	26,1
Aprofundamento em algumas disciplinas	10	21,7
Idiomas	7	15,2
Estágios	3	6,5
Organização de eventos	2	4,3
Outros	10	26,1
Total	46	100

*A questão permitia mais de uma resposta

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Mais uma vez, a categoria “aulas práticas” aparece, o que corrobora com o pensamento de Ansarah (2002), que enfatiza que o problema de equilíbrio entre a teoria e a prática dos cursos superiores de turismo está na falta de aulas práticas.

4.4 SUGESTÕES PARA O REALINHAMENTO DOS CURSOS DE TURISMO

Em resposta ao quarto objetivo proposto nessa pesquisa, utilizou-se como mecanismo o discurso dos respondentes e a percepção gerada através das respostas dos objetivos anteriores.

Assim sendo, na Tabela 46 podem ser visualizadas as sugestões que os entrevistados dariam para a criação de um novo curso de Turismo. Desse modo, 21

respondentes citaram, em primeiro lugar, a necessidade de aulas mais práticas, favorecendo, assim, uma aproximação da realidade do mercado que os aguarda ao fim do ensino superior em Turismo e uma aproximação da Instituição de ensino superior e as empresas do mercado de trabalho. Acredita-se que uma graduação superior em Turismo deve abranger aulas práticas, que, por sua vez, englobam estágios, práticas em laboratórios, planejamento turístico, elaboração de roteiros e projetos turísticos, disciplinas voltadas para o pensamento crítico e reflexivo sobre o mercado e a sociedade com profissionalismo, humanismo, simplicidade e ética.

TABELA 46

Sugestões para a criação de um novo curso de Turismo na percepção dos egressos dos anos de 2009 e 2010

Sugestões	Quantidade de respostas*	Porcentagem das respostas%
Mais aulas práticas	21	21,2
Idiomas	20	20,2
Outras disciplinas	13	13,1
Melhores professores	6	6,1
Teria outra estrutura	5	5,1
Equilíbrio entre teoria e prática	5	5,1
Estágio	5	5,1
Mostrar a realidade do mercado	3	3,0
Cultura	3	3,0
Integração com o profissional da área	3	3,0
O problema não está no curso	3	3,0
Regulamentação da profissão	2	2,0
Outro	10	10,1
Total	99	100

*A questão permitia mais de uma resposta

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Em segundo lugar, foi citado o item “idiomas”, demonstrando o quanto os entrevistados valorizam o aprendizado de pelo menos um idioma estrangeiro durante a graduação – o que não é atendido. Para estes, os alunos deveriam sair da universidade com pelo menos um idioma a mais. Na verdade, o discente só seria aprovado se soubesse pelo menos o inglês fluente.

Em terceiro lugar, com 13,1%, aparecem as sugestões com relação às disciplinas, onde os respondentes acreditam que seria necessária uma maior atenção e ousadia para a elaboração daquelas relacionadas à cultura, construindo a mesma em colaboração com os artistas atuantes na cena artística local e nas políticas culturais. No que concerne à matriz curricular, seria oferecido, ainda, na percepção dos entrevistados:

- Metodologia da pesquisa
- Inventário turístico
- Gestão financeira;

- Disciplinas voltadas para conhecimentos culturais no geral, dicas de viagens e relações internacionais;
- Empreendedorismo;
- Projetos
- Gastronomia
- Disciplinas específicas para cada segmento turístico como: Consultoria, agência de viagens, planejamento, roteiros turísticos, práticas de guiamento;
- Geografia mais voltada para elaboração de mapas;
- História;
- Gestão de pessoas
- Qualidade no atendimento ao cliente;
- Produção cultural
- Economia
- Contabilidade
- Idiomas (com enfoque em conversação e não apenas em gramática)

Considera-se importante, com base nas respostas dos entrevistados, que as disciplinas sejam (de fato) adequadas ao objetivo do curso, evitando incoerências entre o perfil desejado e as disciplinas oferecidas.

A quarta sugestão dos entrevistados faz referência a melhorias relacionadas aos professores. Principalmente para que estes tenham maior comprometimento com os alunos e com o curso. A figura do professor é uma das mais importantes nesse período de formação profissional, pois ele tende a orientar seus alunos para seguir um melhor caminho, e, através deles, os indivíduos podem se estimular ou se desencantar com a área. No que se refere aos professores, é importante, ainda – de acordo com os respondentes –, que sejam mais preparados, atualizados, com mais conhecimento das áreas do turismo e que estimulem o aprendizado e o despertar do olhar mais crítico do aluno, inclusive exigindo mais deles nas provas. Além disso, os respondentes acreditam que, para lecionar no curso, seria importante a exigência de professores com, no mínimo, graduação e mestrado em Turismo.

Em quinto lugar, aparece uma sugestão relacionada à estrutura do curso, onde o mesmo seria dividido em etapas (sendo dois anos com nível de conhecimento geral e, após esse período, ser oferecidas habilitações para que o aluno escolha se quer trabalhar com eventos, hotelaria, planejamento, gestão pública, agenciamento ou outros), tudo dentro de um

departamento de Turismo. Todavia, faz-se necessário verificar se o atual sistema educacional brasileiro permitiria o funcionamento de um curso superior nesses moldes. A sugestão pode ser acrescida da criação de uma escola de Turismo, onde os principais segmentos da área fossem oferecidos aos seus respectivos alunos. Segue a posição de um dos entrevistados sobre a formatação do curso de Turismo:

1. *Etapa generalista, com disciplinas como legislação, ética, idiomas (inglês e espanhol com enfoque em conversação e não em gramática), história, cultura, etc;*

2. *Etapa de gestão pública: disciplinas de planejamento urbano, políticas de turismo, etc;*

3. *Etapa profissionalizante: com disciplinas de agência (com conhecimento dos principais sistemas utilizados para reservas e gestão hoteleira e vendas de passagens aéreas), eventos, planejamento e gestão de negócios e empreendedorismo.*

Assim sendo, existiriam disciplinas mais práticas (de acordo com a exigência do mercado), ou seja, voltadas para os segmentos que o mercado oferece aos bacharéis em Turismo. Entretanto, questiona-se: *transformar o curso superior em uma escola específica de turismo não seria o mesmo que preparar os alunos para desenvolverem apenas profissões com caráter tecnicista?* Acredita-se que não seja esse o foco de uma Universidade. Cabe destacar que isso não impede de a mesma oferecer laboratórios dos mais diversos segmentos para os discentes. Embora não seja esse o objetivo da Universidade, alguns dos bacharéis entrevistados acreditam que deva existir uma preparação mais intensa para o mercado, mostrando a realidade deste para o alunado. Por outro lado, há aqueles que acham necessário intensificar as áreas de gestão e consultoria, direcionando os alunos para atuarem nessas áreas, pois para as áreas mais operacionais há cursos em diversas escolas profissionalizantes.

No que tange ao tempo de duração do curso, os respondentes sugeriram uma duração maior que três anos, e que, ao concluir o curso, o bacharel fizesse uma prova no estilo da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Além disto, foi proposto por alguns entrevistados uma maior quantidade de horas/aula para disciplinas técnicas e de idiomas. Ademais, um maior estímulo ao aluno, com relação à produção acadêmica e pesquisa.

Acrescenta-se ainda que, para alguns dos entrevistados, não é suficiente que a IES prepare o futuro bacharel para assumir uma vaga no mercado de trabalho, mas sim que a vaga seja de chefia (e não de subordinado); uma vez que, as vagas de recepcionista e guia, por exemplo, ficariam para quem faz curso técnico de Turismo e não para quem faz superior. Corroborando, assim, com o pensamento da coordenadora do curso de Turismo da UFRN, Andréa Dantas, em entrevista ao jornal Tribuna do Norte (MOURA, 2010), onde relatou que

"o mercado também oferece um volume muito maior de vagas para cargos operacionais (em áreas como recepção, por exemplo) e muitas vezes as pessoas não querem começar de baixo e só aos poucos ir galgando espaço nas empresas".

Em sexto e em sétimo lugar, tem-se o equilíbrio entre a teoria e a prática e os estágios. Para os entrevistados, como complemento do curso é necessário oferecer atividades que possibilitem um maior equilíbrio entre a teoria e a prática – o que contribui para a aproximação do alunado com a realidade. Por tal motivo, ao invés de uma disciplina de estágio obrigatório, haveria dois ou três estágios durante o período do curso. Isto serviria como estímulo para que os discentes estagiassem em todas as áreas, para que soubessem, exatamente, o que seguir, quando concluir o curso, que é tão abrangente. Outras atividades pedagógicas importantes que estimulam o equilíbrio entre a teoria e a prática na percepção dos entrevistados são:

- Aulas de campo;
- Noção dos segmentos de mercado: agência, hotelaria, eventos;
- Elaboração de planejamento estratégico turístico regularmente;
- Laboratórios: agencia modelo, hotel modelo;
- Maior integração na parte de relações interpessoais, saúde e hospitalidade;
- Visitas técnicas
- Aulas mais dinâmicas para não tornar as aulas tão cansativas;
- Mais atividades culturais e humanísticas;

Cabe destacar que, na percepção de alguns dos entrevistados, o curso de Turismo só deveria ter sido criado se a profissão fosse regulamentada e acrescentam que o problema não está no curso, mas sim no mercado, que prefere administradores a turismólogos. Além disso, pagam mal e não há normatização com relação à regulamentação da profissão. Para outros, o curso de Turismo irá melhorar quando a área for mais bem reconhecida pelo empresariado e pelos políticos.

Destaca-se que 14 pessoas preferiram não opinar, deixando em branco o espaço para sugestões. Apenas um dos respondentes afirmou que não criaria um curso de Turismo. As sugestões de alguns entrevistados remetem para que a instituição que se propõe a oferecer um curso superior de Turismo deve ter parcerias com instituições dos mais diferentes segmentos da área – o que poderia facilitar no momento em que o estudante precisasse conseguir um estágio (inclusive possibilitando ao aluno a chance de estagiar em várias áreas

inerentes ao turismo e permitindo, assim, que a Universidade se aproxime um pouco mais do mercado e dos profissionais que atuam na área, contribuindo, dessa forma, para tornar o ambiente universitário mais simples).

Em suma, percebe-se que as falhas observadas pelos respondentes, nos cursos de turismo onde estudaram, serviram como base para que os entrevistados criassem essas sugestões. Percebe-se, através destas, que cada um fala daquilo que precisou no mercado.

Destarte, verificou-se – através das observações dos entrevistados –, que, quem trabalha em agência e teve um curso voltado para gestão, por exemplo, acha que o curso foi péssimo (mas será que este não observou o perfil que o curso pretendia formar?). Algumas vezes, o aluno entra na universidade e não se atenta ao perfil de formação desejado pelas instituições. Talvez o fato de entrarem muito jovens e/ou sem uma clara definição de qual profissão querem seguir no futuro influencie nessa imaturidade.

Como alguns ainda não têm maturidade com relação à profissão escolhida, por diversas vezes a responsabilidade recai sobre o professor. Não se está aqui culpando apenas os alunos e tirando a responsabilidade dos professores, não é isso. Pois, como relatado por alguns entrevistados, há professores que não se dedicam por completo a suas disciplinas, são despreparados e, muitas vezes ultrapassados.

Algumas respostas dos egressos como: “o professor tem que incentivar o aluno a fazer estágio desde cedo” transparece um desejo paternalista quanto à universidade de que alguém tem que dizer o que ele tem que fazer. É preciso refletir sobre isso. O aluno chega sem uma definição concreta do que ele quer da universidade, e precisa ter orientações e incentivos por parte dos professores e coordenadores de curso; mas o indivíduo também precisa buscar informações para o seu próprio crescimento e não ficar apenas aguardando que cheguem até ele sem nenhum esforço, pois, como afirma Haywood (1989 *apud* TRIBE, 2008b), os estudantes devem assumir responsabilidades sobre o próprio aprendizado e desenvolvimento de aptidões para enfrentar as condições incertas e as necessidades de mudança da atividade turística.

Percebeu-se, ainda, nas sugestões de alguns alunos, que se espera “receitas prontas” para usar no mercado de trabalho. Acredita-se que todos deveriam, antes de entrar em uma faculdade/universidade, observar os objetivos de formação do curso escolhido e ver se é compatível com o que se espera. Provavelmente, se fizessem um estudo antes de escolher o curso de graduação em Turismo para estudar, não se teria um número tão grande de evasão, como pode ser visto no capítulo sobre o ensino superior em Turismo no Brasil: o cenário brasileiro no contexto internacional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desta pesquisa foi discutida a relação entre o ensino superior em Turismo e o mercado de trabalho, utilizando-se diversos autores que pesquisam o assunto. Alguns enfatizam o ensino, outros discutem a empregabilidade – de modo que se fez necessário recorrer a grandes estudiosos para tentar entender como se dá essa relação. Além disso, utilizou-se como base para compreender essa relação na cidade do Natal a percepção dos egressos dos cursos de Turismo formados na referida localidade nos anos de 2009 e 2010.

Assim sendo, levando em consideração o primeiro objetivo (caracterizar as matrizes curriculares dos cursos superiores em Turismo da cidade do Natal), tem-se, primeiramente, que as matrizes curriculares dos cursos em atividades são generalistas e os próprios egressos as consideram assim. Um pouco de cada segmento do turismo é nelas apresentado sem o devido aprofundamento, e o aluno acaba por ser prejudicado (já que não há como aprender todos os conhecimentos necessários ao sucesso de sua atuação na área durante o período de uma graduação).

Com relação ao segundo objetivo (descrever o perfil pessoal e profissional dos bacharéis em Turismo formados na cidade do Natal), foi diagnosticado que, os egressos, são na maior parte do sexo feminino, uma pequena parte está trabalhando na área em que se formou e nem todos recebem salários satisfatórios – o que contribui para que tenham uma visão negativa do curso. Ademais, a IES onde estudou não foi fator decisório para conseguir um emprego. Foi diagnosticado, ainda, que a maioria não tem percepção positiva quando pensam no futuro profissional enquanto bacharéis em Turismo. Muitos, inclusive, se pudessem mudar algo em sua trajetória até o momento, teriam optado por outro curso superior.

No que tange ao terceiro objetivo (identificar na percepção dos turismólogos formados em Natal em 2009 e 2010 a aplicabilidade do ensino superior em Turismo no mercado de trabalho), foi verificado que, embora exista uma percepção negativa quanto ao futuro profissional, quase metade acredita que o curso atendeu às necessidades do mercado. Todavia, os que não estão trabalhando tiveram uma visão mais positiva com relação a aplicabilidade do ensino superior. Por outro lado, os que já trabalharam na área têm uma visão mais negativa, e não acreditam que o curso atenda à necessidade do mercado.

Destaca-se que, em alguns casos, os entrevistados que estudaram em um curso que objetiva formar um perfil profissional diferente da função que o egresso desempenha

atualmente também consideraram que o curso não atendia ao mercado, transparecendo, dessa forma, que muitos deles não fizeram uma pesquisa sobre qual o perfil que as IES pretendiam formar e o que era esperado pelo mercado.

Vale ressaltar que os professores também foram citados como problema para alcançar essa compatibilidade entre a academia e o mercado. Alguns foram considerados despreparados para atuarem na educação em Turismo.

No que diz respeito ao quarto objetivo da presente pesquisa (propor sugestões para o realinhamento dos cursos de Turismo), foi constatado que as habilidades que muitos dos diplomados citam como fatores importantes para conseguir um lugar no mercado de trabalho não são exclusivas de quem é formado em Turismo, mas sim, comum a todos os profissionais da atualidade. A questão dos idiomas, tão citados por eles, é algo que a universidade não ensina, embora as próprias diretrizes curriculares do MEC citem que o formado em Turismo deve sair da IES com pelo menos o domínio de uma língua estrangeira. Todavia, acredita-se que os ingressantes em cursos de Turismo poderiam entrar na IES já tendo domínio de um idioma estrangeiro. As mudanças que se sugere para a criação de novos cursos podem ser resumidas em: *aulas práticas*. O equilíbrio entre teoria e prática se dá através de investimentos em atividades práticas, laboratórios, enfim, em atividades pedagógicas que estimulem a prática para os alunos. Isto pode acontecer através de parcerias entre as IES e as empresas públicas e privadas.

Embora já tenham sido realizadas muitas pesquisas sobre o assunto, ainda não se chegou a um consenso, ou simplesmente não houve conhecimento por parte dos diretores e gestores da educação que elaboram os currículos. Esses que o fazem parecem não levar em consideração o que tem sido pesquisado. Antes de qualquer coisa, eles deveriam fazer uma busca do que tem sido dito sobre o assunto. Não se pode decidir fazer um curso e fazê-lo de qualquer jeito. A mercantilização também tem prejudicado. Vários cursos são criados apenas com o fim de obter lucro e atrair um número cada vez maior de “clientes”. Em contrapartida, a qualidade desses cursos não tem sido levada em consideração e isso explica o fato de tantos cursos não terem sobrevivido aos desafios. Primeiro, porque a qualidade não era suficiente, segundo porque não há espaço para todo mundo. Foram 69 mil inscritos em cursos no Brasil no ano de 2003. Caso esse número se repetisse frequentemente, acredita-se que não haveria lugar no mercado de trabalho para todos. Contudo, parece improvável que os cursos irão acabar. Todavia, faz-se mister que haja uma adaptação, uma espécie de acomodação, onde os bons ficarão, e os outros tenderão a se extinguir, como já vem acontecendo.

Mesmo que tenham ocorrido números elevados nas matrículas dos cursos de Turismo durante o período de 2000 a 2010, nunca se formaram mais que treze mil pessoas por ano e, entre estes que se formaram, cabe salientar que muitos mudaram de área por não conseguirem se encaixar no mercado de trabalho; outros terminaram apenas para ter um curso superior. Através das entrevistas e da revisão da literatura, pode-se perceber que faltam atividades práticas nos cursos; investimentos em laboratórios; professores mais comprometidos e falta fazer o elo entre a instituição de ensino e a realidade onde o futuro bacharel está inserido. Para oferecer uma boa formação, deve-se propiciar prática aos alunos e futuros bacharéis, bem como teorias que envolvam o estudo do turismo. Como enfatizado por Ansarah (2002), “a carência de formação prática na área do turismo é o fator de desequilíbrio entre as necessidades do setor e os graduados”, ou seja, aulas práticas é o que tem separado a academia do mercado. Concentrar os alunos apenas em ensino profissionalizante empobrece e torna-os menos provável de responder aos interesses de uma sociedade em desenvolvimento turístico.

Em suma, este estudo permitiu a compreensão da existência de algumas lacunas que existem entre o ensino superior em Turismo e as necessidades do mercado, isto é, da incompatibilidade entre o que é ensinado na academia e o que é exigido no mercado de trabalho. Compreensão realizada a partir da percepção dos egressos dos cursos de Turismo da cidade do Natal. Este estudo contribuiu ainda para a disseminação de ideias sobre o referido assunto para professores, pesquisadores e atuais e futuros estudantes da área.

Acrescenta-se, ainda, que este não é um estudo com um fim em si mesmo, que pesquisas sobre técnicas de aprendizagem que estimulem uma maior interação entre a academia e o mercado, bem como estudos que mensurem ou mostrem o percentual de estudantes recém-formados que conseguem um emprego assim que saem das IES além de pesquisa que envolvesse entrevistas com todos os agentes envolvidos na educação em Turismo complementariam este trabalho e poderiam auxiliar na busca de estratégias para melhorar a situação em que se encontram os cursos de turismo.

REFERÊNCIAS

AIREY, David; WHEELER, Brian. **Critical Issues in Tourism Education**. Critical Issues in Tourism Education Proceedings of the 2004. In: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK. 1-3 December, 2004. ATHE Publication No. 14. Edited by John Tribe and Eugenia Wickens. Disponível em: <http://www.athe.org.uk/publications/guidelines_14.pdf>. Acesso em 15 nov. 2011.

_____. Crescimento e desenvolvimento. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em turismo: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2002.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 10. ed. Campinas. São Paulo, 2001.

_____. The (In)Discipline of Tourism - resenha de livro. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 1, n. 2, p. 184-189, dez. 2007. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/viewFile/90/158>>. Acesso em 17 dez. 2010.

BARRETTO, Margarita; TAMANINI, Elizabete; SILVA, Maria Ivonete Peixer da Silva. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 2004.

BENNETT, N.; DUNNE, E. e CARRÉ, C. **Skills Development in Higher Education and Employment**. Buckingham: The Society for Research into Higher Education and Open University Press. 2000.

BOLSON, Jaisa H. Gontijo. **A Crise nos Cursos Superiores de Turismo: De Quem é a Culpa?** Revista turismo – artigos – out.2004. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/crisecursosup.html>>. Acesso em 20 jun. 2010.

BRUSADIN, Leandro Benedini. A formação do bacharel em turismo com base nas estruturas curriculares e nos docentes dos cursos de graduação. Estudo de casos: Universidade de Espírito Santo do Pinhal e Universidade de Franca. **Anais do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. UAM – 27 a 28 de agosto de 2007.

BURKE, V.; JONES, I. e DOHERTY, M. **Analysing student perceptions of transferable skills via undergraduate degree programmes**, Active Learning in Higher Education 6 (2), 132-144. 2005. Disponível em: <http://peer.ccsd.cnrs.fr/docs/00/57/19/26/PDF/PEER_stage2_10.1177%252F1469787405054238.pdf>. Acesso em 25 fev. 2011.

BUSBY, Graham. Experiência de trabalho e vínculos com a indústria. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008. Trad. Carlos Szlak.

CARNEIRO, Ana Luiza Magalhães. **A formação acadêmico-profissional para inclusão social nos cursos superiores de turismo: dos aspectos socioeconômicos à discussão curricular.** 2008. 368f. (TESE). Doutorado em Educação: Currículo. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP.

CATRAMBY, Teresa Cristina Viveiros; COSTA, Stella Regina Reis da. **Estudo de caso sobre a capacitação docente na área de turismo no estado do Rio de Janeiro.** Caderno Virtual de Turismo Vol. 5, Nº 2 (2005). Disponível em:
<<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/include/getdoc.php?id=938&article=87&mode=pdf>>. Acesso em 31 maio 2010.

CELESTE FILHO, Macioniro. **A institucionalização do turismo como curso universitário (décadas de 1960 e 1970).** 2002. 173f. Dissertação de Mestrado. Programa de Educação: História, Política e Sociedade da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2002a.

_____. **A criação do curso superior de turismo na Universidade de São Paulo no início da década de 1970.** 2002b. Disponível em:
<<http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe2/pdfs/Tema7/0752.pdf>>. Acesso em 20 mar. 2011.

COOPER, Chris; SHEPHERD, Rebecca; WESTLAKE, John. **Educando os Educadores em Turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

CORREA, SMBB. Probabilidade e estatística. 2.ed. Belo Horizonte: PUC Minas Virtual, 2006

COSTA, Irena Oliveira da. **Revista Global Tourism.** Volume II. Novembro de 2005. Disponível em:
<<http://www.periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/A%20FORMA%20C3%87%20C3%83O%20DO%20FUTURO%20EGRESSO%20DO%20CURSO%20DE%20BACHARELADO%20EM%20TURISMO%20PREPARANDO%20EMPREENDEDORES%20PARA%20A%20PR%20C3%81TICA%20PROFISSIONAL.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2012.

DEGRAZIA, Carolina Figueiró. **Cursos superiores de turismo na economia do conhecimento - posicionamento estratégico de um curso de turismo no Rio Grande do Sul.** 2006. 140f. Dissertação. Programa de Mestrado em Turismo. Universidade de Caxias do Sul, 2006.

DEMO, Pedro. **Professor do futuro e reconstrução do conhecimento – Petrópolis, RJ: Vozes,** 2004.

DENCKER, Ada de Freitas Manetti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** São Paulo: Futura, 1998.

_____. **Planejamento Turístico: propostas inovadoras De Ensino.** VI Congresso Mercocidades, Porto Alegre, 2004. Disponível em:
<<http://www2.anhembi.br/publique/media/merco>>. Acesso em 25 jan. 2011.

E-MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados.** 2012. Disponível em:< <http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em jan. 2012.

FACEX. **Turismo Facex**. [200?]. Disponível em:

<<http://www.facex.com.br/novo/superior/navegacao/cursoTurismo.php>>. Acesso em 15 abr. 2011.

FALLOWS, S. and STEVEN, C. The skills agenda. In: FALLOWS, S. and STEVEN, C. (eds.), **Integrating key skills in higher education**. London: Kogan Page. 2000. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=LE89AAAAIAAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 11 fev. 2011.

FIDGEON, Paul R.. Tourism education and curriculum design: a time for consolidation and review? **Tourism Management**. 31 (2010) 699e723. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710001032>> Acesso em 15 mar 2012.

FIELDING, Michael. Beyond the Rhetoric of Student Voice: new departures or new constraints in the transformation of 21st century schooling? **Forum**, v. 43, n.2, p. 100-110. 2001. Disponível em:<

http://www.worldwords.co.uk/pdf/validate.asp?j=forum&vol=43&issue=2&year=2001&article=Forum_43_2_CoreContent_15> Acesso em 20 jun 2011.

FOLHA. **Brasil recebe 5,4 mi de turistas estrangeiros em 2011**. (2011). Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/turismo/1023466-brasil-recebe-54-mi-de-turistas-estrangeiros-em-2011.shtml>>. Acesso em mar. 2012.

FORNARI, Ivanna Schenkel. **Educação superior em turismo: o profissional de turismo frente às competências exigidas pelo mercado de trabalho do setor hoteleiro em Natal**. 2006. 171f. Dissertação de mestrado em administração. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

GUIA DA FACULDADE 2008. Universidade Católica de Moçambique. Faculdade de Gestão de Turismo e Informática. Guia da Faculdade de Gestão de Turismo e Informática – Ano Académico 2008.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS - INEP – **Sinopses Estatísticas da Educação Superior - Graduação**. (2012). Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/default.asp>>. Acesso em: 18 fev. 2012.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **Sistema de Informações sobre o mercado de trabalho no setor de turismo: caracterização da mão-de-obra formal do setor turismo com estimativas baseadas nos dados da RAIS de 2004**. Nov. de 2006.

Disponível em:

<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/07_Caracterizacao_novembro2006.pdf>. Acesso em 15 abr. 2009.

_____. **Sistema de informações sobre o mercado de trabalho no setor turismo: caracterização da ocupação formal no turismo, com base nos dados da rais de 2002 e 2006, e da ocupação informal no turismo, com base nos dados da PNAD de 2002 E**

2006. Set. 2008. Disponível em:

<http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/estudospesq/turismo/15_caracterizacao_da_ocupacao_fo_rmal_e_informal_2002_2006_setembro_2008.pdf>. Acesso em 25 jan. 2011.

INUI, Yuka; WHEELER, Daniel; LANKFORD, Samuel. Rethinking Tourism Education: What Should Schools Teach? **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**. Vol. 5, No. 2. p. 25-35. 2006. Disponível em: <

<http://www.heacademy.ac.uk/assets/hlst/documents/johlste/vol5no2/0122.pdf>> Acesso em 15 mar 2011.

HANNAM, Kevin; MITSCHKE, Nicole; STONE, Chris. **Tourism Employability and the European Social Fund**. Critical Issues in Tourism Education Proceedings of the 2004. In: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK. 1-3 December, 2004. ATHE Publication No. 14. Edited by John Tribe and Eugenia Wickens. Disponível em:

<http://www.athe.org.uk/publications/guidelines_14.pdf>. Acesso em 15 nov. 2011.

HORTALE, Virginia Alonso; MORA, José-Ginés. 2004. **Tendências das reformas da Educação superior na Europa no contexto do processo de Bolonha**. Educ. Soc., Campinas, vol. 25, n. 88, p. 937-960, Especial - Out. 2004

LADKIN, Adele. Carreiras profissionais e emprego. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008. Trad. Carlos Szlak.

LDB - **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. 6ª edição. Série Legislação. Brasília – 2011. Disponível em: <
http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/2762/ldb_6ed.pdf?sequence=7>
Acesso em 28 nov. 2011.

LEAL, Sérgio Rodrigues. **Quality in Tourism Higher Education in Brazil: The Voices of Undergraduate Students**. 2009. 366f. Tese de Doutorado em Turismo. School of Management. University of Surrey, 2009.

_____. **Is Tourism Education In Brazil Sustainable?** Critical Issues in Tourism Education Proceedings of the 2004. In: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK. 1-3 December, 2004. ATHE Publication No. 14. Edited by John Tribe and Eugenia Wickens. Disponível em:
<http://www.athe.org.uk/publications/guidelines_14.pdf>. Acesso em 15 nov. 2011.

LEES, Dawn. **Graduate Employability - Literature Review**. 2002. Disponível em:
<<http://www.palatine.ac.uk/files/emp/1233.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2011.

LEWIS, Acolla. Caribe. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008. Trad. Carlos Szlak.

LIMA, Juliana Ribeiro de; REJOWSKI, Mirian. **Produção Acadêmica em Turismo e Hotelaria no Brasil Análise da Categoria “Ensino Superior”**. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP.

LITTLE, B. 'Reading Between the Lines of Graduate Employment', **Quality in Higher Education** 7 (2), 121-129. 2001.

MATIAS, Marlene. **Turismo: Formação e Profissionalização**. São Paulo: Manole, 2002.

MEDAGLIA, Juliana; SILVEIRA, Carlos Eduardo; GANDARA, José Manoel Gonçalves. **Quatro décadas de ensino superior de turismo no Brasil: dificuldades na formação e consolidação do mercado de trabalho e a ascensão de uma área de estudo como efeito colateral**. Turismo Visão e Ação, Balneário Camboriú (SC), v. 14, n. 1, p. 6-18, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico**. EMBRATUR. Volume 34. 2007.

Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/entrada_de_turistas_no_brasil_em_2005_e_2006.pdf>. Acesso em 20 fev. 2012.

_____. **Desembarques Internacionais**. 2012. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/desembarques_internacionais/2012>. Acesso em 25 maio 2012.

MOURA, Renata. Tribuna do Norte: **Turismo precisa de planejamento**. 2010. Disponível em: <<http://tribunadonorte.com.br/noticia/turismo-precisa-de-planejamento/162721>>. Acesso em fev. 2012.

NOBLE, M. 'Teaching and Learning for Employability', In: FRY, H.; KETTERIDGE, S.;

MARSHALL, S. (eds.). **Handbook for Teaching and Learning in Higher Education**. London: Kogan Page. 1999.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.

PANOSSO NETTO, Alexandre; e Calciolari, Guilherme Farinazzo de Mello. (2010). Quantos são os Livros Teóricos de Turismo Publicados no Brasil? Uma Análise da Produção Bibliográfica nacional (1990-2010). **Turismo em Análise**, v.21, n.3, dez. 2010.

PANOSSO NETTO, Alexandre; SOLHA, Karina Toledo; e ALMEIDA, Marcelo Vilela de. (2009) Relato de Grupo de Pesquisa: Pesquisa, Educação e Atuação Profissional em Turismo e Hospitalidade. **Turismo em Análise**, v.20, n.3, dezembro 2009.

PETROVA, Petia; MASON, Peter. **How Valuable Are Tourism Degrees? The Views Of The Tourism Industry**. Critical Issues in Tourism Education Proceedings of the 2004. In: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK. 1-3 December, 2004. ATHE Publication No. 14. Edited by John Tribe and Eugenia Wickens. Disponível em:

<http://www.athe.org.uk/publications/guidelines_14.pdf>. Acesso em 15 nov. 2011.

PIZAM, A. The state of travel and tourism human resources in Latin America. **Tourism Management**, v.20, n. 5, 575-586. 1999.

RAMOS, Maria da Graça Gomes; Garcia, Tania Elisa Morales. Ensino Superior em Turismo no Brasil: algumas reflexões High Education of Tourism in Brazil: a few Reflections.

UNirevista. v. 1, n. 2, abr. 2006. Disponível em:

<http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Ramos_e_Garcia.pdf>. Acesso em 20 out. 2011.

RAMOS, Lucas Eduardo. A qualidade de ensino, os novos rumos, e as potencialidades dos cursos técnicos de turismo. **Revista Partes**. Turismo - publicado em maio 2010. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/turismo/cursostecnicos.asp>>. Acesso em 30 jun. 2010.

RAYMOND, Louise. Student involvement in school improvement: from data source to significant voice. **FORUM**, v. 43, n. 2, p. 58-61. 2001.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira**. Campinas: Papirus, 1996.

REVISTA VOCÊ S.A. **O turismo é um mico?** Revista Você S.A. São Paulo:Editora Abril, 2005.

ROCHA, Alexandre Samir; NOVAES, Carla Andrade. **A problemática do turismo, academia e empregabilidade do profissional no mercado: um ensaio**. Gestión turística, n.8. [2008?] Disponível em: <<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n8/art05.pdf>>. Acesso em 15 jul. 2010.

ROCHA, Décio. DEUSDARÁ, Bruno. **Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória**. ALEA Volume 7, Núm 2 julho – dezembro 2005 p. 305-322. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/alea/v7n2/a10v7n2.pdf>>. Acesso em 18 dez. 2010.

RUIZ, José-Ginés Mora. *et al* . **Analisis de las competencias de los jovenes graduados universitarios espanoles. Estudio comparativo con graduados europeos y japoneses y su evolucion de 1999 a 2005**. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia. 2008.

SANTOS, Boaventura de Souza. **A universidade no século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade**. São Paulo: Cortez, 2004.

SHAH, A.; PELL, K. and BROOKE, P. 'Beyond first destinations', **Active Learning in Higher Education** 5 (1), 9-26. 2004.

SHIGUNOV NETO, Alexandre; MACIEL, Lizete S. B.(orgs). Formação profissional nos cursos de turismo do Brasil: algumas reflexões à luz da LDB/96 e das diretrizes curriculares para os cursos de graduação. In **Currículo e formação profissional nos cursos de turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2002.

SHELDON, P.J., FESENMAIER, D.R., WOEBER, K., COOPER, C., ANTONIOLI, M. **Tourism education futures, 2010-3=2030: building the capacity to lead**. Journal of teaching in travel & tourism, v. 7, n.3, p.61-68, 2008.

SHELDON, P.J., FESENMAIER, D.R., TRIBE, J. The tourism education futures initiative (TEFI): activating change in tourism education. **Journal of teaching in travel in tourism**, v.11, n.1, p.2-23, 2011.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Abordagem Curricular por Competências no Ensino Superior**: um estudo exploratório nos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia no estado da Bahia – Brasil. 2005. 433f. (Tese de Doutorado). Ciência da Educação, na área de Desenvolvimento Curricular, na Universidade do Minho. 2005.

SOGAYAR, Roberta Leme; LONA, Miriam. **Ensino superior em Turismo**: refletindo sobre a pedagogia das competências, a Taxonomia de Bloom e os valores do Tourism Education Future Initiative (TEFI). **Anais do VIII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. 02 e 04 de outubro de 2011 – UNIVALI– Balneário Camboriú/SC. Disponível em: <<http://www.anptur.org.br/anais2011/pdf/325-908-1-SP.pdf>>. Acesso em 16 jan. 2012.

SOUSA, André Lacerda Batista de; GONÇALVES, Saete. (2009). **Os Planos de Ensino da Disciplina Lazer nos Cursos de Turismo: Um Estudo nas Instituições de Ensino Superior da Cidade do Natal**. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP.

STERGIOU, Dimitrios. Ensino. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008. Trad. Carlos Szlak.

TEIXEIRA, Rivanda. **Ensino Superior em Turismo e Hotelaria no Brasil**: um estudo exploratório. Maio 2003 - Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br>>. Acesso em 25 out. de 2010.

TOURISM EDUCATION FUTURES INITIATIVE (TEFI). **A values-based framework for tourism education: building the capacity to lead**. 2010. Disponível em: <<http://www.tourismeducationfutures.org/sites/default/files/White%20Paper%20version%20Aug%202010%20JL.pdf>>. Acesso em 21 out. 2011.

TRIBE, Jonh. Panorama da pesquisa sobre educação em turismo. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008a. Trad. Carlos Szlak.

_____. Turismo, conhecimento e currículo. In: TRIBE, Jonh; AIREY, David (Orgs). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008b. Trad. Carlos Szlak.

_____. John. **The indiscipline of tourism**. Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 3, pp. 638-657, 1997.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **A importância dos cursos de turismo**. BrasilTuris Jornal, edição da 2ª quinzena de setembro de 2002, p. 20 e 21. Disponível em: <<http://www.tudosobreturismo.blogspot.com/>>. Acesso em 01 dez. 2010.

_____. **A sociedade pós-industrial e o profissional de turismo**. São Paulo: Campus, 1998.

UERN. **Turismo**. [200?]. Disponível em: <http://www.uern.br/faculdade/faculdades.asp?fac=CANATAL&cur_cd=1023100&menu=Curso>. Acesso em 15 abr. 2011.

UFRN. **Informações gerais**. [200?]. Disponível em: <<http://sol.ccsa.ufrn.br/ccsa/areas/tur/turismo/infger.htm>>. Acesso em 15 abr. 2011.

UNP. **Turismo – Bacharelado**. [200?]. Disponível em: <<http://www.unp.br/cursos-det?course=70>>. Acesso em 15 abr. 2011.

WICKENS , Eugenia; e FORBES, Alastair. **In Their Own Voices: Student Experiences**. In: *Critical Issues in Tourism Education Proceedings of the 2004*. In: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK. 1-3 December, 2004. ATHE Publication No. 14. Edited by John Tribe and Eugenia Wickens. Disponível em: <http://www.athe.org.uk/publications/guidelines_14.pdf>. Acesso em 15 nov. 2011.

ZAGONARI, Fabio. Balancing tourism education and training. **International Journal of Hospitality Management**. 28 (2009) 2–9. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6VBH-4SF9MVT-1-9&_cdi=5927&_user=687335&_pii=S0278431908000157&_origin=search&_zone=rslt_list_item&_coverDate=03%2F31%2F2009&_sk=999719998&wchp=dGLzVzz-zSkzV&md5=0434192e56f258efec4b4eefe3a026b0&ie=/sdarticle.pdf>. Acesso em 15 fev. 2011.

ZULAUF, Monika. **Ensino superior e desenvolvimento de habilidades para a empregabilidade**: explorando a visão dos estudantes. *Sociologias*. Porto Alegre, n. 16, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222006000200006&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 01 set. 2010.

APÊNDICE A

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Número: _____

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Este questionário faz parte de uma pesquisa, que estou realizando no âmbito de uma Dissertação de Mestrado, no Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte na linha de Turismo e Desenvolvimento Regional. A pesquisa trata da “educação superior em turismo e as necessidades práticas da profissão na percepção dos turismólogos”.

ORIENTANDA: Edilene Adelino Pequeno

Email: edilenepequeno@gmail.com Tel: 9967-5464 / 9102-3912/ 8742-3425

ORIENTADOR: Thomas Wayne Enders

CURRÍCULO

1. Os conteúdos abordados pelos docentes foram:

Muito Teóricos, Pouquíssimo Práticos	Mais Teóricos, Menos Práticos	Teoria e Prática Equilibrada	Mais Práticos, Menos Teóricos	Muito Práticos, Pouquíssimo Teóricos
()	()	()	()	()

2. Você conhecia na íntegra a Proposta Curricular do seu Curso?

Não conhecia	Conhecia pouco	Conhecia razoavelmente	Conheço parcialmente	Conhecia totalmente
()	()	()	()	()

3. Como você avalia o Currículo (elenco de disciplinas) do seu curso?

- () excelente, tratou quase tudo que é necessário
- () adequada para proporcionar um bom aprendizado.
- () razoável, deixou um pouco a desejar
- () insuficiente para um bom aprendizado, deixou a desejar
- () muito inadequado, prejudicando o aprendizado

4. Qual o nível de importância (relevância com respeito ao mercado de trabalho) que você atribui à Proposta Curricular do Curso em que você estudou?

Totalmente relevante	Em parte relevante	Mais ou menos	Pouco relevante	Totalmente irrelevante
-------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	---------------------------

() () relevante () ()
()

5. Qual a sua opinião sobre o desenvolvimento do Projeto Político Pedagógico ou o modo como funciona a proposta curricular do seu curso?

Leia cuidadosamente cada uma das afirmações seguintes e responda marcando um X no número que melhor representa a sua resposta.

1- Discordo completamente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo parcialmente; 5- Concordo completamente.

	1	2	3	4	5
Encoraja a autonomia dos alunos;					
Conduz as propostas para que os alunos tenham atitudes crítico-reflexivas;					
Permite o embasamento necessário para os conhecimentos teóricos e práticos da formação;					
Proporciona alternativas inovadoras de aprendizagem;					
Os objetivos das disciplinas são bem claros e definidos;					
Os conteúdos programáticos que são discutidos e ministrados em todas as disciplinas são relevantes para a formação profissional;					
Existem atividades integradoras entre as disciplinas para que a aprendizagem ocorra de forma sistêmica;					
Os recursos didáticos trabalhados pelos professores auxiliam no entendimento e assimilação dos conteúdos ministrados nas disciplinas;					
As avaliações que são desenvolvidas pelos professores respeitam o grau de compreensão dos alunos;					
As atividades avaliativas são realizadas durante o processo que ocorre o ensino-aprendizagem;					
Os alunos participam ativamente das decisões de colegiado do curso;					
Os professores incentivam as atividades em grupo, propiciando uma interação entre os alunos.					
Estimula um compromisso com Ética					
Estimula Pensamento crítico, inovação					
Estimula os conceitos de sustentabilidade, a responsabilidade e serviço à comunidade					

Liderança, , praticidade, pró-atividade					
Mutualidade, diversidade, colaboração					

COERÊNCIA ENTRE O ENSINO E O MERCADO DE TRABALHO

6. Você acredita que os Currículos (elenco das disciplinas) do Curso da Instituição de Ensino onde estudou atende as necessidades do mercado?

Sim Não

Justifique:

7. Indique o nível em que você acha que estava preparado para atuar no atual mercado de trabalho após a conclusão do curso no que tange a competências e habilidades: Leia cuidadosamente cada uma das afirmações seguintes e responda marcando um X no número que melhor representa a sua resposta.

1- Sem preparação; 2- Pouco preparado; 3- Razoavelmente preparado; 4- Bem preparado; 5- Muito bem preparado.

	1	2	3	4	5
Compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;					
Utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;					
Contribuir positivamente na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;					
Domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;					
Domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;					
Adequada aplicação da legislação pertinente;					
Planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;					

Intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;					
Classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;					
Domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;					
Domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;					
Comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;					
Utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;					
Domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida					
Habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;					
Integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;					
Compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;					
Profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;					

Conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética;					
Elaboração de projetos de consultoria turística;					
Gerenciamento de agências de viagens;					
Gerenciamento de meios de hospedagem;					
Abertura de negócio próprio no setor de eventos;					
Trabalho em posição estratégica dentro de um órgão público;					
Habilidade para capacitar pessoas no setor turístico.					

8. Atualmente, você está trabalhando? **Se não, passe a questão 15.**

Sim Não

8.1 Caso trabalhe, é na área própria da profissão?

Sim Não

9. Atual área de atuação profissional?

10. O que aprendeu na universidade serviu para utilizar no trabalho que desenvolve atualmente?

Não ajudou em nada Ajudou pouco Ajudou razoavelmente ajudou ajudou muito

11. Função exercida atualmente e o tempo em que exerce essa função?

12. Durante a graduação que tipos de experiências mais lhe ajudaram nessa preparação para sua função?

13. Que tipos de experiências educativas acha que faltaram nessa preparação para o mercado de trabalho?

14. Renda salarial?

- Até R\$ 545,00.
 De R\$ 546,00 a R\$ 1.635,00.
 De R\$ 1.636,00 a R\$ 3.270,00
 De R\$ 3.271,00 a R\$ 4.905,00
 Mais de R\$ 4.906,00.

15. Você já trabalhou na área?

Sim Não

16. Em que área trabalhou?

17. Você tinha idéia de como era o mercado de trabalho quando escolheu ser turismólogo?

Não tinha informação	Tinha escutado alguém falar	Mais ou menos	Em parte consciente	Totalmente consciente
()	()	()	()	()

18. Como você descreve o mercado de trabalho na sua profissão?

Leia cuidadosamente cada uma das afirmações seguintes e responda marcando um X no número que melhor representa a sua resposta.

1 Ruim 2 Fraco 3 Regular 4 Bom 5 Muito Bom

Inserção no mercado	1	2	3	4	5
Salário					
Progressão profissional					
Status profissional					

19. Que fatores acha que são mais importantes para conseguir um lugar no mercado de trabalho na sua profissão?

20. Como é que você se sente quando pensa no futuro profissional enquanto turismólogo?

21. Houve alguma mudança em relação às suas expectativas profissionais comparando quando entrou no curso e depois que se formou?

Nenhuma mudança	Pouca mudança	Razoável	Mudou	Mudou completamente
()	()	()	()	()

22. Caso pudesse mudar alguma coisa na sua trajetória de preparação profissional até o momento, mudaria algo?

() Sim () não

O quê _____

Por quê?

SUGESTÕES

23. Caso você pudesse contribuir para criar um novo curso de turismo, quais seriam suas sugestões?

DADOS GERAIS

24. Sexo: () Masculino () Feminino

25. Idade: _____ anos

26. Estado Civil

() Solteiro () Divorciado/separado () Casado () Viúvo(a) () Outros

27. Município onde reside: _____

28. Onde cursou o Ensino Médio?

() Escola Técnica Federal () Outra Escola Pública () Escola Particular () Ambas ()
Outras

29. Instituição de ensino superior em que se formou: _____

30. Em quanto tempo concluiu o curso? Anos _____ e Meses _____

31. Em que ano concluiu o curso de Turismo? _____

32. Motivo da escolha pelo Curso. Enumere os três mais importantes, sendo 1 o motivo mais importante e 3 o menos importante.

- () Influência da família
- () Vocação
- () Facilidade no mercado de trabalho
- () Já trabalhava na área
- () Pouca concorrência no processo seletivo
- () Profissão valorizada na sociedade
- () Boa remuneração
- () Gosta de viajar

Outros: _____

PERFIL PROFISSIONAL

33. Como você classifica o seu desempenho no Curso?

() Péssimo () Baixo () Regular () Bom () Muito Bom

34. Você estagiou na área do curso? Se não, vá para a questão 35.

() Sim () Não

34. 1 Em que área você estagiou? _____

34. 2 Em sua opinião o estágio contribuiu para o desempenho profissional? (Caso o tenha realizado)

() Sim () não

35. Identificava-se com o curso? Se sim, vá para a questão 36.

Sim Não

35. 1. Por que não se identificava com o Curso? Enumere os três mais importantes, sendo 1 o motivo mais importante e 3 o menos importante.

- O mercado de trabalho é escasso.
- A profissão é pouco valorizada.
- Falta de tempo para dedicação ao Curso.
- Descobriu não ter aptidão para área
- Na Instituição que estudou julga o curso de má qualidade
- Não corresponde às suas expectativas
- Outros _____

36. Quais os benefícios que o curso superior de turismo lhe proporcionou?

Dentre as opções abaixo, enumere os três mais importantes, sendo 1 a opção mais importante e 3 o menos importante.

- ampliou os conhecimentos gerais e a criatividade.
- aumentou a capacidade de pensar criticamente.
- propiciou condições de realizar-se profissionalmente.
- preparou-se para o mercado de trabalho como um profissional generalista.
- ajudou a conseguir um emprego melhor.
- treinou-se para ser um profissional preparado para resolver os problemas de uma área específica.
- Outro: _____

Obrigada!